

PEREKONOMIAN INDONESIA

Perkembangan & Transformasi
Perekonomian Indonesia Abad 21 Terkini

Penulis:

Dr. Tri Widayati, SE., MSi

Dr. M. Afdhal Chatra P, M.Ec.Dev

Dr. Ir. Achmad Daengs GS, SE., MM., CPPM., CPE

Prof. Dr. Nugroho, SBM., M.Si

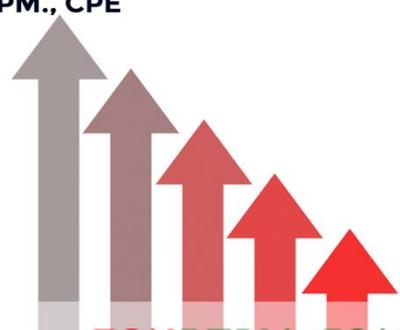
Silvia Rahayu, S.P., M.Si

Yoseb Boari, S.E., M.Si

Ir. Ahmad Syamil, MBA., PhD

Dr. Samuel PD Anantadjaya

Dr. Irma Suryahani, SE., M.Si



SONPEDIA.COM

PT. Sonpedia Publishing Indonesia

PEREKONOMIAN INDONESIA

(Perkembangan & Transformasi Perekonomian
Indonesia Abad 21 Terkini)

Penulis :

Dr. Tri Widayati, SE., MSi

Dr. M.Afdhal Chatra P, M.Ec.Dev

Dr. Ir. Achmad Daengs GS, SE., MM., CPPM., CPE

Prof. Dr. Nugroho, SBM., M.Si

Silvia Rahayu, S.P., M.Si

Yoseb Boari, S.E., M.Si

Ir. Ahmad Syamil, MBA., PhD

Dr. Samuel PD Anantadjaya

Dr. Irma Suryahani, SE., M.Si

Penerbit:

SONPEDIA
Publishing Indonesia

PEREKONOMIAN INDONESIA

(Perkembangan & Transformasi Perekonomian
Indonesia Abad 21 Terkini)

Penulis :

Dr. Tri Widayati, SE., MSi
Dr. M.Afdhal Chatra P, M.Ec.Dev
Dr. Ir. Achmad Daengs GS, SE., MM., CPPM., CPE
Prof. Dr. Nugroho, SBM., M.Si
Silvia Rahayu, S.P., M.Si
Yoseb Boari, S.E., M.Si
Ir. Ahmad Syamil, MBA., PhD
Dr. Samuel PD Anantadjaya
Dr. Irma Suryahani, SE., M.Si

ISBN : 978-623-09-4151-1

Editor:

Efitra

Penyunting :

Aisyah Fatihah Amani

Desain sampul dan Tata Letak:

Yayan Agusdi

Penerbit :

PT. Sonpedia Publishing Indonesia

Redaksi :

Jl. Kenali Jaya No 166 Kota Jambi 36129

Tel +6282177858344

Email: sonpediapublishing@gmail.com

Website: www.sonpedia.com

Anggota IKAPI : 006/JBI/2023

Cetakan Pertama, Juni 2023

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan
cara Apapun tanpa izin dari penerbit

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan buku ini dengan baik. Buku ini berjudul **“PEREKONOMIAN INDONESIA: Perkembangan & Transformasi Perekonomian Indonesia Abad 21 Terkini”**. Tidak lupa kami ucapkan terima kasih bagi semua pihak yang telah membantu dalam penulisan dan penerbitan buku ini.

Indonesia, sebagai salah satu negara dengan populasi terbesar di dunia, memiliki potensi ekonomi yang sangat kuat. Dalam beberapa dekade terakhir, Indonesia telah mengalami pertumbuhan ekonomi yang signifikan, mengubahnya menjadi salah satu kekuatan ekonomi utama di kawasan Asia Tenggara.

Buku "Perekonomian Indonesia : Perkembangan & Transformasi Perekonomian Indonesia Abad 21 Terkini" menggambarkan perjalanan perekonomian Indonesia pada era yang penuh tantangan ini. Penulis mengulas secara komprehensif point-point penting yang mempengaruhi perkembangan ekonomi Indonesia.

Dalam buku ini, pembaca akan dibawa dalam perjalanan menyelami perkembangan perekonomian Indonesia dari berbagai sudut pandang. Mulai dari sistem dan transformasi ekonomi Indonesia, pendapatan nasional, pertumbuhan, dan struktur ekonomi, hingga distribusi pendapatan dan upaya pemerataan pembangunan. Penulis juga membahas peran penduduk dan tenaga kerja dalam mendorong pertumbuhan ekonomi serta menganalisis pengeluaran konsumsi dan investasi masyarakat Indonesia.

Selain itu, buku ini mengupas fenomena inflasi dan peranan pengeluaran pemerintah dalam mengendalikannya. Pembaca akan mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang pengaruh

globalisasi terhadap perekonomian Indonesia serta perkembangan dan transformasi sektor pertanian, perikanan, industri, manufaktur, koperasi, UMKM, teknologi dan bisnis digital, transportasi, pariwisata, dan otomotif di Indonesia.

Tim penulis berharap buku ini dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang perkembangan dan transformasi perekonomian Indonesia di abad ke-21. Kami berharap pembaca, baik dari kalangan akademisi, praktisi, maupun masyarakat umum, akan mendapatkan wawasan yang berguna dan inspirasi untuk turut berkontribusi dalam memajukan perekonomian Indonesia ke arah yang lebih baik.

Buku ini mungkin masih terdapat kekurangan dan kelemahan. Oleh karena itu, saran dan kritik para pemerhati sungguh penulis harapkan. Semoga buku ini memberikan manfaat dan menambah khasanah ilmu pengetahuan.

Semarang, Juni 2023
Tim Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iv
BAGIAN 1 PERKEMBANGAN PEREKONOMIAN INDONESIA.....	1
A. PENGERTIAN PEREKONOMIAN.....	1
B. PRODUK DOMESTIK BRUTO INDONESIA TAHUN 2002-2021	1
C. PERTUMBUHAN EKONOMI.....	3
D. POSISI INDONESIA DI ASEAN	6
E. TINGKAT INFLASI.....	8
F. JUMLAH PENGANGGURAN.....	12
G. JUMLAH PENDUDUK MISKIN	13
BAGIAN 2 SISTEM DAN TRANSFORMASI EKONOMI INDONESIA	15
A. SISTEM PEREKONOMIAN INDONESIA.....	15
B. TRANSFORMASI PEREKONOMIAN INDONESIA.....	17
C. DAMPAK DAN MANFAAT.....	19
D. TANTANGAN, PELUANG DAN ANCAMAN.....	21
E. KEBIJAKAN DAN STRATEGI PEMERINTAH.....	25
BAGIAN 3 PENDAPATAN NASIONAL, PERTUMBUHAN DAN STRUKTUR EKONOMI INDONESIA	31
A. PENDAHULUAN.....	31
B. RUMUSAN MASALAH	33
C. TUJUAN.....	33
D. PENDAPATAN NASIONAL.....	34
E. PERTUMBUHAN EKONOMI.....	35
F. STRUKTUR EKONOMI.....	35

G. PEMBAHASAN.....	36
BAGIAN 4 DISTRIBUSI PENDAPATAN DAN PEMERATAAN	
PEMBANGUNAN INDONESIA	43
A. PENDAHULUAN.....	43
B. PENGERTIAN DISTRIBUSI PENDAPATAN.....	44
C. JENIS DISTRIBUSI PENDAPATAN	44
D. METODE PENGUKURAN DAN KLASIFIKASI KETIDAKMERATAAN DISTRIBUSI	46
E. FAKTOR-FAKTOR PENYEBAB KETIDAKMERATAAN ATAU KETIMPANGAN DISTRIBUSI PENDAPATAN SECARA UMUM.....	50
F. KEBIJAKAN UNTUK MEMERATAKAN DISTRIBUSI PENDAPATAN SECARA UMUM.....	55
G. GAMBARAN DISTRIBUSI PENDAPATAN DI INDONESIA (PERKEMBANGAN, PENYEBAB, DAN KEBIJAKAN).....	58
BAGIAN 5 PENDUDUK DAN TENAGA KERJA INDONESIA.....	67
A. PENGERTIAN PENDUDUK DAN TENAGA KERJA	67
B. STRUKTUR DAN KOMPOSISI PENDUDUK.....	69
C. ANGKATAN KERJA DAN KESEMPATAN KERJA.....	74
BAGIAN 6 PENGELUARAN KONSUMSI MASYARAKAT INDONESIA	83
A. KONSEP DASAR PENGELUARAN KONSUMSI.....	83
B. TEORI KONSUMSI.....	88
C. FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGELUARAN KONSUMSI MASYARAKAT INDONESIA	90
BAGIAN 7 PERKEMBANGAN & TRANSFORMASI SEKTOR INDUSTRI & MANUFAKTUR DI INDONESIA	101
A. PENDAHULUAN.....	101
B. SEJARAH SEKTOR INDUSTRI DAN MANUFAKTUR DI INDONESIA.....	102

C. POTENSI DAN TANTANGAN SEKTOR INDUSTRI & MANUFAKTUR	104
D. TRANSFORMASI TEKNOLOGI DALAM INDUSTRI DAN MANUFAKTUR	106
E. INISIATIF DAN PROGRAM PEMERINTAH INDONESIA UNTUK MENDORONG PERKEMBANGAN SEKTOR INDUSTRI & MANUFAKTUR	111
F. TREN DAN PELUANG INDUSTRI AND MANUFAKTUR INDONESIA DI MASA DEPAN.....	112
BAGIAN 8 PERKEMBANGAN & TRANSFORMASI UMKM DI INDONESIA	115
A. PENGEMBANGAN UMKM.....	115
B. TRANSFORMASI UMKM.....	121
BAGIAN 9 PERKEMBANGAN & TRANSFORMASI PARIWISATA DI INDONESIA	128
A. INDONESIA SEBAGAI DESTINASI WISATA	128
B. KESENJANGAN PARIWISATA NASIONAL	129
C. FASE PERPUTARAN OPERASIONAL PARIWISATA.....	131
D. COVID-19 DAN SITUASI PARIWISATA NASIONAL.....	133
E. ANALISIS PASAR DAN PROMOSI PARIWISATA NASIONAL.....	137
F. PEMULIHAN PARIWISATA PASCA COVID-19	142
DAFTAR PUSTAKA	144
TENTANG PENULIS	155

BAGIAN 1

PERKEMBANGAN PEREKONOMIAN INDONESIA

A. PENGERTIAN PEREKONOMIAN

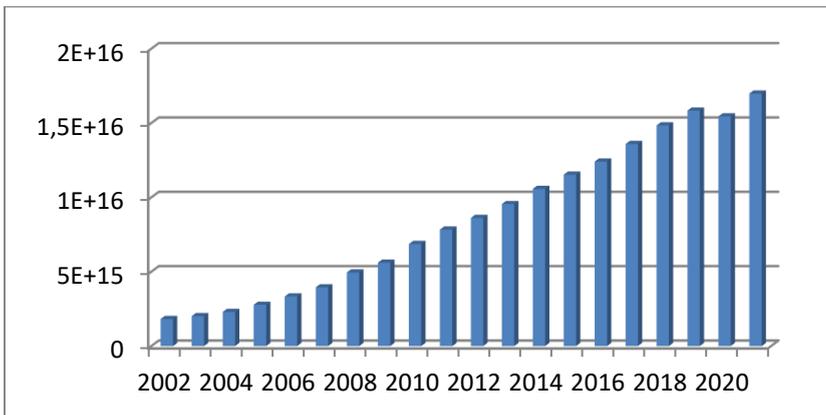
Ekonomi atau Perekonomian adalah serangkaian besar kegiatan produksi dan konsumsi yang saling terkait yang membantu dalam menentukan bagaimana sumber daya yang langka dialokasikan. Untuk menilai kondisi perekonomian sebuah negara, diperlukan indikator-indikator ekonomi seperti Produk Domestik Bruto (PDB), Pertumbuhan ekonomi, tingkat pengangguran, dan tingkat inflasi

B. PRODUK DOMESTIK BRUTO INDONESIA TAHUN 2002-2021

Indikator penting untuk menentukan keadaan ekonomi suatu negara pada suatu periode adalah data produk domestik bruto (PDB), baik atas dasar harga berlaku maupun atas dasar harga konstan. Pada dasarnya, GDP adalah total nilai tambah dari semua unit bisnis di suatu negara, atau nilai total dari produk dan jasa akhir yang diproduksi oleh semua unit bisnis. PDB atas dasar harga berlaku menggambarkan nilai tambah barang dan jasa yang dihitung dengan menggunakan harga pada tahun tertentu, sedangkan PDB atas dasar harga konstan menggambarkan nilai tambah barang dan jasa yang dihitung dengan menggunakan harga pada tahun tertentu sebagai

dasar. Harga berlaku memungkinkan kita untuk melihat perubahan dan struktur perekonomian, sedangkan harga konstan digunakan untuk menentukan pertumbuhan ekonomi dari tahun ke tahun.

Perkembangan PDB Indonesia periode tahun 2002 sampai tahun 2021 dapat dilihat dalam gambar berikut:



Gambar 1.1. PDB Indonesia tahun 2002 - 2021

Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia pada periode tahun 2002 - 2021 menunjukkan tren kenaikan. Hanya pada 2020, PDB Indonesia turun seiring terjadinya pandemi Covid-19 yang melanda dunia, termasuk Indonesia.

Produk Domestik Bruto Nasional atas dasar harga berlaku (ADHB) mencapai Rp 16,97 kuadriliun atau setara US\$ 1,19 triliun (kurs Rp 14.269 per US\$) pada 2021. Angka tersebut lebih tinggi dibandingkan dengan tahun sebelumnya hanya Rp 15,4 kuadriliun. Distribusi PDB nasional menurut sektor pada 2021 adalah

1. Industri Pengolahan berkontribusi 19,25%
2. Pertanian berkontribusi 13,28%
3. Perdagangan Besar Eceran berkontribusi 12,97%
4. Konstruksi berkontribusi 10,44%
5. Pertambangan Penggalian berkontribusi 8,98%
6. Informasi Komunikasi berkontribusi 4,41%
7. Jasa Keuangan Asuransi berkontribusi 4,34%
8. Transportasi Pergudangan berkontribusi 4,24%
9. Administrasi Pemerintahan berkontribusi 3,44%
10. Jasa Pendidikan berkontribusi 3,28%
11. Real Estate berkontribusi 2,76%
12. Penyediaan Akomodasi berkontribusi 2,43%
13. Jasa lainnya berkontribusi 1,84%
14. Jasa Perusahaan berkontribusi 1,77%
15. Jasa Kesehatan Sosial berkontribusi 1,34%
16. Listrik dan Gas berkontribusi 1,12%
17. Pengadaan Air Pengelolaan Sampah berkontribusi 0,07%

C. PERTUMBUHAN EKONOMI

Pertumbuhan ekonomi menurut (Sukirno, 2015) adalah perkembangan kegiatan dalam perekonomian yang menyebabkan barang dan jasa yang diproduksi dalam masyarakat bertambah dan kemakmuran masyarakat meningkat. Masalah pertumbuhan ekonomi dapat dipandang sebagai masalah makroekonomi dalam jangka panjang dari satu periode ke periode lainnya. Pertumbuhan

ekonomi diartikan sebagai kenaikan Gross Domestic Product (GDP)/ Gross National Product (GNP) tanpa memandang apakah kenaikan itu lebih besar atau lebih kecil dari tingkat pertumbuhan penduduk, atau apakah perubahan struktur ekonomi terjadi atau tidak (Arsyad, 2016).

Pertumbuhan ekonomi Indonesia dalam kurun waktu 2002 sampai dengan 2021 menunjukkan angka fluktuasi yang tidak begitu besar. Hanya pada tahun tertentu terjadi penurunan yang cukup tajam, yaitu pada tahun 2008 mengalami penurunan dari 6,01 % menjadi 4,63 %. dan ketika terjadi covid, pada tahun 2020 pertumbuhan ekonomi -2,07 %.

Sementara, menurut besaran PDB atas dasar harga konstan (ADHK) 2010, ekonomi Indonesia tumbuh 3,69% pada 2021. Capaian tersebut lebih baik dibanding tahun sebelumnya mengalami kontraksi sebesar 2,07%. Namun, capaian tersebut masih di bawah pertumbuhan sebelum terjadi pandemi Covid-19. Hampir semua sektor mencatat pertumbuhan sepanjang tahun lalu, kecuali lapangan administrasi pemerintahan, pertahanan dan jaminan Sosial wajib yang mengalami kontraksi sebesar 0,33% dibanding tahun sebelumnya.

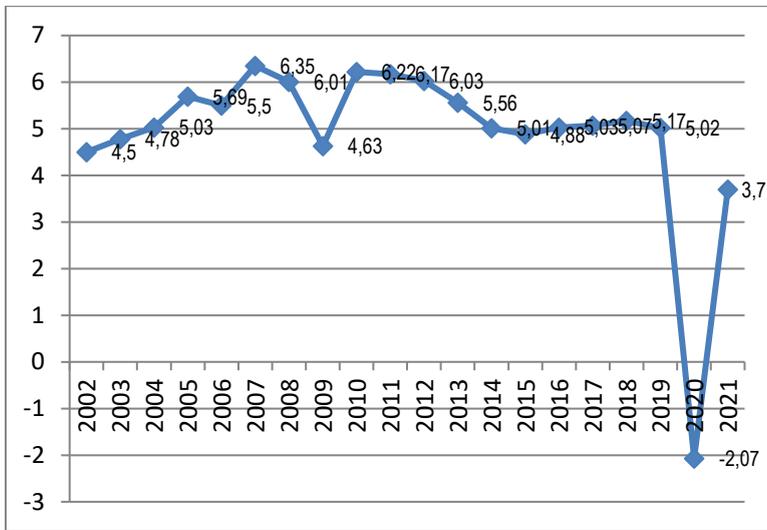
Berikut Ini Pertumbuhan PDB Indonesia Menurut Sektor pada 2021:

1. Kesehatan Kegiatan Sosial tumbuh 10,46%
2. Informasi Komunikasi tumbuh 6,81%
3. Pengadaan Listrik Gas tumbuh 5,55%

4. Pengadaan Air Pengelolaan Sampah tumbuh 4,97%
5. Perdagangan Besar Eceran tumbuh 4,65 %
6. Pertambangan Penggalian tumbuh 4,00%
7. Penyediaan Akomodasi Makan Minum tumbuh 3,89%
8. Industri Pengolahan tumbuh 3,39%
9. Transportasi Pergudangan tumbuh 3,24%
10. Konstruksi tumbuh 2,81%
11. Real Estate tumbuh 2,78%
12. Jasa lainnya tumbuh 2,12%
13. Pertanian tumbuh 1,84%
14. Jasa Keuangan Asuransi tumbuh 1,56%
15. Jasa Perusahaan tumbuh 0,73%
16. Jasa Pendidikan tumbuh 0,11%
17. Administrasi Pemerintahan tumbuh -0,33%

Perekonomian Indonesia pada triwulan II/2021 mengalami pertumbuhan yang positif untuk pertama kali sejak adanya pandemi Covid-19 pada awal tahun 2020, sebesar 7,07 persen (y-on-y). Kinerja positif tersebut melanjutkan perbaikan yang telah terjadi pada triwulan I/2021 (2,97 %). Perbaikan ekonomi triwulan II/2021 ditopang oleh kinerja positif seluruh komponen lapangan usaha.

Secara year on year, pertumbuhan tertinggi dicapai Lapangan Usaha Transportasi dan Pergudangan yang tumbuh 25,1 % diikuti oleh Lapangan Usaha Penyediaan Akomodasi Makan dan Minum yang tumbuh 21,58 % dan Lapangan Usaha RSTU Jasa lainnya yang tumbuh 11,97.



Gambar 1.2. Pertumbuhan Ekonomi Indonesia tahun 2002 – 2021

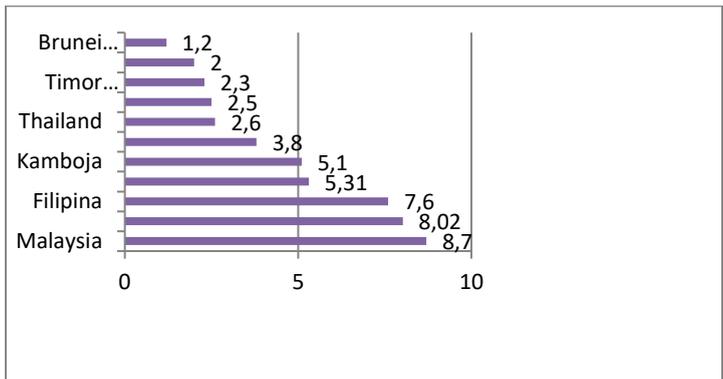
D. POSISI INDONESIA DI ASEAN

Pertumbuhan ekonomi Indonesia dibandingkan dengan negara yang tergabung dalam ASEAN, menunjukkan angka yang positif di tengah ketidakpastian global. Meskipun bukan yang tertinggi di ASEAN, tapi pertumbuhan ekonomi Indonesia sepanjang 2022 cukup tinggi di antara negara-negara lainnya di kawasan ini.

Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan, pertumbuhan ekonomi Indonesia tumbuh 5,31% sepanjang 2022. Realisasi itu lebih tinggi dari pertumbuhan ekonomi 2021 sebesar 3,7%(year-on-year/yoy).

Hal ini juga sejalan dengan proyeksi *International Monetary Fund* (IMF) dalam *World Economic Outlook* (WEO) edisi Januari 2023,

yang meramalkan ekonomi Indonesia tumbuh di kisaran 5,3% pada 2022.



Gambar 1.3. Pertumbuhan Ekonomi negara ASEAN tahun 2022

Sumber : Lembaga Resmi masing-masing negara, 2023

Menurut IMF, kenaikan suku bunga bank sentral untuk melawan inflasi dan perang Rusia-Ukraina terus membebani aktivitas perekonomian.

Selain itu, penyebaran Covid-19 yang cepat di Tiongkok menghambat pertumbuhan ekonomi pada 2022.

Adapun Malaysia memimpin pertumbuhan ekonomi di kawasan Asia Tenggara sebesar 8,7% sepanjang 2022. Posisinya disusul oleh Vietnam dengan pertumbuhan ekonomi sebesar 8,02% dan Filipina sebesar 7,6%. Sementara, Bank Dunia memprediksi pertumbuhan ekonomi Laos sebesar 2,5% pada 2022. Kemudian, Asian Development Bank memproyeksikan pertumbuhan ekonomi Timor Leste dan Myanmar masing-masing 2,3% dan 2% pada 2022.

Di sisi lain, IMF memperkirakan pertumbuhan ekonomi Brunei Darussalam sebesar 1,2% pada 2022.

Berikut perbandingan pertumbuhan ekonomi negara-negara di ASEAN di sepanjang 2022:

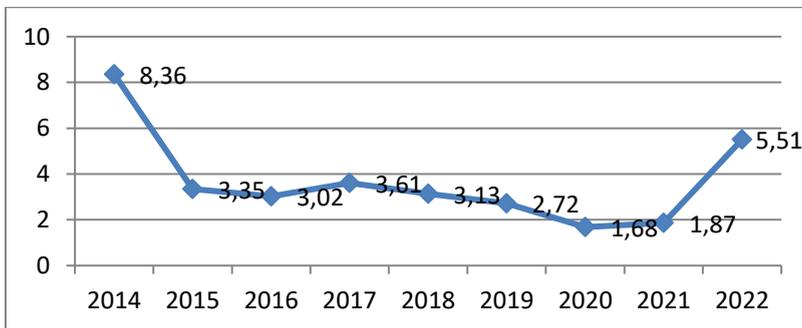
1. Malaysia: 8,7%
2. Vietnam: 8,02%
3. Filipina: 7,6%
4. Indonesia: 5,31%
5. Kamboja: 5,1%
6. Singapura: 3,8%
7. Thailand: 2,6%
8. Laos (proyeksi): 2,5%
9. Timor Leste (proyeksi): 2,3%
10. Myanmar (proyeksi): 2%
11. Brunei Darussalam (proyeksi): 1,2%

E. TINGKAT INFLASI

Menurut Keynes, bahwa inflasi terjadi karena masyarakat hidup di luar batas kemampuan ekonominya. Selama gap inflasi masih tetap ada maka besar kemungkinan inflasi dapat terjadi apabila kekuatan-kekuatan pendukung dalam perekonomian tidak digalakkan (misalnya kebijakan pemerintah dalam bentuk belanja pemerintah, kebijakan fiskal, kebijakan luar negeri dan lain sebagainya) (Putong, 2013). Keterbatasan jumlah persediaan barang (penawaran agregat)

ini terjadi karena dalam jangka pendek kapasitas produksi tidak dapat dikembangkan untuk mengimbangi kenaikan permintaan agregat. Oleh karenanya sama seperti pandangan kaum monetarist, Keynesian models ini lebih banyak dipakai untuk menerangkan fenomena inflasi dalam jangka pendek.

Inflasi adalah kecenderungan meningkatnya harga barang dan jasa secara umum dan terus menerus.(Kuncoro, 2013).Selama periode waktu 2014 sampai dengan tahun 2022, tingkat inflasi di Indonesia dapat dilihat dalam gambar berikut :



Gambar 1.4. Inflasi Indonesia periode 2014-2022

Pada tahun 2014, inflasi mencapai 8,36 % yang kemudian turun menjadi 3,35 % pada tahun 2015. Pada tahun 2016 inflasi mengalami penurunan menjadi 3,02 % kemudian meningkat lagi menjadi 3,61 % pada tahun 2017.

Sepanjang 2020, tingkat inflasi berada di bawah target yang ditetapkan BI yakni 3 persen plus minus 1 persen. Dari Januari hingga Mei 2020, tingkat inflasi berada pada kisaran 2,19 persen hingga 2,98

persen. Kemudian pada Juni 2020, tingkat inflasi turun menjadi 1,96 persen dibandingkan bulan sebelumnya yang tercatat mengalami inflasi sebesar 2,19 persen. BI, mengutip rilisnya, Kamis (1/9/2022) menyebutkan inflasi IHK Juni 2022 yang rendah ini tidak terlepas dari perlambatan permintaan domestik akibat pandemi Covid-19, konsistensi kebijakan Bank Indonesia dalam mengarahkan ekspektasi inflasi, harga komoditas global yang rendah, dan stabilitas nilai tukar yang terjaga. Adapun tingkat inflasi kembali menurun hingga Agustus dimana tercatat sebesar 1,32 persen.

Memasuki 2021, tingkat inflasi masih berada di bawah target BI yakni 3 persen plus minus 1 persen. Pada awal Januari, inflasi tercatat sebesar 1,55 persen. Inflasi yang rendah tersebut dipengaruhi oleh melambatnya inflasi kelompok volatile food dan deflasi kelompok administered prices, sementara inflasi inti masih mencatat kenaikan. Sepanjang 2021, inflasi tertinggi terjadi pada Desember yang tercatat mencapai 1,87 persen secara tahunan, dibandingkan bulan sebelumnya yang tercatat 1,75 persen. Dampak pandemic Covid-19 yang kala itu belum mereda masih menghantui perekonomian di berbagai Negara, termasuk Indonesia.

Indonesia mengalami inflasi 5,51% sepanjang 2022. Angka ini menjadi rekor inflasi tertinggi dalam 8 tahun terakhir seperti terlihat pada grafik. Inflasi tertinggi sepanjang 2022 terjadi pada kelompok pengeluaran transportasi, yakni 15,26% dengan andil 1,84%.

Kemudian kelompok pengeluaran perawatan pribadi mengalami inflasi 5,91% dengan andil 0,37%; kelompok makanan, minuman, dan tembakau 5,83% dengan andil 1,51%; serta kelompok pengeluaran penyediaan makanan dan minuman/restoran 4,49% dengan andil 0,4%.

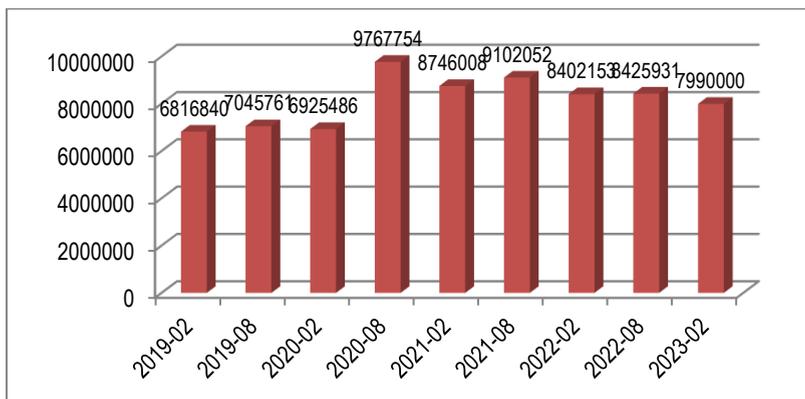
Adapun kelompok pengeluaran informasi, komunikasi dan jasa keuangan mengalami deflasi 0,36% dengan andil 0,02%, Pemicu inflasi pada tahun 2022 antara lain:

1. Januari 2022: Terjadi kelangkaan minyak goreng dan penetapan kebijakan satu harga minyak goreng.
2. April 2022: Kenaikan harga avtur yang mendorong kenaikan tarif angkutan udara.
3. Mei 2022: Permintaan naik memasuki bulan Ramadhan dan Hari Raya Idul Fitri sehingga memicu kenaikan harga pangan.
4. Juni 2022: Terjadi anomali cuaca di berbagai wilayah yang mengakibatkan gagal panen beberapa komoditas hortikultura sehingga memicu kenaikan harga.
5. September 2022: Pemerintah menaikkan harga BBM jenis Pertalite 30,72%, Solar naik 32,04%, dan Pertamina naik 16%.
6. Desember 2022: Musim libur sekolah, perayaan Natal 2022, dan Tahun Baru 2023 mendorong kenaikan harga komoditas pangan dan transportasi.

F. JUMLAH PENGANGGURAN

Definisi penganggur adalah mereka yang sedang mencari pekerjaan, atau mereka yang mempersiapkan usaha, atau mereka yang tidak mencari pekerjaan karena merasa tidak mungkin mendapatkan pekerjaan (sebelumnya dikategorikan sebagai bukan angkatan kerja), dan mereka yang sudah mempunyai pekerjaan tetapi belum mulai bekerja (sebelumnya dikategorikan bekerja), dan pada waktu yang bersamaan mereka tidak bekerja (*jobless*). Penganggur dalam definisi tersebut disebut penganggur terbuka. (Kuncoro, 2013)

Jumlah pengangguran pada tahun 2019 mencapai angka 6.816 840 orang, dan mengalami peningkatan pada bulan Agustus 2019 menjadi 7.045.761 orang. Pada bulan Februari 2020 terjadi penurunan jumlah penganggur di Indonesia, menjadi 6.925.486 orang. Secara keseluruhan, jumlah pengangguran di Indonesia periode 2019-2023 dapat dilihat dalam gambar berikut:



Gambar 1.5. Jumlah Pengangguran di Indonesia periode 2019-2023

Jumlah pengangguran di Indonesia mencapai 7,99 juta orang pada bulan Februari 2023, berkurang sekitar 410 ribu orang dibanding Februari 2022. Data pengangguran ini mencakup empat kelompok penduduk, yakni:

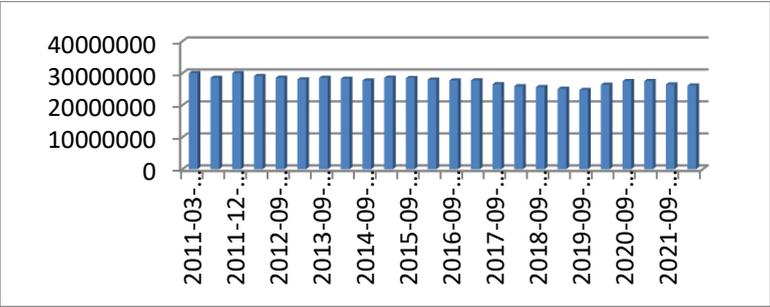
1. Penduduk yang tak punya pekerjaan dan sedang mencari pekerjaan;
2. Penduduk yang tak punya pekerjaan dan sedang mempersiapkan usaha;
3. Penduduk yang tak punya pekerjaan dan tidak mencari pekerjaan, karena merasa tidak mungkin mendapat pekerjaan; dan
4. Penduduk yang sudah punya pekerjaan, tapi belum mulai bekerja

G. JUMLAH PENDUDUK MISKIN

Untuk mengukur kemiskinan, BPS menggunakan konsep kemampuan memenuhi kebutuhan dasar (*basic needs approach*). Konsep ini mengacu pada *Handbook on Poverty and Inequality* yang diterbitkan oleh *World bank*. Dengan pendekatan ini, kemiskinan dipandang sebagai ketidakmampuan dari sisi ekonomi untuk memenuhi kebutuhan dasar makanan dan bukan makanan yang diukur dari sisi pengeluaran. Penduduk dikategorikan sebagai penduduk miskin jika memiliki rata-rata pengeluaran per kapita per bulan di bawah garis kemiskinan.

Pada bulan Maret 2011, jumlah penduduk miskin mencapai 30,02 juta orang, dan pada bulan Maret 2022 berjumlah 26,16 juta orang.

Jumlah itu turun dibanding September 2021 yang masih 26,5 juta orang. Meski angkanya berkurang dibanding enam bulan lalu, jumlah penduduk miskin ini masih lebih banyak ketimbang 2018 dan 2019 sebelum terjadinya pandemi. Ekonomi membaik, kemiskinannya juga mengalami penurunan. Tetapi tingkat kemiskinan yang terjadi di Maret 2022 ini masih lebih tinggi dibandingkan kondisi sebelum pandemi Covid-19.



Gambar 1.6. Jumlah Penduduk Miskin di Indonesia periode 2011-2021

BAGIAN 2

SISTEM DAN TRANSFORMASI EKONOMI INDONESIA

A. SISTEM PEREKONOMIAN INDONESIA

Sistem perekonomian Indonesia didasarkan pada konsep Ekonomi Pancasila, yang mengintegrasikan nilai-nilai Pancasila (asas-asas dasar negara Indonesia) ke dalam kegiatan ekonomi. Prinsip-prinsip Pancasila yang diterapkan dalam perekonomian mencakup keadilan sosial, kerjasama, keseimbangan, keberlanjutan, dan kemandirian. Sistem perekonomian Indonesia dapat dikategorikan sebagai sistem ekonomi campuran yang menggabungkan elemen pasar dan peran pemerintah. Sistem perekonomian Indonesia juga bekerja melalui interaksi yang kompleks antara berbagai elemen, seperti pemerintah, sektor swasta, lembaga keuangan, dan masyarakat.

Dalam sistem perekonomian Indonesia terlihat bahwa Pemerintah Indonesia memiliki peran penting dalam mengatur dan mengawasi kegiatan ekonomi. Pemerintah memainkan peran sebagai regulator, penyedia infrastruktur, dan pengelola kebijakan ekonomi. Pemerintah juga memiliki kepemilikan dalam sektor bisnis strategis dan berperan dalam mengendalikan pasar untuk melindungi kepentingan masyarakat.

Pemerintah Indonesia juga mengimplementasikan kebijakan makroekonomi untuk mengelola pertumbuhan ekonomi, inflasi, dan

stabilitas keuangan. Kebijakan fiskal melibatkan pengaturan anggaran negara, pajak, dan pengeluaran publik. Sementara itu, kebijakan moneter dilakukan oleh Bank Indonesia untuk mengatur suku bunga, likuiditas, dan stabilitas mata uang. Dalam praktiknya, sistem perekonomian Indonesia menggabungkan prinsip-prinsip pasar dengan intervensi pemerintah yang diarahkan pada tujuan pembangunan ekonomi, keadilan sosial, dan kesejahteraan masyarakat. Tujuannya adalah untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan inklusif, mengurangi kemiskinan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Gambaran umum perekonomian Indonesia mencatat pertumbuhan yang relatif stabil dalam lima tahun terakhir, meskipun dengan fluktuasi tahunan. Pertumbuhan ekonomi rata-rata sekitar 5% - 6% per tahun. Menurut data BPS bahwa Ekonomi Indonesia pada tahun 2022 tumbuh sebesar 5,31 persen, lebih tinggi dibanding capaian tahun 2021 yang mengalami pertumbuhan sebesar 3,70 persen. Pertumbuhan ini didorong oleh konsumsi domestik yang kuat, investasi dalam infrastruktur, serta upaya diversifikasi ekonomi melalui pengembangan sektor manufaktur.

Beberapa sektor ekonomi yang terus berkembang di Indonesia meliputi industri manufaktur, pertanian, pariwisata, jasa keuangan, dan teknologi informasi. Sektor manufaktur, terutama industri pengolahan, menjadi kontributor utama terhadap pertumbuhan ekonomi, sementara sektor pertanian berperan penting dalam penyediaan pangan dan sumber daya alam. Sektor jasa juga

berkembang pesat, terutama dalam bidang keuangan dan teknologi, faktor dan jasa.

B. TRANSFORMASI PEREKONOMIAN INDONESIA

Transformasi perekonomian Indonesia mengacu pada upaya yang dilakukan untuk mengubah struktur ekonomi yang ada menuju pola yang lebih berkelanjutan, inklusif, dan berdaya saing tinggi. Transformasi ini bertujuan untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang lebih tinggi, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan mengurangi kesenjangan ekonomi. Adapun aspek penting dalam transformasi perekonomian Indonesia yaitu

Reformasi Ekonomi. Aspek ini melibatkan langkah-langkah untuk memperbaiki kebijakan ekonomi, regulasi, dan tata kelola ekonomi guna menciptakan iklim investasi yang kondusif, mengurangi birokrasi yang berlebihan, dan memperkuat lembaga-lembaga ekonomi yang efisien. Reformasi ekonomi juga melibatkan perbaikan sistem perpajakan, pengelolaan keuangan publik, dan pengendalian inflasi.

Diversifikasi Sektor Ekonomi. Transformasi perekonomian Indonesia melibatkan upaya untuk mengurangi ketergantungan terhadap sektor ekonomi yang dominan, seperti sektor pertanian dan komoditas, dan mendorong pertumbuhan sektor-sektor lain seperti industri manufaktur, jasa, pariwisata, dan teknologi informasi. Diversifikasi sektor ekonomi akan menciptakan lapangan kerja baru,

meningkatkan nilai tambah produk dan layanan, serta mengurangi risiko ketika terjadi fluktuasi harga komoditas.

Infrastruktur dan Konsektur Ekonomi. Transformasi perekonomian juga melibatkan pengembangan infrastruktur yang memadai dan konektivitas yang baik antarwilayah. Investasi dalam infrastruktur seperti jalan, pelabuhan, bandara, dan kelistrikan akan meningkatkan aksesibilitas, memperlancar distribusi barang dan jasa, serta meningkatkan daya saing perekonomian nasional.

Inovasi dan Peningkatan Produktivitas. Transformasi perekonomian Indonesia juga mendorong inovasi dan peningkatan produktivitas dalam berbagai sektor. Ini melibatkan pengembangan riset dan pengembangan, pendidikan dan pelatihan keterampilan, serta penerapan teknologi yang canggih. Peningkatan produktivitas akan meningkatkan daya saing sektor ekonomi, efisiensi penggunaan sumber daya, dan pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan.

Inklusi Keuangan dan Pemberdayaan Ekonomi. Transformasi perekonomian Indonesia juga berfokus pada inklusi keuangan dan pemberdayaan ekonomi bagi seluruh lapisan masyarakat. Ini melibatkan peningkatan akses ke layanan keuangan, dukungan untuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), dan program-program pemberdayaan ekonomi yang bertujuan untuk mengurangi kesenjangan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Pengembangan Sektor Ekonomi Unggulan. Aspek ini mengidentifikasi sektor-sektor ekonomi yang memiliki keunggulan

komparatif dan kompetitif, dan memberikan dukungan khusus untuk sektor-sektor tersebut. Dukungan dapat berupa insentif fiskal, fasilitas investasi, pembiayaan, dan perbaikan infrastruktur yang terkait dengan sektor-sektor tersebut.

Disamping itu Pemerintah Indonesia telah meluncurkan berbagai kebijakan dan program untuk mendukung transformasi perekonomian ini, termasuk dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) dan strategi ekonomi nasional yang berkelanjutan. Upaya ini melibatkan kerjasama antara pemerintah, sektor swasta, dan lembaga terkait untuk mencapai tujuan transformasi perekonomian yang diinginkan.

Transformasi perekonomian Indonesia adalah proses jangka panjang yang melibatkan berbagai aspek dan melibatkan berbagai pemangku kepentingan. Melalui upaya ini, diharapkan perekonomian Indonesia dapat menjadi lebih kuat, inklusif, berkelanjutan, dan berdaya saing tinggi di tingkat global.

C. DAMPAK DAN MANFAAT

Transformasi perekonomian adalah proses yang kompleks dan memerlukan waktu yang cukup. Adapun dampak dan manfaat dari transformasi perekonomian Indonesia adalah sebagai berikut:

1. **Pertumbuhan Ekonomi yang Berkelanjutan.** Transformasi perekonomian berpotensi mendorong pertumbuhan ekonomi

yang berkelanjutan. Diversifikasi sektor ekonomi, inovasi, dan pengembangan sumber daya manusia dapat meningkatkan produktivitas dan daya saing, sehingga menciptakan peluang untuk pertumbuhan yang lebih tinggi. Pertumbuhan ekonomi yang kuat berdampak positif pada penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, dan penurunan tingkat kemiskinan.

2. Peningkatan Daya Saing Global. Transformasi perekonomian mendorong peningkatan daya saing Indonesia di pasar global. Dengan mendorong inovasi, digitalisasi, dan pengembangan sektor ekonomi unggulan, Indonesia dapat menghasilkan produk dan layanan berkualitas tinggi yang dapat bersaing di pasar internasional. Hal ini berdampak pada peningkatan ekspor, investasi asing, dan pertumbuhan sektor ekspor.
3. Pemerataan Pembangunan. Transformasi perekonomian bertujuan untuk mendorong pemerataan pembangunan di seluruh wilayah Indonesia. Dengan memperkuat sektor ekonomi di daerah-daerah terpencil dan mengurangi kesenjangan antara wilayah perkotaan dan pedesaan, transformasi perekonomian dapat memberikan manfaat bagi seluruh masyarakat, termasuk yang berada di daerah terpencil dan marginal.
4. Penurunan Ketergantungan pada Sumber Daya Alam. Transformasi perekonomian juga bertujuan untuk mengurangi ketergantungan pada sektor sumber daya alam.

Diversifikasi ekonomi menuju sektor-sektor non-sumber daya alam berpotensi mengurangi risiko fluktuasi harga komoditas dan meningkatkan keberlanjutan ekonomi jangka panjang.

5. Peningkatan Infrastruktur dan Aksesibilitas. Transformasi perekonomian didukung oleh pembangunan infrastruktur yang diperkuat. Investasi dalam infrastruktur fisik dan digital meningkatkan konektivitas antarwilayah, memperbaiki aksesibilitas, dan mempercepat arus barang dan jasa. Hal ini dapat mendorong pertumbuhan sektor-sektor ekonomi, investasi, dan pemerataan pembangunan.
6. Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia. Transformasi perekonomian memberikan fokus pada pengembangan sumber daya manusia. Melalui kebijakan pengembangan sumber daya manusia, pendidikan berkualitas tinggi, pelatihan keterampilan, dan peningkatan kapasitas tenaga kerja, transformasi perekonomian dapat meningkatkan produktivitas, inovasi, dan daya saing tenaga kerja Indonesia.

D. TANTANGAN, PELUANG DAN ANCAMAN

Perekonomian Indonesia dihadapkan pada sejumlah tantangan, peluang dan ancaman. Adapun tantangan yang dihadapi dalam transformasi perekonomian Indonesia yaitu:

1. Ketimpangan Regional. Salah satu tantangan yang dihadapi adalah ketimpangan pembangunan antar wilayah. Beberapa wilayah di Indonesia masih menghadapi keterbatasan infrastruktur, akses ke pasar, dan kualitas sumber daya manusia yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi regional.
2. Kemiskinan dan Ketimpangan Sosial. Masih ada tantangan dalam mengatasi kemiskinan dan ketimpangan sosial di Indonesia. Meskipun terjadi kemajuan dalam mengurangi jumlah penduduk miskin, tetapi ketimpangan pendapatan dan akses terhadap kesempatan ekonomi masih perlu diatasi.
3. Ketergantungan pada Sumber Daya Alam. Perekonomian Indonesia masih menghadapi tantangan dalam mengurangi ketergantungan pada sektor sumber daya alam, terutama di sektor ekspor komoditas. Fluktuasi harga komoditas dunia dapat berdampak signifikan pada perekonomian Indonesia.
4. Kualitas Sumber Daya Manusia. Pentingnya pengembangan kualitas sumber daya manusia untuk memenuhi kebutuhan pasar kerja yang semakin kompleks dan berubah. Tantangan ini meliputi peningkatan akses pendidikan berkualitas, pelatihan keterampilan, dan pengembangan kemampuan teknologi.

Sedangkan peluang yang dihadapi dalam transformasi perekonomian Indonesia diantaranya;

1. Demografi dan Dividen Demografi. Indonesia memiliki populasi yang besar dan mayoritas berusia muda. Dividen demografi ini memberikan peluang untuk menggerakkan pertumbuhan ekonomi melalui peningkatan produktivitas tenaga kerja, konsumsi domestik, dan inovasi.
2. Potensi Pasar Domestik yang Besar. Konsumsi domestik yang tinggi dan pertumbuhan kelas menengah memberikan peluang besar bagi pertumbuhan sektor-sektor dalam negeri. Peluang ini dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan sektor-sektor ekonomi baru dan meningkatkan daya saing industri dalam negeri.
3. Peningkatan Investasi. Adanya upaya pemerintah untuk meningkatkan iklim investasi dan memperbaiki regulasi investasi memberikan peluang bagi masuknya investasi baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Hal ini dapat mendorong pertumbuhan sektor-sektor ekonomi dan menciptakan lapangan kerja baru.
4. Transformasi Digital. Kemajuan teknologi dan digitalisasi memberikan peluang untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas di berbagai sektor ekonomi. Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi dapat membuka peluang baru untuk inovasi dan pengembangan bisnis.

Pemerintah Indonesia telah mengidentifikasi tantangan dan peluang ini dalam berbagai dokumen kebijakan dan berupaya untuk

mengatasi tantangan serta memanfaatkan peluang tersebut melalui kebijakan dan strategi yang tepat. Dalam transformasi perekonomian Indonesia, terdapat beberapa ancaman yang perlu dihadapi. Berikut adalah beberapa ancaman yang akan muncul.

1. Ketidakpastian Ekonomi Global. Perkembangan ekonomi global yang tidak stabil dapat berdampak negatif pada perekonomian Indonesia. Fluktuasi nilai tukar, perang perdagangan, krisis keuangan, atau perlambatan ekonomi di negara-negara mitra perdagangan dapat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi Indonesia.
2. Kerentanan terhadap Perubahan Iklim. Indonesia merupakan negara yang rentan terhadap dampak perubahan iklim, seperti bencana alam yang sering terjadi. Bencana alam seperti banjir, kekeringan, atau gempa bumi dapat mengganggu kegiatan ekonomi dan infrastruktur, serta menghambat pertumbuhan ekonomi.
3. Ketidakefisienan Birokrasi. Birokrasi yang tidak efisien, regulasi yang kompleks, dan korupsi dapat menjadi hambatan dalam transformasi perekonomian. Tindakan pemerintah untuk reformasi birokrasi dan pemberantasan korupsi menjadi penting untuk menciptakan iklim investasi yang kondusif.
4. Ketidakseimbangan Fiskal. Kondisi fiskal yang tidak seimbang, seperti defisit anggaran yang tinggi atau utang pemerintah yang meningkat, dapat mempengaruhi stabilitas ekonomi. Pengelolaan

keuangan yang baik dan kebijakan fiskal yang bijaksana perlu diimplementasikan untuk menjaga keseimbangan dan keberlanjutan perekonomian.

5. Ketimpangan Sosial dan Ekonomi. Masalah ketimpangan sosial dan ekonomi yang tinggi dapat menyulitkan transformasi perekonomian. Tantangan ini meliputi kesenjangan pendapatan, kesenjangan akses terhadap pendidikan dan layanan publik, serta kesenjangan regional antarwilayah. Perlunya kebijakan yang inklusif untuk mengurangi ketimpangan dan mencapai pertumbuhan ekonomi yang inklusif.

Untuk mengatasi ancaman-ancaman ini, pemerintah perlu mengambil tindakan yang tepat. Hal ini termasuk pengelolaan kebijakan ekonomi yang baik, perbaikan regulasi, penguatan infrastruktur, peningkatan daya saing, dan perlindungan terhadap ketidakpastian ekonomi global.

E. KEBIJAKAN DAN STRATEGI PEMERINTAH

Kebijakan dan strategi pemerintah dalam transformasi perekonomian Indonesia melibatkan beberapa aspek, termasuk kebijakan ekonomi makro, investasi, perdagangan, fiskal, moneter, dan pengembangan sumber daya manusia.

1. Kebijakan Ekonomi Makro. Pemerintah menerapkan kebijakan ekonomi makro untuk menjaga stabilitas dan pertumbuhan

ekonomi secara keseluruhan. Ini termasuk kebijakan pengendalian inflasi, stabilisasi nilai tukar, pengaturan suku bunga, dan kebijakan fiskal yang berkelanjutan. Tujuannya adalah menciptakan lingkungan ekonomi yang stabil dan kondusif bagi investasi dan pertumbuhan jangka panjang.

2. Kebijakan Investasi. Pemerintah mendorong investasi baik dari dalam negeri maupun luar negeri dengan mengadopsi kebijakan investasi yang menarik. Ini melibatkan penyederhanaan perizinan, perbaikan iklim investasi, insentif fiskal dan non-fiskal, serta perlindungan hukum bagi investor. Kebijakan ini bertujuan untuk meningkatkan aliran investasi, mendorong pertumbuhan sektor swasta, dan menciptakan lapangan kerja baru.
3. Kebijakan Perdagangan. Pemerintah melakukan kebijakan perdagangan yang berorientasi pada ekspansi pasar dan diversifikasi ekspor. Ini termasuk penandatanganan perjanjian perdagangan bilateral dan multilateral, fasilitasi perdagangan, pemangkasan tarif dan hambatan perdagangan, serta promosi ekspor. Kebijakan ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing produk Indonesia di pasar global dan meningkatkan pangsa pasar ekspor.
4. Kebijakan Fiskal. Pemerintah menerapkan kebijakan fiskal untuk mengatur penerimaan dan pengeluaran negara. Ini melibatkan pengaturan anggaran negara, kebijakan pajak, pengelolaan utang, dan subsidi. Kebijakan fiskal ditujukan untuk menciptakan

keberlanjutan fiskal, mengendalikan defisit anggaran, dan memperkuat kapasitas fiskal pemerintah.

5. Kebijakan Moneter. Pemerintah melalui Bank Indonesia (BI) menerapkan kebijakan moneter untuk mengendalikan inflasi dan menjaga stabilitas nilai tukar. Ini melibatkan pengaturan suku bunga, kebijakan pengawasan terhadap perbankan dan lembaga keuangan, serta pengelolaan cadangan devisa. Kebijakan moneter bertujuan untuk menciptakan stabilitas harga dan stabilitas sektor keuangan.
6. Kebijakan Pengembangan Sumber Daya Manusia. Pemerintah fokus pada pengembangan sumber daya manusia melalui kebijakan pendidikan, pelatihan keterampilan, dan peningkatan akses pendidikan. Ini termasuk pengembangan kurikulum pendidikan yang relevan dengan kebutuhan pasar kerja, peningkatan kualitas pendidikan, pelatihan keterampilan bagi tenaga kerja, dan program pemberdayaan ekonomi masyarakat. Kebijakan ini bertujuan untuk menciptakan tenaga kerja yang berkualitas, produktif, dan siap menghadapi perubahan ekonomi.

Pemerintah Indonesia telah mengadopsi beberapa strategi dalam transformasi perekonomian. Adapun strategi-strategi yang dilakukan Pemerintah Indonesia adalah sebagai berikut;

1. Pembangunan Infrastruktur. Pemerintah fokus pada pembangunan infrastruktur sebagai landasan penting untuk pertumbuhan ekonomi. Program pembangunan infrastruktur

seperti pembangunan jalan tol, pelabuhan, bandara, dan pembangkit listrik telah dilakukan untuk meningkatkan konektivitas dan mendukung kegiatan ekonomi di seluruh negeri.

2. Peningkatan Investasi dan Kemudahan Berusaha. Pemerintah berupaya meningkatkan iklim investasi dan memperbaiki regulasi bisnis guna menarik investasi baik dari dalam maupun luar negeri. Langkah-langkah seperti penyederhanaan prosedur perizinan, perlindungan hukum yang lebih baik, dan insentif fiskal telah diberlakukan untuk meningkatkan daya tarik investasi.
3. Diversifikasi Sektor Ekonomi: Pemerintah berkomitmen untuk mendorong diversifikasi sektor ekonomi dengan fokus pada sektor-sektor yang memiliki potensi pertumbuhan dan nilai tambah tinggi. Sejumlah sektor yang mendapatkan perhatian khusus meliputi industri manufaktur, pariwisata, agribisnis, teknologi informasi, energi baru terbarukan, dan industri kreatif.
4. Pengembangan Sumber Daya Manusia. Pemerintah memberikan perhatian khusus pada pengembangan sumber daya manusia untuk meningkatkan kualitas tenaga kerja. Program-program pendidikan, pelatihan keterampilan, dan peningkatan akses pendidikan tinggi telah dilaksanakan untuk memperkuat kapasitas tenaga kerja Indonesia dalam menghadapi tuntutan ekonomi yang berkembang.
5. Inovasi dan Digitalisasi. Pemerintah mendorong inovasi dan digitalisasi sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi. Program-

program pengembangan riset dan teknologi, startup dan inovasi digital, serta penerapan teknologi informasi dan komunikasi telah didukung untuk meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan daya saing ekonomi.

6. Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat. Pemerintah juga berfokus pada pemberdayaan ekonomi masyarakat dengan mengembangkan sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) serta koperasi. Program-program dukungan seperti pelatihan, pembiayaan, dan akses pasar telah dilakukan untuk meningkatkan kapasitas dan aksesibilitas ekonomi masyarakat.

Kebijakan dan strategi pemerintah ini tercermin dalam berbagai dokumen kebijakan dan rencana pembangunan, seperti Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) dan Rencana Induk Pembangunan Ekonomi (RIPE).

Sistem Perekonomian menerapkan sistem perekonomian yang didasarkan pada prinsip ekonomi pasar dengan campur tangan negara yang cukup signifikan. Pemerintah memiliki peran penting dalam mengatur kebijakan ekonomi, mendorong pertumbuhan sektor-sektor strategis, serta melindungi kepentingan masyarakat dan pemerataan pembangunan.

Transformasi Perekonomian di Indonesia bertujuan untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan, diversifikasi sektor ekonomi, peningkatan daya saing, serta pemerataan pembangunan. Transformasi ini melibatkan berbagai upaya, termasuk reformasi

ekonomi, pembangunan infrastruktur, diversifikasi ekonomi, inovasi dan digitalisasi, serta pengembangan sumber daya manusia.

Transformasi perekonomian Indonesia juga menghadapi tantangan seperti ketimpangan ekonomi, keberlanjutan lingkungan, infrastruktur yang masih perlu diperkuat, serta kurangnya kualitas sumber daya manusia. Namun, terdapat pula peluang seperti potensi demografi yang besar, sumber daya alam yang melimpah, dan pasar domestik yang besar. Pemerintah perlu mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang tersebut secara efektif.

Adapun kebijakan dan strategi Pemerintah dalam transformasi perekonomian, antara lain kebijakan ekonomi makro, kebijakan investasi, kebijakan perdagangan, kebijakan fiskal, kebijakan moneter, serta kebijakan pengembangan sumber daya manusia. Melalui kebijakan-kebijakan ini, pemerintah berupaya menciptakan iklim investasi yang kondusif, meningkatkan daya saing ekonomi, serta meningkatkan kualitas sumber daya manusia.

Dengan adanya transformasi perekonomian diharapkan dapat memberikan dampak positif, seperti peningkatan pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, peningkatan kualitas hidup, dan pemerataan pembangunan di seluruh wilayah Indonesia.

BAGIAN 3

PENDAPATAN NASIONAL, PERTUMBUHAN DAN STRUKTUR EKONOMI INDONESIA

A. PENDAHULUAN

Pendapatan Nasional merupakan salah satu indikator ekonomi makro yang sangat penting. Menurut Sukirno (2019) pendapatan nasional merupakan salah satu tolak ukur yang dapat digunakan untuk menentukan tingkat perekonomian suatu negara. Pendapatan nasional memiliki fungsi untuk membuat data dan melakukan prediksi terkait perekonomian suatu negara pada masa yang akan datang yang mana data itu dapat digunakan untuk merumuskan perencanaan ekonomi dalam mewujudkan pembangunan negara di masa mendatang (Sukirno, 2019).

Selain pendapatan nasional ini sebagai indikator ekonomi makro, masih banyak lagi variabel-variabel lain yang dapat digunakan sebagai indikator seperti pertumbuhan ekonomi. Pertumbuhan ekonomi tidak dipungkiri menjadi salah satu tolak ukur keberhasilan suatu pemerintahan daerah di era otonomi seperti sekarang ini. Semakin tinggi pertumbuhan ekonomi yang dicapai suatu daerah maka penilaian terhadap kinerja pemerintahan daerah tersebut akan semakin baik.

Pertumbuhan ekonomi merupakan suatu proses yang berarti perubahan yang terjadi terus menerus, kenaikan pendapatan perkapita harus terus berlangsung dalam jangka panjang dan yang terakhir perbaikan sistem kelembagaan di segala bidang (misalnya ekonomi, politik, hukum, sosial, dan budaya) (Lincoln, 2016). Ada kecenderungan bahwa semakin tinggi laju pertumbuhan ekonomi yang akan membuat semakin tinggi pendapatan masyarakat perkapita, semakin cepat perubahan struktur ekonomi, dengan asumsi faktor-faktor penentu lain mendukung proses tersebut, seperti manusia (tenaga kerja), bahan baku, dan teknologi tersedia.

Mankiw (2018) menjelaskan bahwa pertumbuhan ekonomi adalah kenaikan GDP riil suatu negara pada tahun tertentu yang menunjukkan naiknya pendapatan perkapita setiap orang dalam perekonomian dan dalam suatu negara pada tahun tertentu. Pendapatan nasional (GNP) menjadi dasar dalam menghitung laju pertumbuhan ekonomi. Laju pertumbuhan ekonomi adalah peningkatan GNP tahun yang dihitung dibanding tahun sebelumnya, dibagi GNP tahun sebelumnya.

Pada dasarnya pembangunan ekonomi mempunyai empat dimensi pokok yaitu: (1) pertumbuhan, (2) penanggulangan kemiskinan, (3) perubahan atau transformasi ekonomi, dan (4) keberlanjutan pembangunan dari masyarakat agraris menjadi masyarakat industri. Transformasi struktural merupakan prasyarat dari peningkatan dan kesinambungan pertumbuhan serta penanggulangan kemiskinan,

sekaligus pendukung bagi keberlanjutan pembangunan itu sendiri (Todaro dan Smith, 2020).

Proses pertumbuhan ekonomi ini pada akhirnya akan menyebabkan terjadinya transformasi struktural, yaitu proses pergeseran pertumbuhan sektor produksi dari yang semula mengandalkan sektor primer menuju sektor sekunder. Pergeseran pertumbuhan sektor produksi ini secara langsung juga akan berpengaruh pada perubahan komposisi tenaga kerja dari yang semula bermata pencaharian utama pada sektor pertanian, bergeser ke sektor industri, perdagangan dan jasa.

B. RUMUSAN MASALAH

1. Berapa besar pertumbuhan ekonomi yang dicapai dengan peningkatan pendapatan selama lima tahun terakhir (2018-2022)?
2. Apa hubungan antara pendapatan nasional, pertumbuhan, dan struktur ekonomi?

C. TUJUAN

1. Memaparkan besarnya pertumbuhan ekonomi yang dicapai dengan peningkatan pendapatan selama lima tahun terakhir (2018-2022).
2. Memaparkan hubungan antara pendapatan nasional, pertumbuhan, dan struktur ekonomi.

D. PENDAPATAN NASIONAL

Pendapatan nasional secara luas diartikan sebagai nilai barang dan jasa yang dihasilkan oleh suatu negara (Sukirno, 2019). Meskipun demikian, pendapatan nasional secara spesifik merupakan jumlah pendapatan yang diterima oleh faktor produksi yang digunakan untuk memproduksi barang dan jasa dalam tahun tertentu (Sukirno, 2019).

Indikator yang paling penting dalam mengukur kondisi perekonomian suatu negara dalam periode tertentu adalah Gross National Product (GNP) atau Produk Nasional Bruto (PNB). Ditinjau dari besarnya GNP maka setiap negara memiliki GNP yang berbeda antara satu negara dengan negara lainnya. Hal ini dapat dilihat pada besarnya GNP per capita masing-masing Negara.

Perbedaan-perbedaan yang timbul antar satu negara dengan lainnya menurut, Winardi (2016), adalah dipengaruhi oleh berbagai macam faktor, antara lain seperti: (a) Sumber daya alam yang berbeda; (b) Tingkat pendidikan dan skill serta jumlah penduduk yang berbeda; (c) Adanya persediaan barang-barang modal; (d) Situasi dan kondisi sosial, politik serta keamanan tiap Negara. Namun di lain sisi walaupun GNP suatu negara cukup besar tetapi bila jumlah penduduknya sangat besar maka GNP per kapita negara yang bersangkutan akan menjadi sangat kecil.

E. PERTUMBUHAN EKONOMI

Pertumbuhan ekonomi merupakan upaya peningkatan kapasitas produksi untuk mencapai penambahan output, yang diukur menggunakan Produk Domestik Bruto (PDB) maupun Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) dalam suatu wilayah (Adisasmita, 2018). Menurut Kuznets dalam Todaro dan Smith (2020), pertumbuhan ekonomi adalah kenaikan kapasitas jangka panjang dari negara yang bersangkutan untuk menyediakan berbagai barang ekonomi kepada penduduknya. Kenaikan kapasitas tersebut dimungkinkan oleh adanya kemajuan atau penyesuaian-penyesuaian teknologi, institusional dan ideologi terhadap berbagai keadaan yang ada.

F. STRUKTUR EKONOMI

Struktur ekonomi dipergunakan untuk menunjukkan komposisi atau susunan sektor-sektor ekonomi dalam suatu perekonomian. Struktur ekonomi juga merupakan implementasi dari sistem-sistem ekonomi yang ada dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan suatu negara melalui pembangunan ekonomi dan pertumbuhan pendapatan nasional.

Menurut Todaro dan Smith (2020), teori perubahan struktur ekonomi berfokus pada mekanisme di mana ekonomi berkembang dengan mengubah struktur ekonomi domestik dari yang

menitikberatkan pada sektor agraris ke sektor yang lebih modern, lebih urbanisasi, serta ekonomi manufaktur dan jasa yang lebih beragam secara industri.

G. PEMBAHASAN

1. Pencapaian pertumbuhan ekonomi dengan peningkatan pendapatan selama lima tahun terakhir

Kemampuan untuk meningkatkan pendapatan nasional, terlihat dari perkembangan produk domestik brutonya atau produk nasional brutonya, atau besaran pendapatan nasionalnya. Apabila perkembangan tersebut memperlihatkan peningkatan setiap tahunnya, maka dapat dikatakan bahwa negara tersebut memiliki prestasi ekonomi yang cukup baik, walaupun pendapatan nasional yang dinilai dengan ukuran agregat ini bukanlah satu-satunya ukuran untuk menilai prestasi ekonomi suatu bangsa.

Pendapatan nasional adalah suatu alat ukur untuk menentukan tingkat perekonomian suatu negara. Suatu perekonomian dapat dikatakan berkembang apabila pendapatan perkapita dalam waktu panjang cenderung naik. Indikator yang paling penting dalam mengukur kondisi perekonomian suatu negara dalam periode tertentu adalah Gross National Product (GNP) atau Produk Nasional Bruto (PNB). Produk Nasional Bruto (GNP) adalah nilai Produk nasional (berdasarkan harga pasar) dari jumlah semua barang-barang terakhir dan jasa-jasa yang

dihasilkan dalam satu tahun termasuk barang-barang konsumsi maupun barang-barang modal, yang meliputi: (1) barang-barang modal baru yang merupakan tambahan pada jumlah peralatan modal yang sudah ada maupun (2) barang-barang yang dimaksud untuk mengganti sebagian atau seluruh peralatan barang-barang yang lama.

Penilaian terhadap GNP ini dilakukan dari waktu ke waktu yakni setiap tahun, bahkan biasanya dibandingkan dengan negara lain terutama negara yang berada dalam level kondisi ekonomi yang relatif sama. Perhitungan pendapatan nasional yang menghitung nilai produk barang dan juga yang dihasilkan masyarakat dalam suatu perekonomian yang dinyatakan dalam satu tahun tertentu dan apabila dilakukan setiap tahun secara terus menerus, maka dari penambahan yang terjadi pada setiap tahunnya itu, menunjukkan suatu pertumbuhan yang sering dijadikan pula sebagai ukuran untuk menyatakan laju pertumbuhan ekonomi. Oleh karena itu, disatu pihak pendapatan nasional menunjukkan tingkat kegiatan ekonomi yang dicapai pada suatu tahun, sedangkan di lain pihak pertumbuhan ekonomi itu sendiri merupakan perubahan tingkat pendapatan yang berlaku dari tahun ke tahun.

Tabel berikut akan memperlihatkan perkembangan pendapatan nasional (GNP) atas harga konstan dan harga berlaku selama lima tahun yakni tahun 2018 sampai dengan tahun 2022.

Tabel 3.1.

*Perkembangan Pendapatan Nasional (GNP)
Atas Dasar Harga Konstan dan Harga Berlaku Tahun 2018-2022
(dalam milyar rupiah)*

Tahun	Harga Konstan (Rp.) Tahun Dasar 2010		Harga Berlaku (Rp.)	
	PDB (Milyar)	Perubahan (%)	PDB (Milyar)	Perubahan (%)
2018	10,425,851.90	5.17	14,838,756.00	9.19
2019	10,949,155.40	5.02	15,832,657.20	6.70
2020	10,722,999.30	-2.07	15,443,353.20	-2.46
2021	11,120,077.90	3.70	16,976,690.80	9.93
2022	11,710,397.80	5.31	19,588,445.60	15.38

Sumber: <https://satudata.kemendag.go.id/data-informasi/perdagangan-dalam-negeri/produk-domestik-bruto>

Dari data diatas terlihat adanya pendapatan nasional yang diukur dengan GNP atau Produk Nasional Bruto (PNB) mengalami fluktuatif yang mana di tahun 2019 mengalami peningkatan sebesar 5,02% kemudian menurun di tahun 2020 sebesar 2,07% dan meningkat kembali di tahun 2021 sebesar 3,70% dan di tahun 2022 juga kembali mengalami peningkatan sebesar 5,31%.

Ke depan, pertumbuhan ekonomi 2023 diperkirakan tetap kuat pada kisaran 4,5-5,3%, didorong oleh peningkatan permintaan domestik, baik konsumsi rumah tangga maupun investasi.

Prakiraan tersebut sejalan dengan naiknya mobilitas masyarakat pasca penghapusan kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM), membaiknya prospek bisnis, meningkatnya aliran masuk Penanaman Modal Asing (PMA), serta berlanjutnya penyelesaian Proyek Strategis Nasional (PSN) (Haryono, 2023).

Pertumbuhan ekonomi yang kuat didukung oleh hampir seluruh komponen PDB dari sisi pengeluaran. Konsumsi rumah tangga tumbuh sebesar 4,48% (yoy) sejalan meningkatnya mobilitas masyarakat, termasuk aktivitas perayaan Hari Besar Keagamaan Nasional (HBKN) Natal dan Tahun Baru, serta berlanjutnya penyaluran bantuan sosial. Ekspor tetap tumbuh tinggi sebesar 14,93% (yoy), didorong oleh permintaan mitra dagang utama yang masih kuat (Haryono, 2023).

Pertumbuhan ekonomi yang tetap kuat juga tercermin secara Lapangan Usaha dan spasial. Secara Lapangan Usaha (LU), seluruh LU pada triwulan IV 2022 juga menunjukkan kinerja positif, terutama ditopang oleh Industri Pengolahan, Perdagangan Besar dan Eceran, serta Informasi dan Komunikasi. LU Transportasi dan Pergudangan serta Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum juga mencatat pertumbuhan yang tinggi didorong oleh berlanjutnya peningkatan mobilitas masyarakat dan naiknya kunjungan wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara (Haryono, 2023).

Pertumbuhan ekonomi, yang dihitung ini adalah berdasarkan kenaikan nilai riil Produk Domestik Bruto (*Gross Domestic Product*) diatas bukan semata-mata menunjukkan peningkatan produk atau pendapatan secara makro. Pertumbuhan ekonomi yang telah digambarkan diatas, juga telah diikuti oleh perkembangan pendapatan perkapita masyarakat. Dengan memperhitungkan persentase pendapatan/PDB sektor/lapangan usaha terhadap total PDB nasional, maka akan diperoleh peran (share) sektor terhadap pendapatan nasional, dan dari hasil itu pula akan dapat dilihat struktur ekonomi Negara.

2. Hubungan antara pendapatan nasional, pertumbuhan, dan struktur ekonomi

Pertumbuhan ekonomi yang kurang baik mengakibatkan struktur ekonomi tidak berkembang. Hal ini menyebabkan pendapatan nasional kecil, sehingga sistem ekonomi berpengaruh besar terhadap jalannya sistem Negara. Struktur ekonomi dipergunakan untuk menunjukkan komposisi atau susunan sektor-sektor ekonomi dalam suatu perekonomian. Struktur ekonomi juga merupakan implementasi dari sistem-sistem ekonomi yang ada dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan suatu negara melalui pembangunan ekonomi dan pertumbuhan pendapatan nasional.

Proses perubahan struktur perekonomian ditandai dengan: (1) menurunnya pangsa sektor primer (pertanian), (2) meningkatnya pangsa sektor sekunder (industri), dan (3) pangsa sektor tersier

(jasa) juga memberikan kontribusi yang meningkat sejalan dengan pertumbuhan ekonomi (Todaro dan Smith, 2020). Struktur ekonomi merupakan komposisi kontribusi masing-masing sektor dalam perekonomian baik menurut lapangan usaha maupun pembagian sektoral. Menurut Tambunan (2020), pembangunan ekonomi jangka panjang yang mengikuti pertumbuhan pendapatan nasional akan mengubah secara mendasar struktur perekonomian yang mulanya tradisional (agraris sebagai sektor utama) menjadi modern (didominasi industri manufaktur).

Ada beberapa faktor yang menentukan terjadinya perubahan struktur ekonomi antara lain : 1) Produktivitas tenaga kerja per sektor secara keseluruhan 2) Adanya modernisasi dalam proses peningkatan nilai tambah dari bahan baku, barang setengah jadi dan barang jadi 3) Kreativitas dan penerapan teknologi yang disertai kemampuan untuk memperluas pasar produk/jasa yang dihasilkannya. 4) Kebijakan pemerintah yang mendorong pertumbuhan dan pengembangan sektor dan komoditi unggulan 5) Ketersediaan infrastruktur yang menentukan kelancaran aliran distribusi barang dan jasa serta mendukung proses produksi. 6) Kegairahan masyarakat untuk berwirausaha dan melakukan investasi secara terus-menerus 7) Adanya pusat-pusat pertumbuhan baru yang muncul dalam wilayah daerah 8) Terbukanya perdagangan luar daerah dan luar negeri melalui ekspor-impor.

Peningkatan pendapatan nasional selama periode 2018-2022 mengalami peningkatan yang berfluktuasi. Demikian pula dengan pertumbuhan ekonomi nasional yang selama periode tersebut masih memperlihatkan pertumbuhan rata-rata, sama dengan periode sebelumnya, sehingga dapat dikatakan bahwa pertumbuhan ekonomi mengalami perkembangan yang lambat. Kondisi seperti ini, dapat berdampak pada peningkatan pengangguran, karena peningkatan kesempatan kerja pada sektor ekonomi belum terbuka secara luas, sementara tenaga kerja semakin bertambah.

Peran sektor industri memperlihatkan peningkatan yang cukup besar, baik dilihat dari struktur ekonomi, maupun dilihat dari sumbangannya terhadap pendapatan nasional (GNP). Bahkan sektor ini adalah sektor terbesar memberikan sumbangan pada pendapatan nasional.

BAGIAN 4

DISTRIBUSI PENDAPATAN DAN PEMERATAAN PEMBANGUNAN INDONESIA

A. PENDAHULUAN

Indikator keberhasilan pembangunan terus berkembang dari waktu ke waktu. Pada awal pembangunan dilakukan di banyak negara terutama di negara-negara maju maka indikator keberhasilan pembangunan adalah pertumbuhan ekonomi yang tinggi.

Pembangunan yang berhasil adalah yang menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang tinggi. Ukuran dari pertumbuhan ekonomi adalah pertumbuhan dari pendapatan nasional pada tingkat nasional dan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) di tingkat daerah (Provinsi, Kabupaten, dan Kota).

Dalam perkembangannya, indikator keberhasilan pembangunan ekonomi dengan tingginya pertumbuhan ekonomi ternyata tidak cukup karena mendapat banyak kritik karena kekurangannya. Salah satu kekurangan indikator keberhasilan pembangunan ekonomi dengan pertumbuhan ekonomi yang tinggi adalah masalah distribusi pendapatan. Pertumbuhan ekonomi yang tinggi tetapi hanya dinikmati oleh sebagian kecil masyarakat sehingga distribusi pendapatan tidak merata dianggap bukan sesuatu yang baik dan berhasil.

Kritik tersebut membuat indikator keberhasilan pembangunan ditambahkan dengan indikator-indikator lain selain pertumbuhan ekonomi. Salah satu indikator yang lain tersebut adalah distribusi pendapatan.

B. PENGERTIAN DISTRIBUSI PENDAPATAN

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) kata distribusi mempunyai beberapa arti. Beberapa arti kata distribusi tersebut adalah: (1) penyaluran, pembagiaan, atau pengiriman sesuatu ke beberapa orang atau tempat; (2) pembagian barang keperluan sehari-hari oleh pemerintah (terlebih dalam masa darurat) kepada pegawai negeri, penduduk, dan sebagainya; dan (3) persebaran benda dalam wilayah geografi tertentu.

Sedangkan pengertian pendapatan- menurut Samuelson (1992)- adalah penerimaan total atau kas yang diperoleh seseorang atau rumah tangga dalam waktu tertentu (biasanya satu tahun).

Jadi pengertian distribusi pendapatan adalah pembagian pendapatan nasional atau daerah di antara penduduk negara atau daerah tertentu.

C. JENIS DISTRIBUSI PENDAPATAN

Dalam ilmu ekonomi makro dan dalam praktek distribusi pendapatan dalam suatu negara atau masyarakat dikategorikan ke

dalam 2 (dua) jenis. Kedua jenis distribusi pendapatan tersebut adalah:

1. Distribusi Pendapatan Ukuran (Size Distribution) atau Distribusi Pendapatan Personal

Distribusi pendapatan ukuran (size distribution) atau distribusi pendapatan personal menunjukkan distribusi pendapatan di antara individu dalam masyarakat atau dengan kata lain menunjukkan berapa besar perbedaan pendapatan yang diterima oleh tiap-tiap orang atau individu dalam masyarakat. Dalam hal ini tidak dilihat cara individu tersebut memperoleh pendapatannya, apakah dengan bekerja ataukah dia menerima royalti, hadiah, keuntungan usaha, remitansi, warisan atau sumber-sumber yang lain.

2. Distribusi Fungsional atau Distribusi Pendapatan Antar Faktor Produksi

Distribusi pendapatan fungsional menggambarkan seberapa besar porsi pendapatan atau balas jasa yang diterima oleh tiap-tiap faktor produksi. Adapun tiap-tiap faktor produksi akan menerima balas jasa atau pendapatan sebagai berikut:

- a. Tenaga kerja menerima balas jasa atau pendapatan berupa upah atau gaji.
- b. Faktor-faktor produksi tetap seperti tanah, bangunan, dan mesin menerima balas jasa atau pendapatan berupa sewa.
- c. Faktor produksi modal uang menerima balas jasa atau pendapatan berupa bunga

- d. Kewirausahaan menerima balas jasa atau pendapatan berupa keuntungan atau laba.

D. METODE PENGUKURAN DAN KLASIFIKASI KETIDAKMERATAAN DISTRIBUSI

PENDAPATAN

Ada beberapa metode pengukuran distribusi pendapatan baik distribusi pendapatan ukuran atau personal maupun distribusi pendapatan fungsional. Adapun metode mengukur distribusi pendapatan baik personal maupun fungsional adalah sebagai berikut:

1. Metode untuk Mengukur Distribusi Pendapatan Personal:

a. Kurva Lorenz

Kurva Lorenz berbentuk bujur sangkar. Sumbu horizontal di sebelah bawah menunjukkan persentase kumulatif kelompok masyarakat berdasarkan tingkat pendapatannya dan sumbu vertikal sebelah kiri menunjukkan persentase kumulatif bagian pendapatan total atau pendapatan nasional yang diterima tiap-tiap kelompok masyarakat tersebut. Distribusi pendapatan yang merata secara sempurna ditunjukkan oleh garis lurus yang membagi bujur sangkar ke dalam dua bagian sama besarnya. Kurva Lorenz sendiri berbentuk cembung menjauhi garis horizontal tersebut. Makin cembung Kurva Lorenz maka makin tidak merata distribusi pendapatan antar individu atau antar person di suatu masyarakat.

b. Rasio atau Koefisien Gini

Rasio atau Koefisien Gini ditemukan oleh seorang ahli statistik Italia Corrado Gini (1884-1965). Ia merupakan orang yang dekat dengan Presiden Mussolini. Waktu menemukan Rasio atau Koefisien Gini, dia menjabat sebagai kepala Badan Statistik Italia (kemudian dia mundur dari jabatan itu tahun 1932). Dia prihatin dengan Italia di bawah Fasisme Mussolini. Salah satu keprihatinannya adalah terjadinya ketimpangan distribusi pendapatan antar penduduk di Italia. Lalu dia menemukan cara mengukur distribusi pendapatan antar penduduk yang kemudian dikenal sekarang ini sebagai Rasio atau Koefisien Gini. Besarnya Rasio atau Koefisien Gini adalah antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu). Angka 0 (nol) menunjukkan distribusi pendapatan antar individu yang merata sempurna (artinya pendapatan semua anggota masyarakat atau individu adalah sama) dan 1 (satu) menunjukkan ketidakmerataan distribusi pendapatan yang sempurna (artinya seluruh pendapatan nasional hanya diterima oleh satu orang atau satu individu saja). Dengan demikian semakin besar Rasio atau Koefisien Gini menunjukkan semakin timpang distribusi pendapatan antar individu di suatu negara atau wilayah.

Adapun kriteria ketidakmerataan dengan menggunakan Rasio atau Koefisien Gini seperti dapat dilihat pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1.

Kriteria Kemerataan Distribusi Pendapatan Berdasar Rasio atau Koefisien Gini

Rasio atau Koefisien Gini	Kemerataan Distribusi Pendapatan
0	Kemerataan Sempurna
0,20 – 0,35	Ketidakerataan rendah
0,36 – 0,49	Ketidakerataan sedang
0,50 - 0,70	Ketidakerataan tinggi
1	Ketidakerataan sempurna

Sumber: diolah dari berbagai sumber

c. Kriteria Bank Dunia

Bank Dunia menggunakan ukuran distribusi pendapatan dengan membagi kelompok penduduk menjadi 3 golongan yaitu: 40 persen berpendapatan rendah, 40 persen berpendapatan sedang atau menengah, dan 20 persen berpendapatan tinggi. Kriteria tingkat atau derajat ketimpangan distribusi pendapatan dilihat dari berapa persen pendapatan nasional yang dinikmati oleh 40 persen penduduk berpendapatan rendah.

Berdasarkan ukuran tersebut maka klasifikasi tingkat distribusi pendapatan di suatu negara atau wilayah akan ditentukan berdasar berapa persen pendapatan total (nasional atau wilayah) yang dinikmati oleh 40 persen penduduk berpendapatan rendah. Berdasarkan kriteria Bank Dunia

tersebut maka tingkat pemerataan distribusi pendapatan di suatu negara atau wilayah seperti terlihat pada Tabel 4.2.

Tabel 4.2.

Kriteria Pemerataan Distribusi Pendapatan Berdasar Kriteria Bank Dunia

Distribusi Pendapatan	Tingkat Ketimpangan atau Kesenjangan Distribusi Pendapatan
Kelompok 40% penduduk termiskin pendapatannya <12% dari keseluruhan pendapatan (nasional atau wilayah)	Tinggi
Kelompok 40% penduduk termiskin pendapatannya 12% sampai 17% dari keseluruhan pendapatan (nasional atau wilayah)	Sedang
Kelompok 40% Penduduk termiskin Pendapatannya >17% dari keseluruhan pendapatan (nasional atau wilayah)	Rendah

Sumber: diolah dari berbagai sumber

Metode Mengukur Distribusi Pendapatan Fungsional

Metode untuk mengukur distribusi pendapatan fungsional atau distribusi pendapatan di antara faktor-faktor produksi adalah dengan melihat proporsi atau persentase pendapatan nasional yang diterima oleh masing-masing faktor produksi. Seperti telah disebutkan di depan maka tiap-tiap faktor produksi akan menerima balas jasa atau pendapatan sebagai berikut: (1) Tenaga kerja akan menerima balas jasa atau pendapatan berupa upah; (2) Faktor-faktor produksi tetap (mesin, tanah, bangunan, dan lain-lain) akan menerima balas jasa

atau pendapatan berupa sewa; (3) Modal uang akan menerima balas jasa atau pendapatan berupa bunga; dan (4) Wirausaha akan menerima balas jasa atau pendapatan berupa keuntungan atau laba. Dengan mempresentasikan upah, sewa, bunga, dan laba terhadap total pendapatan nasional maka akan diketahui mana faktor produksi yang menerima bagian pendapatan nasional terbesar dan mana yang terkecil serta tingkat pemerataan distribusi pendapatan di antara faktor-faktor produksi.

E. FAKTOR-FAKTOR PENYEBAB KETIDAKMERATAAN ATAU KETIMPANGAN DISTRIBUSI PENDAPATAN SECARA UMUM

Ketidakmerataan atau ketimpangan distribusi pendapatan merupakan masalah pembangunan ekonomi di banyak negara khususnya di negara-negara sedang berkembang. Ada beberapa penyebab ketidakmerataan atau ketimpangan distribusi pendapatan. Beberapa faktor tersebut, berdasar pendapat para ahli, teori, maupun temuan empiris, diuraikan berikut ini.

1. Perbedaan Kondisi Fisik dan Mental Antar Individu.

Ada individu yang menyandang disabilitas baik fisik maupun mental sehingga kemampuan bekerjanya atau produktivitasnya terbatas sehingga mendapatkan balas jasa atau upah atau pendapatan yang lebih kecil dibanding mereka yang normal keadaannya.

2. Perbedaan Tingkat Kesehatan Antar Individu

Antar individu dalam masyarakat juga terdapat perbedaan dalam hal tingkat kesehatan. Perbedaan dalam hal tingkat kesehatan ini menyebabkan perbedaan dalam hal produktivitas yang pada akhirnya akan menyebabkan perbedaan dalam hal pendapatan. Makin sehat seseorang makin produktif seseorang sehingga makin besar pendapatannya. Perbedaan tingkat kesehatan dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain perbedaan dalam hal: tingkat pendapatan, pola asuh, pola makan, akses kepada sarana dan pra sarana kesehatan, pengetahuan tentang kesehatan, dan lain-lain.

3. Perbedaan Tingkat Pendidikan dan Keterampilan Antar Individu

Antar individu dalam masyarakat juga terdapat perbedaan dalam hal tingkat pendidikan dan kesehatan. Perbedaan dalam tingkat pendidikan dan keterampilan antar individu menyebabkan perbedaan produktivitas dan pekerjaan yang bisa dilakukan yang pada akhirnya menyebabkan perbedaan dalam pendapatan. Makin tinggi pendidikan dan ketrampilan seseorang maka akan makin tinggi produktivitasnya serta makin terbuka lebar pekerjaan yang memberikan gaji dan upah yang tinggi sehingga hasil akhirnya akan makin tinggi pula pendapatannya. Perbedaan tingkat pendidikan ini disebabkan oleh perbedaan: tingkat pendapatan, pola asuh, akses kepada sarana dan prasarana pendidikan, dan lain-lain.

4. Inflasi yang Tinggi

Tingkat inflasi yang tinggi juga merupakan salah satu penyebab ketimpangan distribusi pendapatan. Tingkat inflasi mempunyai pengaruh yang berbeda pada setiap individu. Seseorang yang kaya biasanya akan melakukan diversifikasi dalam asset yang dipegangnya atau melakukan portofolio aset, misalnya saja ia akan memegang kekayaan dalam: tanah, bangunan, obligasi, saham, emas, valuta asing, dan lain-lain. Sedangkan orang miskin biasanya hanya memegang asetnya dalam bentuk uang tunai. Ketika terjadi inflasi yang tinggi maka akan ada jenis aset tertentu yang nilai atau harganya naik. Maka orang kaya yang punya beragam aset akan menikmati kenaikan kekayaan, sementara orang miskin yang hanya punya uang tunai makin turun kekayaannya sehingga kesenjangan distribusi pendapatan makin melebar.

5. Kebijakan yang Bias atau Memihak Kepada Orang Kaya

Ketimpangan distribusi pendapatan juga bisa terjadi karena kebijakan yang memihak atau bias kepada orang kaya. Contohnya adalah kebijakan dalam hal akses kepada pembiayaan usaha. Orang kaya jika mengajukan kredit usaha jaminannya hanya nama baik saja, sementara orang miskin yang tidak punya jaminan apa-apa tidak bisa mengajukan kredit. Dengan demikian orang kaya akan semakin kaya, sementara orang miskin akan semakin miskin atau dengan kata lain.

6. Kebijakan yang Bias atau Memihak Kepada Perkotaan

Ketimpangan atau ketidakmerataan dalam distribusi pendapatan juga bisa disebabkan oleh kebijakan pembangunan yang memihak kepada daerah perkotaan. Misalnya saja pembangunan infrastruktur jalan, penyediaan listrik, air bersih, dan lain-lain yang hanya dibangun dan disediakan di daerah perkotaan, sementara di daerah pedesaan tidak. Akibatnya hanya penduduk perkotaan yang menikmati segala fasilitas serta sarana dan prasarana sehingga dengan itu semua pendapatannya bisa meningkat. Di lain pihak, penduduk desa yang tidak menikmati segala sarana serta fasilitas tetap miskin.

7. Transformasi Struktural Perekonomian Yang Tak Berjalan Dengan Baik

Transformasi struktural perekonomian yang tidak berjalan dengan baik merupakan salah satu penyebab terjadinya ketimpangan distribusi pendapatan. Yang dimaksud dengan transformasi struktural perekonomian yang tidak berjalan dengan baik adalah secara produksi dominasi sektor primer khususnya sektor pertanian sudah menurun dan digantikan oleh sektor sekunder (industri manufaktur) dan sektor tersier (jasa-jasa), tetapi hal itu tidak diikuti dengan penurunan tenaga kerja yang bekerja di sektor pertanian yang berpindah kepada sektor sekunder dan tersier. Akibatnya mereka yang bekerja di sektor primer atau sektor pertanian berada pada kondisi pengangguran tak kentara yaitu mereka bekerja tetapi produktivitasnya kecil bahkan nol

sehingga akan menerima pendapatan yang sangat kecil. Di sisi lain, mereka yang bekerja di sektor industri dan jasa-jasa yang terus berkembang pesat akan menikmati pendapatan yang lebih tinggi.

8. Strategi Pembangunan Yang Terlalu Menitikberatkan Pada Pertumbuhan Ekonomi Tinggi

Ada berbagai strategi atau kebijakan dalam pembangunan ekonomi. Salah satunya adalah strategi atau kebijakan pembangunan ekonomi yang mengutamakan atau menitikberatkan pada pertumbuhan ekonomi yang tinggi. Jika pertumbuhan ekonomi yang tinggi sudah tercapai maka akan ada proses selanjutnya yaitu akan ada efek tetesan ke bawah (Trickle Down Effect) sehingga akan tercapai pemerataan. Salah satu contoh aplikasi dari strategi ini adalah pembangunan dengan mengundang investor-investor untuk berinvestasi besar-besaran di sektor industri manufaktur yang padat modal. Pembangunan industri manufaktur yang padat modal di suatu daerah akan menyebabkan tumbuhnya aktivitas ekonomi yang lain yang mendukung keberadaan industri manufaktur tersebut salah satunya adalah tumbuhnya UMKM yang memenuhi kebutuhan tenaga kerja dari industri besar tersebut sehingga terjadilah efek tetesan ke bawah. Pada perkembangan selanjutnya jika industri besar itu terus berkembang dan juga kegiatan usaha yang terkait dengannya juga terus berkembang maka kegiatan-kegiatan tersebut akan mencari lokasi-lokasi baru di daerah pinggiran sehingga daerah pinggiran akan ikut maju. Jadi terjadi juga

pemerataan atau efek tetesan ke bawah antar daerah. Namun dalam kenyataannya, efek tetesan ke bawah jarang atau bahkan tidak terjadi. Banyak industri besar berkembang tetapi tidak menciptakan pemerataan di daerah tempat industri tersebut berlokasi karena memakai bahan baku dan tenaga kerja dari luar. Demikian juga efek tetesan ke bawah ke wilayah sekitarnya juga tidak terjadi. Akibatnya pendapatan sang industriawan dan mereka yang bekerja di industri tersebut yang jumlahnya sedikit semakin tinggi pendapatannya, sedangkan penduduk sekitar tidak bertambah pendapatannya.

F. KEBIJAKAN UNTUK MEMERATAKAN DISTRIBUSI PENDAPATAN SECARA UMUM

Untuk mengatasi kesenjangan atau ketidakmerataan distribusi pendapatan ada beberapa kebijakan yang sudah dan seyogyanya ditempuh oleh negara dan lembaga-lembaga lain yang terkait. Beberapa kebijakan tersebut adalah sebagai berikut.

1. Subsidi Uang Tunai

Salah satu bentuk kebijakan untuk membuat distribusi pendapatan antar individu merata adalah dengan memberikan subsidi berupa uang tunai kepada mereka yang miskin atau berpendapatan rendah. Kelemahan kebijakan ini adalah bisa menciptakan kemalasan bagi masyarakat golongan miskin karena menggantungkan diri dari bantuan pemerintah.

2. Subsidi Harga

Bentuk kebijakan subsidi harga adalah dengan memberikan subsidi pada harga barang dan jasa yang dibeli oleh mereka yang berpendapatan rendah atau miskin. Kelemahan dari kebijakan subsidi harga ini adalah seringkali kebijakan ini tidak tepat sasaran karena orang yang tidak berhak menerima subsidi ikut membeli barang dan jasa yang disubsidi. Biasanya lalu diatasi dengan memberikan kupon pada orang miskin yang berhak menerima subsidi harga sehingga hanya yang memiliki kupon tersebut bisa membeli barang dan jasa yang harganya disubsidi. Tetapi masih ada celah kebijakan seperti itu disalahgunakan yaitu kupon yang sudah dibagikan kepada orang miskin dijual kepada orang yang tidak berhak memegang kupon tersebut.

3. Subsidi barang

Bentuk kebijakan subsidi yang lain adalah subsidi berbentuk barang secara langsung kepada orang miskin. Kebijakan ini lebih kecil celah untuk menyelewengkannya. Namun kelemahan kebijakan ini adalah orang miskin tidak bisa bebas memilih barang yang dibutuhkan yang disubsidi.

4. Kebijakan Pajak Progresif

Kebijakan pajak progresif adalah kebijakan perpajakan yang mengenakan tarif pajak yang semakin tinggi pada basis pajak yang semakin besar. Contohnya adalah Pajak Penghasilan (PPH) yang makin tinggi penghasilan atau pendapatan maka akan makin tinggi tarif pajak yang dikenakan. Dari hasil penerimaan pajak

tersebut akan digunakan untuk memberikan subsidi bagi masyarakat miskin.

5. Kebijakan Penyediaan Lapangan Kerja Secara Langsung

Kebijakan penyediaan lapangan kerja secara langsung dilakukan antara lain dengan cara pemerintah membangun infrastruktur secara padat karya. Contoh dari kebijakan ini adalah pemerintah melakukan pembangunan jalan, jembatan, dan infrastruktur yang lain dengan cara padat karya artinya orang miskin bisa bekerja pada projek pembangunan itu dan menerima upah.

6. Asuransi Kredit Bagi Pelaku UMKM

Kebijakan lain untuk pemeratakan distribusi pendapatan adalah membuka akses rakyat miskin kepada pinjaman atau kredit yang bisa digunakan untuk membiayai usahanya sehingga pendapatan orang miskin bisa meningkat. Salah satu caranya adalah pemerintah membayar asuransi bagi kredit usaha bagi orang miskin sehingga pihak pemberi kredit percaya dan mau memberikan kredit pada orang miskin karena ada yang menanggungnya. Namun kelemahan dari program ini adalah orang miskin yang mengambil kredit usaha dan mengetahui kalau kreditnya itu ditanggung asuransi oleh pemerintah maka ia tak akan mengembalikan kredit yang diambalnya.

G. GAMBARAN DISTRIBUSI PENDAPATAN DI INDONESIA (PERKEMBANGAN, PENYEBAB, DAN KEBIJAKAN)

Seperti kebanyakan negara sedang berkembang pada umumnya Indonesia juga menghadapi masalah ketidakmerataan atau ketimpangan dalam distribusi pendapatan antar individu. Hal tersebut wajar karena Indonesia masih dalam proses pembangunan ekonomi menuju menjadi negara maju. Akan diuraikan pada sub bab ini tentang perkembangan Koefisien atau rasio Gini di Indonesia, penyebab ketimpangan distribusi pendapatan di Indonesia, dan kebijakan yang sudah dan seyogyanya ditempuh untuk mengatasi ketimpangan distribusi pendapatan di Indonesia.

1. Perkembangan Distribusi Pendapatan di Indonesia

Perkembangan distribusi pendapatan Indonesia yang diukur dengan Koefisien atau Rasio Gini dari tahun 2015 sampai 2022 dapat dilihat pada Tabel 4.3.

*Tabel 4.3.
Rasio atau Koefisien Gini di Indonesia 2016-2022*

Tahun	Rasio atau Koefisien Gini
2015	0,419
2016	0,409
2017	0,404
2018	0,391
2019	0,392
2020	0,385
2021	0,381
2022	0,402

Sumber: BPS, Statistik Indonesia, berbagai tahun

Berdasarkan Tabel 3 yang menampilkan ketimpangan distribusi pendapatan di Indonesia tahun 2015 sampai tahun 2022 dapat ditarik 2 (dua) kesimpulan. Pertama, ketimpangan distribusi pendapatan Indonesia masuk dalam kategori sedang. Kedua, distribusi pendapatan Indonesia cenderung fluktuatif dari waktu ke waktu. Sedangkan data distribusi fungsional atau pendapatan faktor-faktor produksi untuk Indonesia sampai saat ini belum tersedia karena kesulitan metodologi untuk menghitungnya.

2. Penyebab Ketimpangan Distribusi Pendapatan di Indonesia

Adapun sebab-sebab ketimpangan atau ketidakmerataan distribusi pendapatan di Indonesia sama dengan faktor penyebab ketimpangan distribusi pendapatan pada umumnya seperti yang telah disebutkan sebelumnya. Berikut beberapa faktor penyebab ketimpangan distribusi pendapatan di Indonesia dengan contoh yang spesifik.

a. Perbedaan Kondisi Fisik Dikaitkan dengan Disabilitas

Berdasarkan Survei Sosial Ekonomi Nasional (SUSENAS) yang diadakan oleh BPS pada tahun 2020 terdapat 28,05 juta orang penyandang disabilitas di Indonesia. Sedangkan menurut Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) jumlah penyandang disabilitas di Indonesia pada tahun 2020 mencapai 10 persen dari jumlah penduduk Indonesia atau sekitar 27,03 juta orang. Para penyandang disabilitas ini tentu kemampuan dan produktivitasnya lebih rendah sehingga pendapatannya lebih rendah dibanding mereka yang normal sehingga ini merupakan

salah satu sebab terjadinya ketimpangan distribusi pendapatan di Indonesia. Oleh karena itu pemberdayaan kaum penyandang disabilitas perlu terus dilakukan dan ditingkatkan.

b. Perbedaan Kondisi Kesehatan Antar Individu

Di Indonesia antar individu juga masih terjadi perbedaan kondisi kesehatan. Secara umum tingkat kesehatan penduduk Indonesia juga masih rendah. Berdasarkan sebuah hasil survei Indeks Ketahanan Kesehatan Indonesia pada tahun 2021 adalah 50,4 poin dari skor 100 poin atau berada di peringkat 13 di antara negara-negara anggota G 20 dan peringkat 4 di antara negara-negara di Asia Tenggara. Salah satu penyebab tidak meratanya tingkat kesehatan antar individu adalah perbedaan dalam mengakses fasilitas kesehatan. Berdasarkan data, pada tahun 2022 penduduk Indonesia yang memiliki jaminan kesehatan baru 69,2 persen dari total jumlah penduduk. Perbedaan dalam mengakses fasilitas dan jaminan kesehatan akan mengakibatkan perbedaan dalam tingkat kesehatan yang berdampak pada perbedaan kemampuan kerja serta produktivitas kerja. Perbedaan kemampuan serta produktivitas kerja menyebabkan perbedaan dalam pendapatan sehingga mengakibatkan ketimpangan dalam distribusi pendapatan.

c. Perbedaan Tingkat Pendidikan dan Keterampilan

Berdasarkan data BPS, penduduk Indonesia yang bekerja masih didominasi oleh lulusan SD ke bawah. Pada tahun 2021,

penduduk Indonesia yang bekerja 37,69 persen dari total penduduk yang bekerja yang merupakan persentase terbesar. Pekerja dengan tingkat pendidikan rendah ini tentu akan menerima pendapatan yang rendah pula dibanding mereka yang berpendidikan lebih tinggi. Perbedaan dalam pendapatan ini menyebabkan ketimpangan distribusi pendapatan secara keseluruhan.

d. Tingkat Inflasi

Inflasi juga terjadi di Indonesia. Meski tidak terlalu tinggi karena adanya komitmen dari Bank Indonesia dan pemerintah untuk menjaga tingkat inflasi di bawah 10 persen per tahun (single digit) tetapi adanya inflasi ini – seperti telah disebutkan sebelumnya – ikut menyumbang terjadinya ketimpangan dalam distribusi pendapatan di Indonesia. Contohnya inflasi tahunan rata-rata di tahun 2022 meski tertinggi selama sewindu (8 tahun) tetapi masih di bawah 10 persen yaitu hanya sebesar 5,51 persen.

e. Kebijakan yang Bias atau Memihak Pada orang kaya

Pada prakteknya masih ada kebijakan yang bias pada orang kaya di Indonesia. Meski kebijakan itu bukan datang dari pemerintah. Misalnya kebijakan pemberian kredit perbankan dimana pengusaha besar yang kaya bisa mengambil kredit yang jumlahnya besar tanpa agunan, sementara UMKM yang modalnya kecil dan tak punya agunan sangat sulit mengambil kredit di perbankan.

f. Kebijakan Yang Bias Atau memihak Perkotaan

Kebijakan yang bias atau memihak kepada perkotaan sudah berjalan lama. Namun hal itu sudah dikoreksi pada akhir-akhir ini dengan kebijakan dana desa. Meski sudah dikoreksi dampak dari kebijakan yang memihak atau bias perkotaan masih bisa dijumpai. Indikasinya bisa dilihat dari jumlah penduduk yang tinggal di perkotaan yang lebih besar dibanding penduduk yang tinggal di pedesaan karena di perkotaan segala sarana dan prasarana lebih lengkap. Data tahun 2021 menunjukkan 56,7 persen penduduk Indonesia tinggal di perkotaan. Bahkan ada yang meramalkan nanti di 2035 jumlah penduduk Indonesia yang memilih tinggal di perkotaan mencapai 66,6 persen.

g. Transformasi Struktural Perekonomian Yang Tidak Berjalan Baik

Seperti telah ditulis sebelumnya yang dimaksud transformasi struktural perekonomian yang tak berjalan baik adalah penurunan sumbangan produksi sektor primer khususnya sektor pertanian dalam produksi nasional yang tidak diikuti dengan penduduk yang bekerja di sana. Akibatnya mereka yang bekerja di sektor pertanian menganggur secara tak kentara yaitu produktivitasnya rendah bahkan nol sehingga pendapatannya rendah. Data menunjukkan sumbangan sektor pertanian terhadap produksi nasional (PDB) pada tahun 2021 sebesar 13,28 persen. Sementara itu mereka yang bekerja di sektor pertanian pada tahun 2022 masih merupakan mayoritas

yang mencapai 40,64 orang atau 29,96 persen dari total penduduk yang bekerja.

h. Strategi Pembangunan Yang menitikberatkan Pada Pertumbuhan Ekonomi yang Tinggi

Strategi pembangunan yang menitikberatkan pada pertumbuhan ekonomi yang tinggi yang sudah dilaksanakan khususnya selama masa Orde baru selama 32 tahun masih terasa dampaknya sampai sekarang. Hal ini terbukti dengan jumlah UMKM yang merupakan 99,99 persen dari total unit usaha di Indonesia, tetapi pendapatan yang diperoleh masih kecil.

3. Kebijakan Untuk Mengatasi Ketimpangan Distribusi Pendapatan di Indonesia

Guna mengatasi ketimpangan distribusi pendapatan, Indonesia telah dan seyogyanya menempuh beberapa kebijakan. Beberapa kebijakan tersebut adalah sebagai berikut.

a. Subsidi Uang Tunai

Kebijakan pemberian subsidi uang tunai sudah dan masih terus dilakukan oleh pemerintah. Bentuknya berupa Bantuan Langsung Tunai (BLT). Tujuannya untuk meningkatkan pendapatan masyarakat miskin sehingga kesenjangan distribusi pendapatan antar individu bisa diperkecil.

b. Subsidi Harga

Kebijakan subsidi harga juga pernah diberikan pemerintah, misalnya dalam bentuk subsidi harga minyak goreng. Tetapi kebijakan itu kemudian dihapus karena terbukti banyak tidak tepat sasaran. Kebijakan lain yang pernah dilakukan adalah kebijakan subsidi harga BBM. Kebijakan inipun terbukti salah sasaran sehingga dihapuskan. Kebijakan lain untuk subsidi harga yang sampai saat ini terus dilakukan adalah subsidi untuk biaya pendidikan (Kartu Indonesia Pintar) dan kesehatan (Kartu Indonesia Pintar) dan masih banyak kebijakan yang lain yang kiranya perlu diteruskan siapapun Presidennya.

c. Subsidi Barang

Kebijakan pemberian subsidi dalam bentuk barang juga sudah dilakukan oleh pemerintah. Contohnya adalah pemberian beras miskin (Raskin) yang kemudian diubah namanya menjadi beras sejahtera kepada penduduk miskin. Mengingat komoditas beras masih merupakan bahan pangan utama maka program ini sangat membantu masyarakat miskin dan perlu diteruskan.

d. Kebijakan Pajak Progresif

Kebijakan pajak progresif juga sudah dilaksanakan oleh pemerintah. Misalnya untuk Pajak Penghasilan (PPh) pribadi, ada 5 (lima) tarif PPh sesuai dengan penghasilan kena pajak: untuk penghasilan kena pajak sampai dengan Rp 60 juta setahun kena tarif 5 persen, untuk penghasilan kena pajak di

atas Rp 60 juta sampai Rp 250 juta per tahun kena tarif pajak 10 persen, untuk penghasilan kena pajak di atas Rp 250 juta sampai Rp 500 juta setahun kena tarif 15 persen, untuk penghasilan kena pajak di atas Rp 500 juta sampai Rp 5 miliar setahun kena tarif 30 persen, dan untuk penghasilan di atas Rp 5 miliar setahun kena pajak 35 persen. Contoh lain pajak progresif adalah pada pajak kendaraan bermotor dimana jika seseorang punya kendaraan bermotor lebih dari satu maka kendaraan yang kedua dan seterusnya akan kena tarif pajak lebih tinggi.

e. Kebijakan Penyediaan Lapangan Kerja Secara Langsung

Kebijakan penyediaan lapangan kerja secara langsung pernah dilakukan saat Orde Baru dengan Program padat karya untuk pembangunan infrastruktur seperti jalan, jembatan, dan lain-lain. Tetapi program itu sudah ditiadakan. Di bawah kepemimpinan Presiden Joko Widodo, program tersebut diganti dengan Kartu Pra Kerja. Kartu Pra Kerja digunakan oleh mereka yang kurang mampu untuk mendapatkan pelatihan yang diinginkan guna nantinya melamar kerja.

f. Kebijakan Asuransi Kredit Bagi UMKM

Kebijakan asuransi kredit bagi UMKM yang mengambil kredit yang dibayari oleh pemerintah daerah saat ini oleh beberapa pemerintah daerah sudah dilaksanakan hanya belum semua. Salah satu contoh pemerintah daerah yang sudah melaksanakan asuransi kredit bagi UMKM adalah Pemerintah

Provinsi Jawa Tengah. Dengan adanya asuransi ini maka UMKM yang sebelumnya tidak bisa mengakses kredit perbankan bisa mengaksesnya.

BAGIAN 5

PENDUDUK DAN TENAGA KERJA INDONESIA

A. PENGERTIAN PENDUDUK DAN TENAGA KERJA

Penduduk adalah warga negara Indonesia dan orang asing yang bertempat tinggal di Indonesia. Kependudukan adalah hal ihwal yang berkaitan dengan jumlah, struktur, umur, jenis kelamin, agama, kelahiran, perkawinan, kehamilan, kematian, persebaran, mobilitas dan kualitas serta ketahanannya yang menyangkut politik, ekonomi, sosial, dan budaya. Kualitas penduduk adalah kondisi penduduk dalam aspek fisik dan nonfisik yang meliputi derajat kesehatan, pendidikan, pekerjaan, produktivitas, tingkat sosial, ketahanan, kemandirian, kecerdasan, sebagai ukuran dasar untuk mengembangkan kemampuan dan menikmati kehidupan sebagai manusia yang bertaqwa, berbudaya, berkepribadian, berkebangsaan dan hidup layak. Studi kependudukan (*population studies*) adalah studi yang luas, karena di dalam memahami struktur dan proses kependudukan di suatu daerah, faktor-faktor non demografis ikut dilibatkan, misalnya dalam memahami tren fertilitas di suatu daerah tidak hanya cukup diketahui trend pasangan usia subur, tetapi juga faktor sosial budaya yang ada di daerah tersebut. Pada masyarakat patrilineal diyakini tiap keluarga mendambakan anak laki-laki, maka besarnya jumlah anak yang diinginkan tergantung pada sudah ada tidaknya anak laki-laki pada keluarga tersebut. Jadi, untuk

mengetahui perkembangan penduduk di suatu daerah perlu diketahui faktor-faktor determinan yang tidak hanya berasal dari faktor demografi saja tetapi juga berasal dari faktor non demografi.

Tenaga kerja adalah penduduk dalam usia kerja yang siap melakukan pekerjaan, antara lain mereka yang sudah bekerja, mereka yang sedang mencari pekerjaan, mereka yang bersekolah, dan mereka yang mengurus rumah tangga. Tenaga kerja juga dapat diartikan semua orang yang bersedia dan sanggup bekerja, termasuk mereka yang menganggur meskipun bersedia dan sanggup bekerja dan mereka yang menganggur terpaksa akibat tidak ada kesempatan kerja. Sedangkan angkatan kerja adalah mereka yang mempunyai pekerjaan, baik sedang bekerja maupun yang sementara tidak sedang bekerja karena suatu sebab, seperti petani yang sedang menunggu panen/hujan, pegawai yang sedang cuti, sakit, dan sebagainya. Disamping itu mereka yang tidak mempunyai pekerjaan tetapi sedang mencari pekerjaan/mengharapkan dapat pekerjaan atau bekerja secara tidak optimal disebut pengangguran. Bukan angkatan kerja adalah mereka yang sedang bersekolah, mengurus rumah tangga tanpa mendapat upah, lanjut usia, cacat jasmani dan sebagainya, dan tidak melakukan suatu kegiatan yang dapat dimasukkan kedalam kategori bekerja, sementara tidak bekerja, atau mencari pekerjaan.

Jumlah penduduk adalah banyaknya orang yang mendiami suatu wilayah Negara. Dari sisi tenaga kerja, penduduk suatu Negara dapat dibagi dalam dua kelompok, yakni kelompok penduduk usia kerja

dan kelompok bukan usia kerja. Penduduk usia kerja adalah mereka yang berumur 10 hingga 65 tahun. Namun dewasa ini usia kerja tersebut telah diubah menjadi yang berumur 15 hingga 65 tahun. Penduduk usia kerja dapat pula kita bagi dalam dua kelompok, yakni kelompok angkatan kerja dan kelompok bukan angkatan kerja. Angkatan kerja adalah semua orang yang siap bekerja disuatu Negara. Kelompok tersebut biasanya disebut sebagai kelompok usia produktif. Dari keseluruhan angkatan kerja dalam suatu Negara tidak semuanya mendapat kesempatan bekerja. Diantaranya ada pula yang tidak bekerja. Mereka inilah yang disebut pengangguran. Pengangguran adalah angkatan kerja atau kelompok usia produktif yang tidak bekerja.

B. STRUKTUR DAN KOMPOSISI PENDUDUK

Struktur penduduk di suatu wilayah meliputi jumlah, persebaran, dan komposisi penduduk. Struktur penduduk di suatu wilayah tersebut selalu mengalami perubahan dari waktu ke waktu dikarenakan proses demografi yaitu kelahiran, kematian, dan migrasi. Oleh karena struktur penduduk yang dinamis atau senantiasa mengalami perubahan dari waktu ke waktu, maka perlu sekali untuk mengetahui komposisi penduduk di suatu wilayah. Hal ini dikarenakan komposisi penduduk dapat memberikan gambaran mengenai pengelompokan penduduk berdasarkan kriteria tertentu. Sejalan dengan pendapat Ida Bagoes Mantra yang mengungkapkan bahwa komposisi

penduduk sendiri adalah pengelompokan penduduk atas variabel-variabel tertentu

Melalui komposisi penduduk akan diperoleh berbagai data mengenai penduduk menurut jenis kelamin dan pengelompokan umur. Demikian, nantinya akan dapat diketahui kelompok umur produktif dan tidak produktif. Hal ini akan memudahkan pemerintah di suatu negara untuk meramalkan kebijakan apa yang akan diambil ketika melakukan pembangunan. Sebagai gambaran, apabila di suatu wilayah negara struktur penduduknya paling banyak pada kelompok umur 9-14 tahun, maka bidang pembangunan dapat ditekankan pada pengembangan pendidikan dan pemenuhan sarana prasarana pendidikan tersebut. Hal ini akan menunjang keberhasilan pembangunan sumber daya manusia di masa depan.

Komposisi penduduk adalah pengelompokan penduduk atas dasar kriteria tertentu misalnya secara geografis, biologis, sosial dan ekonomi. Komposisi penduduk dalam arti demografi adalah komposisi penduduk menurut umur dan jenis kelamin. Kedua variabel ini sangat mempengaruhi pertumbuhan penduduk di masa yang akan datang. Komposisi penduduk menurut umur dan jenis kelamin merupakan yang terpenting. Komposisi menurut umur dan jenis kelamin ini sangat penting bagi pemerintah sebuah negara untuk menentukan kebijakan kependudukan mereka untuk beberapa tahun ke depan. **Macam-macam Pengelompokan Penduduk:**

1. Berdasarkan aspek biologis

Misalnya: penduduk di suatu desa digolongkan berdasarkan umur dan jenis kelamin. Komposisi penduduk berdasarkan umur dan jenis kelamin. Umur penduduk dikelompokkan menjadi 3 yaitu:

- a. Umur 0-14 tahun dinamakan usia muda/usia belum produktif.
- b. Umur 15-64 tahun dinamakan usia dewasa/usia kerja/usia produktif.
- c. Umur 65 tahun ke atas dinamakan usia tua/usia tak produktif/usia jompo.

2. Berdasarkan aspek sosial

Misalnya: penduduk digolongkan berdasarkan tingkat Pendidikan dan status perkawinan. Komposisi penduduk menurut Pendidikan Berdasarkan tingkat atau jenjang pendidikan yang telah ditamatkan penduduk dapat dikelompokkan dalam tingkat SD, SLTP, SLTA, dan Perguruan Tinggi. Pengelompokan ini dapat digunakan untuk menentukan besarnya tingkat pendidikan penduduk.

3. Berdasarkan aspek ekonomis

Misalnya: penduduk digolongkan berdasarkan jenis pekerjaan dan tingkat pendapatan. Komposisi penduduk menurut pekerjaan Penduduk dapat dikelompokkan berdasarkan pekerjaan yang dilakukan oleh tiap tiap orang. Pekerjaan-pekerjaan tersebut antara lain pegawai negeri sipil, TNI, POLRI, buruh, pedagang, petani, pengusaha dan sopir.

4. Berdasarkan aspek geografis

Misalnya: penduduk digolongkan berdasarkan lokasi tempat tinggal. Tempat tinggal yang sering digunakan dalam komposisi ini adalah tempat tinggal penduduk di desa dan di kota. Ciri khas negara agraris seperti Indonesia adalah sebagian besar penduduk tinggal di desa.

Komposisi Penduduk Dalam Demografi:

1. Komposisi penduduk berdasarkan usia

Komposisi penduduk berdasarkan usia dapat dibuat dalam bentuk usia tunggal, seperti 0, 1, 2, 3, 4, sampai 60 tahun atau lebih. Komposisi penduduk dapat juga dibuat berdasarkan interval usia tertentu, seperti 0–5 (usia balita), 6–12 (usia SD), 13–15 (usia SMP), 16–18 (usia SMA), 19–24 (usia Perguruan Tinggi), 25–60 (usia dewasa), dan >60 (usia lanjut). Selain itu komposisi penduduk juga dapat didasarkan terhadap usia produktif dan usia nonproduktif, misalnya: usia 0–14 (usia belum produktif), 15–64 (usia produktif), dan usia >65 (tidak produktif). Komposisi penduduk berdasarkan usia produktif dan nonproduktif dapat digunakan untuk menghitung angka ketergantungan (*dependency ratio*). Angka ini penting diketahui karena dapat memperkirakan beban tiap penduduk nonproduktif untuk menopang kebutuhan hidupnya. Permasalahan dalam komposisi penduduk lainnya adalah apabila jumlah penduduk dengan usia di bawah 15 tahun dan usia di atas 65 tahun jumlahnya lebih besar dibandingkan penduduk dengan usia produktif (15-65 th). Hal tersebut dapat

menyebabkan penduduk usia produktif menanggung hidup seluruh penduduk usia nonproduktif. Penduduk usia produktif akan terbebani oleh penduduk yang tidak berkualitas untuk menjadi manusia yang bermanfaat bagi mereka sendiri, keluarga, maupun masyarakat. Semakin besar angka ketergantungan, akan semakin besar pula beban penduduk dalam menopang kehidupan dan akan mempengaruhi komposisi penduduk. Hal ini biasanya terjadi di negara berkembang dan terbelakang, dimana angka ketergantungan umumnya masih besar. Artinya jumlah penduduk usia non produktif jumlahnya masih besar, sehingga penduduk usia produktif harus menanggung kehidupan penduduk usia non produktif yang jumlahnya lebih banyak. Sebaliknya, jika semakin kecil angka ketergantungan, akan semakin kecil pula beban dalam menopang kehidupan penduduk usia nonproduktif.

2. Komposisi Penduduk Menurut Jenis Kelamin

Komposisi penduduk menurut jenis kelamin adalah pengelompokan penduduk berdasarkan jenis kelaminnya. Komposisi ini untuk mengetahui perbandingan antara jumlah penduduk laki-laki dan perempuan dalam satu wilayah tertentu. Adanya ketidakseimbangan jumlah penduduk laki-laki dan perempuan (rasio jenis kelamin) dapat mengakibatkan rendahnya fertilitas dan rendahnya angka pertumbuhan penduduk. Besar kecilnya rasio jenis kelamin di suatu daerah akan dipengaruhi oleh:

- a. *Sex ratio at birth* atau rasio jenis kelamin pada waktu kelahiran. Di beberapa negara umumnya berkisar antara 103-105 bayi laki-laki per 100 bayi perempuan.
- b. Pola mortalitas (kematian) antara laki-laki dan perempuan, jika kematian laki-laki lebih besar daripada angka kematian perempuan, maka rasio jenis kelamin akan makin kecil.
- c. Pola migrasi antara penduduk laki-laki dan penduduk perempuan, jika suatu daerah banyak penduduk perempuan yang bermigrasi keluar daerah, maka rasio jenis kelaminnya akan besar, demikian sebaliknya jika banyak penduduk laki-laki yang bermigrasi keluar, maka rasio jenis kelamin juga akan rendah.

C. ANGKATAN KERJA DAN KESEMPATAN KERJA

Angkatan kerja sebenarnya berhubungan erat dengan jumlah penduduk, karena ukuran besarnya angkatan kerja sangat dipengaruhi oleh pertumbuhan jumlah penduduk yang sudah memasuki usia kerja. Angkatan kerja dapat didefinisikan sebagai penduduk yang sudah memasuki usia kerja, baik yang sudah bekerja, belum bekerja, atau sedang mencari pekerjaan. Prof. Soemitro Djojohadikusumo mendefinisikan angkatan kerja (*labor force*) sebagai bagian dari jumlah penduduk yang mempunyai pekerjaan atau yang sedang mencari kesempatan untuk melakukan pekerjaan yang produktif. Pemerintah menetapkan bahwa penduduk yang sudah memasuki usia kerja adalah mereka yang berusia minimal 15 tahun dan di atas

65 tahun bukan merupakan penduduk usia kerja. Namun, tidak semua penduduk yang memasuki usia kerja disebut angkatan kerja sebab penduduk yang tidak aktif dalam kegiatan ekonomi tidak termasuk dalam kelompok angkatan kerja. Angkatan kerja adalah kelompok pekerja dalam suatu pekerjaan. Hal ini umumnya digunakan untuk menggambarkan orang-orang yang bekerja untuk satu perusahaan atau industri, tetapi juga dapat diterapkan pada wilayah geografis seperti kota, negara bagian, negara, dan lain-lain. Tenaga kerja dari suatu negara baik yang bekerja dan pengangguran. Tingkat partisipasi angkatan kerja, TPAK (atau tingkat kegiatan ekonomi, EAR), adalah rasio antara angkatan kerja dan ukuran keseluruhan kelompok mereka (penduduk nasional rentang usia yang sama). Istilah umumnya tidak termasuk pengusaha atau manajemen, dan dapat menyiratkan mereka yang terlibat dalam kerja manual. Ini juga berarti semua orang yang tersedia untuk bekerja.

Angkatan kerja dibagi ke dalam dua kelompok, yaitu pekerja (*employed*) dan bukan pekerja atau pengangguran (*unemployed*). Pekerja adalah penduduk angkatan kerja yang benar-benar mendapat pekerjaan penuh, sedangkan pengangguran adalah penduduk usia kerja tetapi belum mendapatkan kesempatan bekerja.

Pekerja (*employed*) sendiri dikelompokkan menjadi dua, yaitu:

1. Pekerja penuh (*full employed*)

Pekerja penuh adalah angkatan kerja yang sudah memenuhi syarat sebagai pekerja penuh yaitu jam kerja minimal 40 jam per minggu, dan bekerja sesuai dengan keahlian atau berdasarkan

pendidikan.

2. Pekerja setengah pengangguran (*underemployed*)

Sedangkan setengah pengangguran adalah pekerja yang tidak memenuhi jam kerja minimal sehingga pendapatannya juga di bawah standar minimal. Pekerja seperti ini tingkat produktivitasnya rendah karena mereka bekerja bukan pada bidang keahliannya dan tidak sesuai latar belakang pendidikannya. Misalnya, sarjana yang bekerja sebagai tukang antar koran di pagi hari.

Selain jumlah penduduk, pertumbuhan angkatan kerja dipengaruhi pula oleh struktur penduduk berdasarkan jenis kelamin, usia penduduk, dan tingkat pendidikan. Makin banyak komposisi jumlah penduduk laki-laki dalam suatu negara, semakin tinggi pula angkatan kerja di negara tersebut, karena ibu rumah tangga tidak digolongkan sebagai angkatan kerja. Sementara usia penduduk berpengaruh terhadap jumlah angkatan kerja dalam suatu negara karena semakin besar jumlah penduduk yang berusia produktif maka semakin tinggi angkatan kerjanya. Selanjutnya, semakin rendah tingkat pendidikan suatu negara akan makin rendah pula angkatan kerjanya karena saat ini tingkat pendidikan dan keterampilan merupakan salah satu syarat untuk memasuki dunia kerja.

Distribusi penduduk usia kerja menurut pulau-pulau di Indonesia relatif tetap dari waktu ke waktu. Dalam contoh ini untuk analisis perbandingan maka penduduk usia kerja menggunakan batasan

usia 10 tahun ke atas dan bukan 15 tahun ke atas seperti pada SP 2000 maupun sakernas 2000. Hanya mulai tampak adanya sedikit penurunan di Pulau Jawa yang dibarengi dengan peningkatan untuk pulau-pulau lain terutama untuk pulau Sumatra. Hal ini berkaitan dengan perluasan program transmigrasi. Program Keluarga Berencana yang dilaksanakan sejak tahun 1970-an kiranya belum banyak berpengaruh terhadap jumlah penduduk usia kerja pada tahun 1980-an sebab adanya tenggang waktu 10 tahun untuk memasuki batas waktu minimum penduduk usia kerja, disamping itu distribusi potensi tenaga kerja di Indonesia tidak merata. Hampir dua pertiga dari penduduk usia kerja yang ada bertempat tinggal di pulau Jawa. Di samping itu lebih dari tiga perempat penduduk usia kerja di Indonesia berada di daerah pedesaan. Dengan demikian pada masa-masa mendatang akan terjadi migrasi tenaga kerja dari desa menuju kota. Kurang dari separuh penduduk usia kerja tersebut tergolong bukan angkatan kerja. Mereka itu terdiri dari yang mengurus rumah tangga, sekolah, orang-orang cacat, orang-orang tua (jompo), dan orang-orang dengan kegiatan termasuk kegiatan tidak aktif secara ekonomi seperti pensiunan, penerima pendapatan dan lain-lain yang tidak jelas kegiatannya.

Jumlah angkatan kerja dipengaruhi oleh jumlah Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) dan jumlah usia kerja atau struktur umur penduduk. Kalau diperhatikan dari waktu ke waktu, TPAK cenderung menurun, maka penambahan angkatan kerja dipengaruhi oleh meningkatnya jumlah penduduk usia kerja.

Ledakan kelahiran yang terjadi pada tahun 1971- 1980. Penurunan TPAK disebabkan karena turunnya tingkat partisipasi anak-anak umur sekolah dalam angkatan kerja karena membaiknya fasilitas dan keadaan pendidikan. Dalam masa-masa yang akan datang TPAK anak umur sekolah masih akan menurun, tetapi TPAK perempuan diperkirakan akan naik, sehingga secara keseluruhan TPAK tidak dapat diharapkan akan turun.

Penurunan tingkat kelahiran karena keberhasilan program Keluarga Berencana sejak 1970 akan mulai terasa hasilnya pada dasawarsa 1980- 1990 sehingga diharapkan tingkat pertumbuhan penduduk usia kerja mulai menurun. Dengan demikian penambahan angkatan kerja pada dasawarsa 1980-1990 diharapkan tidak secepat dasawarsa sebelumnya. Disamping masalah ketenagakerjaan di Indonesia yang sulit dipecahkan, Terdapat perubahan kualitas angkatan yang cukup menggembirakan selama periode 1980-1990, misalnya telah terjadi peningkatan kualitas angkatan kerja yang cukup menggembirakan (dengan dasar pendidikan formal). Hal ini dapat dilihat penurunan persentase angkatan kerja yang berpendidikan rendah (SD ke bawah) dan peningkatan angkatan kerja berpendidikan SLTP ke atas. Selama ini penekanan dalam diskusi mengenai kualitas angkatan kerja cenderung masih pada kualitas yang rendah, sementara itu semakin membaiknya kualitas angkatan kerja yang dikemukakan. Peningkatan pendidikan angkatan kerja dapat dilihat dari dua sisi. Pertama, sebagaimana disebutkan Oleh Gardiner, dkk (1994) ada

anggapan bahwa pembahasan yang terlalu menekankan pada tingkat pendidikan yang rendah dilakukan dalam rangka untuk menarik investasi asing karena mutu angkatan kerja yang berpendidikan rendah mempunyai tingkat kompetisi rendah, yang terlihat dari beberapa ciri yang kurang menguntungkan.

Angka Partisipasi Angkatan Kerja

Angka Partisipasi Angkatan Kerja (APAK) adalah bagian dari penduduk usia kerja, 15 tahun ke atas yang mempunyai pekerjaan selama seminggu yang lalu, baik yang bekerja maupun yang sementara tidak bekerja karena suatu sebab seperti menunggu panen atau cuti. Di samping itu, mereka yang tidak mempunyai pekerjaan tetapi sedang mencari pekerjaan juga termasuk dalam kelompok angkatan kerja. Sementara itu, penduduk yang bekerja atau mempunyai pekerjaan adalah mereka yang selama seminggu sebelum pencacahan melakukan pekerjaan atau bekerja untuk memperoleh atau membantu memperoleh penghasilan atau keuntungan selama paling sedikit satu jam dalam seminggu yang lalu dan tidak boleh terputus. Indikator ini bermanfaat untuk mengetahui bagian dari tenaga kerja yang sesungguhnya terlibat, atau berusaha untuk terlibat, dalam kegiatan produktif yaitu memproduksi barang dan jasa, dalam kurun waktu tertentu.

Penghitungan APAK dapat dilakukan dengan membandingkan antara jumlah penduduk yang termasuk dalam angkatan kerja dengan jumlah penduduk yang termasuk dalam usia kerja.

$$APK = \frac{\text{Jumlah Angkatan Kerja (bekerja + mencari pekerjaan)}}{\text{Jumlah Penduduk yang berusia 15 tahun atau lebih}} \times 100\%$$

$$APAK_{kel_umur} = \frac{\Sigma \text{ Angkatan Kerja (bekerja + mencari pekerjaan) kelompok umur } i}{\Sigma \text{ Penduduk pada kelompok umur } i} \times 100\%$$

Kesempatan kerja adalah suatu keadaan yang menggambarkan ketersediaan pekerjaan untuk diisi oleh para pencari kerja. Namun bisa diartikan juga sebagai permintaan atas tenaga kerja. Jumlah angkatan kerja yang bekerja biasanya dipandang sebagai jumlah kesempatan kerja yang tersedia di suatu wilayah. Dalam pengertian ‘kesempatan kerja’ tidaklah sama dengan “lapangan kerja yang masih terbuka”. Seperti telah disebutkan pada bagian sebelumnya, yang dimaksud dengan “bekerja” dalam Sensus Penduduk 1980 ialah selama seminggu sebelum pencacahan melakukan pekerjaan dengan maksud memperoleh atau membantu memperoleh penghasilan atau keuntungan dan lamanya bekerja paling sedikit satu jam dalam sehari. Alokasi pekerja dari sektor pertanian ke sektor industri merupakan inti dan teori “kelebihan pekerja” yang dikembangkan oleh Lewis dan “teori ekonomi dualistik” yang mengaitkan penyerapan pekerja di sektor industri dengan titik balik (*turning point*) dalam pembangunan ekonomi. Proses ini banyak diteliti dalam tulisan mengenai sejarah pembangunan ekonomi di Jepang. Pembagian angkatan kerja yang bekerja dan perkembangannya menurut sektor dianalisis dengan membedakan tiga sektor.

1. Sektor A (pertanian, perburuhan, kehutanan, dan perikanan).

2. Sektor M (termasuk pertambangan, manufaktur, pembangunan listrik dan air, pengangkutan, perhubungan, dan gas).
3. Sektor S (perdagangan, rumah makan, hotel, keuangan, asuransi, jasa-jasa kemasyarakatan, sosial dan pribadi).

Klasifikasi sembilan lapangan pekerjaan ini sejak tahun 2000 mengalami perubahan. Bidang pekerjaan/lapangan usaha sejak SP2000 maupun Sakernas 2000 mengalami perubahan yang cukup mendasar, yaitu di golongan ke dalam 5 sub sektor pertanian dan 5 sektor lainnya dengan rincian sebagai berikut.

1. Sub sektor pertanian tanaman pangan
2. Sub sektor perkebunan
3. Sub sektor perikanan
4. Sub sektor pertanian
5. Sub sektor pertanian lainnya
6. Sektor industri pengolahan
7. Sektor perdagangan
8. Sektor jasa kemasyarakatan
9. Sektor angkutan
10. Sektor lainnya (bangunan, keuangan, listrik, gas, dan air)

Analisis perbandingan seperti pertumbuhan kesempatan kerja dan perubahan struktur antara data setelah tahun 2000 dan sebelumnya akan mengalami kendala karena perbedaan klasifikasi lapangan usaha. Artinya 5 sub sektor dijadikan satu sektor yaitu sektor pertanian, sedangkan sektor bangunan, keuangan, listrik, gas dan air

menjadi sektor lain-lain, kemudian baru dapat digunakan untuk analisis pertumbuhan maupun perubahan struktur lapangan usaha.

Pendekatan lain yang banyak digunakan adalah model Sakernas 2000 dengan menggunakan 8 sektor. Sektor pertanian tidak dirinci ke dalam sub sektor dan tetap menjadi satu sektor, sektor petambangan, listrik, gas, dan air dimasukkan ke sektor ke 8 yakni sektor lain-lain. Dengan demikian, pendekatan SP2000 maupun Sakernas 2000 dan di tahun-tahun mendatang analisis A (Pertanian), M (Manufaktur), dan S (Jasa) semakin ditinggalkan setelah adanya revisi Klasifikasi Lapangan Usaha Indonesia (KLUI) dan Klasifikasi Jabatan Indonesia (KJI) yang dari waktu ke waktu mengalami pembaharuan. Pembaharuan dan pengelompokan lapangan pekerjaan dan jenis pekerjaan dapat diikuti dari buku KLUI dan KJI, publikasi dari Badan Pusat Statistik.

BAGIAN 6

PENGELUARAN KONSUMSI MASYARAKAT INDONESIA

A. KONSEP DASAR PENGELUARAN KONSUMSI

1. Definisi dan Konsep Pengeluaran Konsumsi

Definisi dan konsep pengeluaran konsumsi mengacu pada pengeluaran yang dilakukan oleh individu atau rumah tangga untuk memperoleh barang dan jasa yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan pribadi atau keluarga dalam kegiatan konsumsi.

Pengeluaran konsumsi adalah pengeluaran yang dilakukan oleh individu atau rumah tangga untuk memperoleh barang dan jasa yang dikonsumsi atau digunakan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pribadi. Pengeluaran konsumsi ini meliputi berbagai macam pembelian seperti makanan, pakaian, perumahan, transportasi, pendidikan, hiburan, dan layanan kesehatan.

Konsumsi Individu: Merujuk pada pengeluaran yang dilakukan oleh individu untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pribadi mereka. Konsumsi individu dapat mencakup berbagai kategori seperti makanan, minuman, pakaian, hiburan, dan lain sebagainya.

Konsumsi Rumah Tangga: Merujuk pada pengeluaran yang dilakukan oleh sebuah rumah tangga, yaitu kelompok individu

yang tinggal bersama dan saling berbagi sumber daya. Konsumsi rumah tangga meliputi pengeluaran untuk kebutuhan sehari-hari, pembayaran tagihan, perawatan kesehatan, pendidikan, dan lain sebagainya.

Tingkat Pengeluaran Konsumsi: Merujuk pada jumlah total pengeluaran yang dilakukan oleh individu atau rumah tangga dalam suatu periode tertentu. Tingkat pengeluaran konsumsi dapat diukur sebagai persentase dari pendapatan total atau sebagai nilai absolut.

Pola Pengeluaran Konsumsi: Mengacu pada distribusi pengeluaran konsumsi dalam berbagai kategori atau sektor ekonomi. Pola pengeluaran konsumsi dapat berbeda antara individu, rumah tangga, dan kelompok sosial tertentu. Misalnya, beberapa kelompok masyarakat mungkin lebih cenderung mengalokasikan sebagian besar pengeluaran mereka untuk makanan dan pakaian, sementara kelompok lainnya mungkin lebih fokus pada perumahan dan transportasi.

Pengeluaran Konsumsi dan Pendapatan: Terdapat hubungan yang erat antara pengeluaran konsumsi dan tingkat pendapatan individu atau rumah tangga. Pada umumnya, semakin tinggi pendapatan, semakin tinggi pula tingkat pengeluaran konsumsi. Namun, ada juga konsep seperti tingkat kecenderungan untuk menyimpan yang dapat mempengaruhi sejauh mana individu

atau rumah tangga mengalokasikan pendapatan mereka untuk konsumsi.

Pemahaman tentang definisi dan konsep pengeluaran konsumsi penting dalam analisis ekonomi, perencanaan keuangan pribadi, dan perumusan kebijakan ekonomi. Informasi tentang pola pengeluaran konsumsi dapat memberikan wawasan yang berharga tentang preferensi konsumen, tren pasar, dan efek kebijakan terhadap ekonomi secara keseluruhan.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengeluaran Konsumsi

Pengeluaran konsumsi dipengaruhi oleh berbagai faktor yang dapat mempengaruhi keputusan individu atau rumah tangga dalam mengalokasikan pendapatan mereka. Berikut adalah beberapa faktor utama yang mempengaruhi pengeluaran konsumsi:

- a. **Pendapatan:** Tingkat pendapatan individu atau rumah tangga adalah salah satu faktor utama yang mempengaruhi pengeluaran konsumsi. Pada umumnya, semakin tinggi pendapatan, semakin besar juga kemampuan untuk melakukan pengeluaran konsumsi yang lebih tinggi. Individu atau rumah tangga dengan pendapatan yang lebih tinggi cenderung memiliki kemampuan untuk membeli barang dan jasa dengan harga yang lebih tinggi atau mengalokasikan lebih banyak sumber daya untuk kebutuhan non-primer, seperti rekreasi atau investasi.

- b. Harga barang dan jasa: Harga barang dan jasa juga mempengaruhi pengeluaran konsumsi. Ketika harga suatu barang atau jasa naik, individu atau rumah tangga mungkin perlu mengurangi jumlah atau jenis barang dan jasa yang mereka beli. Sebaliknya, jika harga turun, mereka mungkin dapat membeli lebih banyak atau memilih barang dan jasa yang lebih mahal.
- c. Tingkat suku bunga: Tingkat suku bunga memainkan peran penting dalam pengeluaran konsumsi, terutama dalam pembelian barang dan jasa besar seperti perumahan atau kendaraan. Suku bunga yang rendah mendorong individu atau rumah tangga untuk meminjam uang dengan biaya yang lebih murah, sehingga meningkatkan daya beli mereka. Sebaliknya, suku bunga yang tinggi dapat mengurangi minat untuk meminjam dan mengakibatkan penurunan pengeluaran konsumsi.
- d. Keyakinan konsumen: Keyakinan konsumen tentang kondisi ekonomi saat ini dan masa depan juga mempengaruhi pengeluaran konsumsi. Jika konsumen optimis mengenai kondisi ekonomi, mereka cenderung lebih cenderung untuk menghabiskan lebih banyak. Namun, jika terdapat ketidakpastian atau kekhawatiran tentang masa depan, mereka mungkin mengurangi pengeluaran konsumsi dan lebih memilih untuk menyimpan atau berhemat.
- e. Siklus bisnis: Fase siklus bisnis, seperti periode pertumbuhan ekonomi atau resesi, juga mempengaruhi pengeluaran

konsumsi. Selama periode pertumbuhan ekonomi, pengeluaran konsumsi cenderung meningkat karena optimisme dan peningkatan pendapatan. Di sisi lain, selama resesi atau ketidakpastian ekonomi, pengeluaran konsumsi cenderung menurun karena kekhawatiran mengenai pekerjaan dan pendapatan.

- f. Faktor demografi: Faktor demografi seperti usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan struktur keluarga juga dapat mempengaruhi pengeluaran konsumsi. Misalnya, individu atau rumah tangga dengan anak-anak cenderung menghabiskan lebih banyak untuk kebutuhan keluarga, seperti pendidikan atau perawatan anak. Selain itu, preferensi konsumsi juga dapat bervariasi berdasarkan kelompok usia atau generasi.
- g. Faktor kebijakan: Kebijakan pemerintah, seperti pajak, subsidi, atau program kesejahteraan sosial, dapat mempengaruhi pengeluaran konsumsi. Peningkatan pajak pada suatu barang atau jasa dapat mengurangi pengeluaran konsumsi, sedangkan subsidi atau insentif dapat mendorong konsumen untuk menghabiskan lebih banyak.

Faktor-faktor ini saling berinteraksi dan kompleks, serta dapat memiliki efek yang berbeda-beda tergantung pada konteks ekonomi dan keadaan individu atau rumah tangga. Analisis faktor-faktor ini membantu memahami perilaku konsumen dan pola pengeluaran konsumsi dalam masyarakat.

B. TEORI KONSUMSI

Fungsi Konsumsi Simon Kuznets

Menurut Reksoprayitno (2000) menyebutkan, pada tahun 1946 seorang ahli ekonomi terkenal asal Amerika mencoba mengolah data statistik tentang perekonomian Amerika Serikat yang terkumpul semenjak masa perang saudara, untuk mengetahui hubungan antara pengeluaran konsumsi masyarakat Amerika Serikat dengan tingkat pendapatan mereka.

Teori Konsumsi Siklus Hidup

Rahardja dan Manurung (2008) menyebutkan bahwa, teori konsumsi siklus hidup merupakan teori konsumsi yang dikembangkan oleh Franco Modigliani, Albert Ando, dan Richard Blumberg yang dikemukakan pada tahun 1950. Teori ini berpendapat bahwa kegiatan ekonomi adalah kegiatan seumur hidup. Menurut teori siklus hidup, faktor sosial ekonomi seseorang atau rumah tangga sangat mempengaruhi pola konsumsi orang atau rumah tangga tersebut.

Teori Pendapatan Permanen (Permanent Income Hypothesis)

Teori pendapatan permanen meyakini bahwa pendapatan yang mempengaruhi tingkat konsumsi. Perbedaannya terletak pada pernyataan yang menyatakan bahwa tingkat konsumsi mempunyai hubungan proporsional dengan pendapatan permanen. Yang dimaksud dengan pendapatan permanen adalah tingkat pendapatan rata-rata yang diekspektasi/ diharapkan dalam jangka panjang.

Teori Pendapatan Relatif (Relative Income Hypothesis)

Teori pendapatan relatif merupakan teori yang dikembangkan oleh James Duessenberry pada tahun 1949. Teori ini lebih memperhatikan aspek psikologis rumah tangga dalam menghadapi perubahan pendapatan. Inti dari teori konsumsi pendapatan relatif adalah tingkat konsumsi masyarakat dipengaruhi oleh tingkat pendapatan disposabel di masa yang lalu, terutama tingkat pendapatan tertinggi yang pernah dicapai, karena pola konsumsi saat ini masih dipengaruhi pola konsumsi yang lalu.

Teori Konsumsi Keynes

John Maynard Keynes lewat bukunya berjudul *The General Theory of Employment, Interest, and Money*, mengemukakan suatu teori konsumsi yang disebut teori pendapatan absolut tentang konsumsi atau lebih dikenal dengan hipotesis pendapatan absolut. Teori konsumsi dari Keynes tersebut didasarkan atas dasar hukum psikologis yang mendasar tentang konsumsi, yang mengatakan apabila pendapatan mengalami kenaikan, maka konsumsi juga akan mengalami kenaikan, tetapi dengan jumlah yang lebih kecil. Kecenderungan mengkonsumsi rata-rata akan semakin kecil apabila tingkat pendapatan naik. Kecenderungan menabung rata-rata akan semakin besar apabila pendapatan naik.

Pengeluaran Konsumsi

Menurut Samuelson (2000) konsumsi diartikan sebagai kegiatan menghabiskan nilai guna barang dan jasa. Konsumsi mempunyai pengertian yang luas yaitu barang dan jasa akhir yang dibutuhkan

untuk memenuhi kebutuhan manusia. Barang dan jasa akhir yang dimaksud adalah barang dan jasa yang sudah siap dikonsumsi oleh konsumen. Barang konsumsi ini terdiri dari barang konsumsi sekali habis dan barang konsumsi yang dapat dipergunakan lebih dari satu kali (Nopirin, 1997). Pengeluaran konsumsi rumah tangga adalah nilai belanja yang dilakukan oleh rumah tangga untuk membeli berbagai jenis kebutuhannya dalam waktu tertentu. Pengeluaran konsumsi rumah tangga merupakan komponen terbesar dari keseluruhan pengeluaran actual (Sukirno, 1994).

C. FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGELUARAN KONSUMSI MASYARAKAT INDONESIA

Faktor-faktor yang mempengaruhi pengeluaran konsumsi masyarakat Indonesia mirip dengan faktor-faktor yang mempengaruhi pengeluaran konsumsi secara umum. Namun, beberapa faktor khusus yang dapat mempengaruhi pengeluaran konsumsi masyarakat Indonesia meliputi: Tingkat Pendapatan, Inflasi, Faktor Demografi, Urbanisasi, Perubahan Pola Konsumsi, Faktor Keuangan dan Kebijakan Pemerintah, dan Perubahan Teknologi dan Inovasi. Faktor-faktor ini berperan dalam membentuk pola dan tren pengeluaran konsumsi masyarakat Indonesia. Memahami faktor-faktor ini dapat membantu pemerintah, pelaku bisnis, dan analis ekonomi dalam merencanakan kebijakan yang relevan dan memahami perilaku konsumen di Indonesia.

1. Ekonomi Makro

Faktor-faktor yang mempengaruhi pengeluaran konsumsi masyarakat Indonesia secara ekonomi makro melibatkan faktor-faktor yang bersifat luas dan berdampak secara keseluruhan terhadap perekonomian negara. Berikut adalah beberapa faktor ekonomi makro yang mempengaruhi pengeluaran konsumsi masyarakat Indonesia:

- a. **Pertumbuhan Ekonomi:** Tingkat pertumbuhan ekonomi memiliki pengaruh langsung terhadap pengeluaran konsumsi. Ketika ekonomi tumbuh dengan baik, masyarakat Indonesia cenderung memiliki pendapatan yang lebih tinggi, kesempatan kerja yang lebih baik, dan keyakinan yang lebih besar dalam menghabiskan uang mereka. Pertumbuhan ekonomi yang kuat dapat mendorong pengeluaran konsumsi yang lebih tinggi.
- b. **Tingkat Pengangguran:** Tingkat pengangguran yang tinggi dapat mengurangi pengeluaran konsumsi masyarakat. Ketika angka pengangguran tinggi, pendapatan individu menurun, yang pada gilirannya membatasi kemampuan mereka untuk menghabiskan uang untuk konsumsi. Sebaliknya, tingkat pengangguran yang rendah meningkatkan pengeluaran konsumsi karena masyarakat memiliki lebih banyak pendapatan yang tersedia.
- c. **Tingkat Inflasi:** Tingkat inflasi yang tinggi dapat berdampak negatif pada pengeluaran konsumsi masyarakat. Ketika harga-harga barang dan jasa naik dengan cepat, daya beli masyarakat menurun karena uang mereka tidak dapat membeli sebanyak

yang sebelumnya. Inflasi yang stabil atau rendah cenderung menciptakan lingkungan yang lebih kondusif bagi pengeluaran konsumsi.

- d. Kebijakan Moneter: Kebijakan moneter, seperti suku bunga dan kebijakan bank sentral, juga berpengaruh pada pengeluaran konsumsi masyarakat. Misalnya, penurunan suku bunga oleh bank sentral dapat mendorong pinjaman dan investasi, yang pada gilirannya meningkatkan pengeluaran konsumsi. Sebaliknya, peningkatan suku bunga dapat menghambat minat konsumen untuk meminjam dan menghabiskan uang.
- e. Kebijakan Fiskal: Kebijakan fiskal, termasuk pajak dan pengeluaran pemerintah, juga mempengaruhi pengeluaran konsumsi masyarakat. Misalnya, pengurangan pajak penghasilan individu dapat meningkatkan pendapatan yang tersedia untuk konsumsi. Pengeluaran pemerintah dalam bentuk infrastruktur atau program sosial juga dapat merangsang pengeluaran konsumsi melalui peningkatan kesempatan kerja dan pertumbuhan ekonomi.
- f. Stabilitas Keuangan: Stabilitas keuangan dan kondisi pasar keuangan yang sehat penting dalam mempengaruhi pengeluaran konsumsi. Jika terjadi ketidakstabilan finansial atau krisis ekonomi, masyarakat cenderung mengurangi pengeluaran konsumsi mereka sebagai langkah penghematan atau kekhawatiran akan masa depan yang tidak pasti.

g. Kondisi Internasional: Faktor-faktor ekonomi global juga dapat mempengaruhi pengeluaran konsumsi masyarakat Indonesia. Misalnya, fluktuasi nilai tukar mata uang atau perubahan harga komoditas dapat mempengaruhi daya beli dan pengeluaran konsumsi masyarakat. Selain itu, kondisi ekonomi global, seperti pertumbuhan ekonomi di negara-negara mitra dagang, juga dapat mempengaruhi ekspor dan impor, yang berdampak pada aktivitas ekonomi domestik dan pengeluaran konsumsi.

Faktor-faktor ekonomi makro ini saling berhubungan dan dapat mempengaruhi pengeluaran konsumsi masyarakat Indonesia secara signifikan. Keadaan ekonomi makro yang baik dan stabil cenderung mendorong pengeluaran konsumsi yang lebih tinggi, sementara keadaan yang tidak stabil atau buruk dapat menghambat pengeluaran konsumsi.

2. Pendapatan Masyarakat

Pengeluaran konsumsi masyarakat Indonesia dipengaruhi oleh beberapa faktor yang terkait dengan pendapatan mereka. Berikut adalah beberapa faktor yang mempengaruhi pengeluaran konsumsi masyarakat Indonesia berdasarkan pendapatan:

a. Tingkat Pendapatan: Tingkat pendapatan merupakan faktor kunci yang mempengaruhi pengeluaran konsumsi. Semakin tinggi pendapatan masyarakat, semakin besar juga kemampuan mereka untuk melakukan pengeluaran konsumsi yang lebih tinggi. Masyarakat dengan pendapatan yang lebih tinggi cenderung memiliki kemampuan untuk membeli barang dan

jasa dengan harga yang lebih tinggi atau mengalokasikan lebih banyak sumber daya untuk kebutuhan non-primer, seperti rekreasi atau investasi.

- b. **Distribusi Pendapatan:** Distribusi pendapatan yang tidak merata dapat mempengaruhi pengeluaran konsumsi masyarakat. Jika terdapat kesenjangan yang besar antara pendapatan kaya dan miskin, pengeluaran konsumsi masyarakat dengan pendapatan rendah mungkin terbatas pada kebutuhan dasar saja, sementara masyarakat dengan pendapatan tinggi memiliki kemampuan untuk menghabiskan lebih banyak untuk barang dan jasa yang lebih mewah.
- c. **Kesenjangan Sosial-Ekonomi:** Faktor-faktor sosial-ekonomi seperti pendidikan, akses ke pekerjaan yang layak, dan mobilitas sosial juga mempengaruhi pengeluaran konsumsi. Masyarakat dengan pendidikan yang lebih tinggi atau akses yang lebih baik ke peluang kerja cenderung memiliki pendapatan yang lebih tinggi dan kemampuan untuk menghabiskan lebih banyak untuk konsumsi.
- d. **Kondisi Pekerjaan:** Kondisi pekerjaan, termasuk tingkat pengangguran, tingkat upah, dan stabilitas pekerjaan, berdampak langsung pada pengeluaran konsumsi. Tingkat pengangguran yang tinggi atau upah yang rendah dapat membatasi kemampuan masyarakat untuk menghabiskan uang mereka, sementara stabilitas pekerjaan dapat memberikan keyakinan dan kestabilan yang diperlukan untuk melakukan pengeluaran konsumsi.

- e. Sistem Perlindungan Sosial: Keberadaan sistem perlindungan sosial, seperti program kesejahteraan, asuransi kesehatan, atau program bantuan sosial, dapat mempengaruhi pengeluaran konsumsi. Ketika masyarakat memiliki akses ke perlindungan sosial yang memadai, mereka cenderung memiliki lebih banyak sumber daya untuk digunakan dalam pengeluaran konsumsi.
- f. Perubahan Pendapatan: Perubahan dalam pendapatan masyarakat juga berdampak pada pengeluaran konsumsi. Jika pendapatan meningkat, masyarakat cenderung memiliki lebih banyak pendapatan yang tersedia untuk pengeluaran konsumsi. Sebaliknya, jika pendapatan menurun, mereka mungkin mengurangi pengeluaran konsumsi atau mengubah pola pengeluaran mereka.
- g. Adat dan Budaya: Faktor adat dan budaya juga dapat mempengaruhi pengeluaran konsumsi. Nilai-nilai budaya, norma, dan preferensi konsumsi masyarakat Indonesia dapat mempengaruhi cara mereka mengalokasikan pendapatan mereka. Misalnya, masyarakat dengan budaya yang mementingkan tabungan atau kegiatan sosial mungkin mengalokasikan pendapatan mereka dengan cara yang berbeda dibandingkan dengan masyarakat dengan budaya yang lebih konsumtif.

Faktor-faktor ini saling terkait dan kompleks, dan dapat memberikan gambaran tentang bagaimana pendapatan masyarakat mempengaruhi pengeluaran konsumsi di Indonesia.

3. Faktor Sosial dan Budaya

Faktor sosial dan budaya memiliki pengaruh signifikan terhadap pengeluaran konsumsi masyarakat Indonesia. Berikut adalah beberapa faktor sosial dan budaya yang mempengaruhi pengeluaran konsumsi di Indonesia:

- a. Nilai dan Norma Budaya: Nilai dan norma budaya yang dianut oleh masyarakat Indonesia dapat mempengaruhi pola pengeluaran konsumsi. Misalnya, jika masyarakat memiliki nilai yang kuat terkait tabungan atau kehidupan sederhana, mereka mungkin cenderung mengalokasikan pendapatan mereka dengan berhemat atau menabung. Sebaliknya, jika masyarakat memiliki budaya yang lebih konsumtif, mereka mungkin cenderung menghabiskan lebih banyak uang untuk barang-barang konsumsi.
- b. Gaya Hidup dan Tren Konsumsi: Gaya hidup dan tren konsumsi yang populer di masyarakat juga berpengaruh pada pengeluaran konsumsi. Misalnya, tren makanan organik, kegiatan kebugaran, atau gaya hidup yang berkelanjutan dapat mempengaruhi preferensi konsumsi dan pengeluaran masyarakat. Masyarakat Indonesia yang mengikuti tren tertentu mungkin menghabiskan lebih banyak uang untuk produk atau layanan yang sesuai dengan gaya hidup mereka.
- c. Faktor Demografi: Faktor demografi seperti usia, jenis kelamin, dan pendidikan juga berdampak pada pengeluaran konsumsi. Misalnya, masyarakat dengan usia yang lebih muda mungkin cenderung menghabiskan lebih banyak uang untuk barang-

barang elektronik, mode, atau hiburan, sementara masyarakat dengan usia yang lebih tua mungkin lebih fokus pada kebutuhan dasar atau layanan kesehatan. Selain itu, pendidikan juga dapat mempengaruhi preferensi konsumsi dan pengeluaran, di mana masyarakat yang lebih terdidik mungkin memiliki pola pengeluaran yang lebih beragam.

- d. Pengaruh Keluarga dan Teman: Pengaruh dari keluarga dan teman-teman juga mempengaruhi pengeluaran konsumsi. Masyarakat Indonesia seringkali mempertimbangkan pendapat dan preferensi keluarga dan teman dalam membuat keputusan pembelian. Jika keluarga atau teman memiliki preferensi konsumsi tertentu, masyarakat cenderung mengikuti dan menghabiskan uang mereka sesuai dengan rekomendasi atau tren yang mereka lihat.
- e. Periklanan dan Media: Periklanan dan media memainkan peran penting dalam membentuk preferensi konsumsi dan pengeluaran masyarakat. Paparan terhadap iklan produk atau promosi dapat mempengaruhi perilaku konsumsi masyarakat. Media sosial juga memiliki pengaruh yang signifikan, di mana iklan, endorsement selebriti, atau konten yang berhubungan dengan konsumsi dapat mempengaruhi keputusan pembelian masyarakat.
- f. Ritual dan Tradisi: Ritual dan tradisi dalam budaya Indonesia dapat mempengaruhi pengeluaran konsumsi dalam beberapa acara atau perayaan khusus. Misalnya, dalam perayaan Idul Fitri, masyarakat Indonesia cenderung menghabiskan lebih

banyak uang untuk memberikan hadiah atau membeli pakaian baru sebagai bagian dari tradisi.

Faktor sosial dan budaya ini dapat berinteraksi dengan faktor-faktor lainnya, seperti pendapatan atau kondisi ekonomi, untuk membentuk pola pengeluaran konsumsi masyarakat Indonesia.

4. Faktor Demografi

Faktor demografi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengeluaran konsumsi masyarakat Indonesia. Berikut adalah beberapa faktor demografi yang mempengaruhi pengeluaran konsumsi:

- a. **Usia:** Usia merupakan faktor penting dalam mempengaruhi pengeluaran konsumsi. Masyarakat dengan usia yang lebih muda cenderung menghabiskan lebih banyak uang untuk barang-barang konsumsi yang sesuai dengan gaya hidup mereka, seperti teknologi, mode, dan hiburan. Di sisi lain, masyarakat dengan usia yang lebih tua mungkin cenderung menghabiskan lebih banyak uang untuk kebutuhan dasar, kesehatan, atau rekreasi yang lebih tenang.
- b. **Jenis Kelamin:** Jenis kelamin juga mempengaruhi pengeluaran konsumsi. Pria dan wanita cenderung memiliki preferensi konsumsi yang berbeda. Misalnya, dalam beberapa kasus, pria cenderung menghabiskan lebih banyak uang untuk teknologi atau hobi tertentu, sementara wanita cenderung menghabiskan lebih banyak uang untuk fashion, kosmetik, atau produk kecantikan.

- c. Pendidikan: Tingkat pendidikan juga berpengaruh pada pengeluaran konsumsi. Masyarakat dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi cenderung memiliki pengeluaran konsumsi yang lebih beragam dan cenderung lebih terbuka terhadap inovasi dan produk baru. Mereka juga cenderung memiliki kesadaran yang lebih besar terhadap pentingnya investasi jangka panjang, seperti pendidikan, asuransi, atau rencana pensiun.
- d. Pendapatan: Pendapatan merupakan faktor demografi yang kuat dalam mempengaruhi pengeluaran konsumsi. Masyarakat dengan pendapatan yang lebih tinggi cenderung memiliki lebih banyak sumber daya yang tersedia untuk dihabiskan untuk kebutuhan dan keinginan konsumsi mereka. Mereka mungkin memiliki akses yang lebih besar terhadap barang dan layanan yang mahal, serta memiliki kemampuan untuk mengalokasikan lebih banyak dana untuk investasi atau tabungan jangka panjang.
- e. Status Pernikahan dan Kepala Keluarga: Status pernikahan dan status kepala keluarga juga mempengaruhi pengeluaran konsumsi. Misalnya, kepala keluarga yang lajang mungkin cenderung menghabiskan lebih banyak uang untuk gaya hidup pribadi mereka, sementara kepala keluarga yang menikah dengan anak-anak mungkin lebih fokus pada kebutuhan keluarga dan pendidikan anak-anak.
- f. Lokasi Geografis: Lokasi geografis juga dapat mempengaruhi pengeluaran konsumsi. Masyarakat di perkotaan mungkin

memiliki pola pengeluaran yang berbeda dengan masyarakat di pedesaan. Misalnya, masyarakat perkotaan cenderung menghabiskan lebih banyak uang untuk transportasi, makanan dan minuman di luar, atau hiburan, sementara masyarakat di pedesaan mungkin lebih fokus pada kebutuhan dasar dan pertanian.

Faktor-faktor demografi ini dapat memberikan wawasan tentang preferensi konsumsi dan pola pengeluaran.

BAGIAN 7

PERKEMBANGAN & TRANSFORMASI SEKTOR INDUSTRI & MANUFAKTUR DI INDONESIA

A. PENDAHULUAN

Produk Domestik Bruto (PDB) atau Gross Domestic Product (GDP) Indonesia terdiri atas 3 sektor:

1. Pertanian: Sektor pertanian menyumbang sekitar 13% dari PDB Indonesia. Sektor ini mencakup kegiatan terkait pertanian, perikanan, kehutanan, dan peternakan.
2. Jasa: Sektor jasa merupakan kontributor terbesar terhadap PDB Indonesia, mencakup sekitar 46% dari total. Sektor ini meliputi kegiatan perdagangan, transportasi, keuangan, komunikasi, real estate, dan berbagai layanan lainnya.
3. Industri: Sektor industri menyumbang sekitar 41% dari PDB Indonesia. Ini meliputi berbagai subsektor seperti manufaktur, pertambangan, konstruksi, dan penyediaan listrik, gas, serta air. Di tahun terakhir, sektor industri tumbuh sekitar 5%.

Subsektor manufaktur menyumbang sekitar 20% dari PDB dan merupakan subsektor terbesar di sektor industri serta keseluruhan PDB. Persentase yang tinggi ini menunjukkan bahwa subsektor manufaktur merupakan subsektor yang sangat penting dalam perekonomian negara ini. Subsektor ini mencakup berbagai industri yang menciptakan produk-produk manufaktur, seperti tekstil,

elektronik, otomotif, dan lain-lain. Kontribusi subsektor manufaktur yang tinggi terhadap PDB menunjukkan pentingnya sektor ini dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Perlu diingat bahwa persentase diatas dapat sedikit bervariasi tergantung pada sumber dan periode waktu yang spesifik. Pembagian PDB memberikan gambaran tentang bagaimana sektor-sektor yang berbeda berkontribusi terhadap hasil ekonomi Indonesia secara keseluruhan.

B. SEJARAH SEKTOR INDUSTRI DAN MANUFAKTUR DI INDONESIA

Masa Kolonial

Perkembangan awal sektor industri dan manufaktur di Indonesia memiliki sejarah yang penting dalam pembentukan ekonomi negara ini. Seiring dengan proses kolonialisme Belanda, kegiatan industri di Indonesia mulai tumbuh dan berkembang. Pada awal abad ke-20, industri-industri pertanian seperti perkebunan dan pengolahan hasil pertanian menjadi sektor yang dominan. Industri-industri ini, seperti industri gula, karet, dan tembakau, dikelola oleh perusahaan Belanda dengan tujuan memenuhi kebutuhan pasar global.

Pada saat itu, industri-industri tersebut dikelola oleh perusahaan Belanda dan didasarkan pada sistem monopoli yang memberikan keuntungan kepada Belanda. Hal ini menyebabkan terbatasnya partisipasi dan kontrol dari masyarakat lokal terhadap sektor

industri. Meskipun demikian, perkembangan industri di masa kolonial memberikan landasan awal bagi pembentukan sektor industri di Indonesia.

Pasca Kemerdekaan

Setelah kemerdekaan Indonesia pada tahun 1945, terjadi perubahan signifikan dalam sektor industri. Pemerintah Indonesia melakukan nasionalisasi terhadap perusahaan-perusahaan Belanda dan mengambil alih pengelolaan industri-industri tersebut. Hal ini menjadi langkah awal dalam pembentukan industri dan manufaktur yang mandiri di Indonesia.

Pada era pasca kemerdekaan, pemerintah juga mendorong pembentukan industri-industri yang dikelola secara nasional. Langkah-langkah ini termasuk pengembangan industri berbasis sumber daya alam seperti perkebunan dan pertambangan, serta industri manufaktur seperti tekstil, makanan, dan elektronik. Dalam hal ini, pemerintah memberikan insentif dan dukungan untuk meningkatkan investasi dalam sektor industri guna mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

Program pembangunan nasional diarahkan untuk meningkatkan produksi dalam sektor industri dan manufaktur, dengan tujuan untuk menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan mengurangi ketergantungan pada impor.

C. POTENSI DAN TANTANGAN SEKTOR INDUSTRI & MANUFAKTUR

Sektor industri dan manufaktur di Indonesia memiliki potensi yang besar untuk terus tumbuh dan berkontribusi lebih dalam perekonomian. Potensi sektor ini terletak pada sumber daya alam yang melimpah, populasi yang besar, pasar domestik yang luas, serta peluang export di pasar global. Selain itu, pemerintah Indonesia juga telah melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan daya saing sektor ini, seperti pengembangan infrastruktur dan promosi investasi.

Namun, sektor industri dan manufaktur juga dihadapkan pada berbagai tantangan termasuk globalisasi, infrastruktur, dan sumber daya manusia (SDM).

1. Globalisasi dan Persaingan Internasional

Dalam era globalisasi yang semakin terhubung, sektor industri dan manufaktur dihadapkan pada persaingan internasional yang semakin ketat. Hal ini disebabkan oleh kemampuan negara-negara lain untuk menghasilkan produk dengan biaya produksi yang lebih rendah dan efisiensi yang tinggi.

Untuk menghadapi persaingan internasional, sektor ini perlu terus meningkatkan daya saingnya melalui inovasi, efisiensi, dan peningkatan kualitas produk. Pelibatan dalam rantai pasok global juga menjadi strategi yang penting dalam menghadapi persaingan ini. Selain itu, pemerintah juga memiliki peran penting dalam menciptakan kebijakan yang mendukung pertumbuhan dan

pengembangan sektor industri dan manufaktur di tingkat internasional.

2. Infrastruktur dan Logistik

Infrastruktur yang memadai dan sistem logistik yang efisien menjadi faktor kunci dalam mengoptimalkan pertumbuhan sektor industri dan manufaktur di Indonesia. Infrastruktur yang baik, seperti jaringan transportasi yang modern, pelabuhan yang efisien, dan akses ke sumber energi yang stabil, memainkan peran penting dalam mendukung kelancaran aliran bahan baku, produksi, dan distribusi produk.

Tantangan yang dihadapi sektor ini adalah kurangnya infrastruktur yang memadai, terutama di daerah-daerah terpencil. Investasi dalam pembangunan infrastruktur menjadi penting agar sektor industri dan manufaktur dapat tumbuh dengan optimal. Selain itu, pengembangan sistem logistik yang efisien, termasuk manajemen rantai pasok (supply chain management/SCM) yang baik, juga diperlukan untuk mengurangi biaya logistik dan mempercepat proses distribusi produk.

3. Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas dan terampil merupakan aset penting dalam sektor industri dan manufaktur. SDM yang kompeten dan terlatih dapat memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan produktivitas, inovasi, dan efisiensi di sektor industri dan manufaktur.

Tantangan yang dihadapi adalah ketersediaan tenaga kerja yang terampil dan berpendidikan sesuai dengan kebutuhan industri. Pendidikan dan pelatihan vokasi yang berkualitas, kolaborasi antara industri dan lembaga pendidikan, serta pengembangan program pengembangan keterampilan menjadi beberapa upaya yang dapat dilakukan untuk memenuhi kebutuhan SDM yang dibutuhkan oleh sektor ini. Selain itu, penting juga untuk menciptakan lingkungan kerja yang mendukung pengembangan dan kesejahteraan tenaga kerja, termasuk upah yang layak, kondisi kerja yang aman, dan kesempatan untuk pengembangan karir.

D. TRANSFORMASI TEKNOLOGI DALAM INDUSTRI DAN MANUFAKTUR

Revolusi Industri 4.0 telah menjadi perbincangan hangat dalam sektor industri dan manufaktur. Revolusi Industri 4.0 mengacu pada integrasi teknologi digital, otomatisasi, dan konektivitas yang semakin kuat di seluruh rantai nilai produksi.

Perkembangan teknologi seperti Internet of Things (IoT), kecerdasan buatan (AI), big data, robotika, dan komputasi awan (cloud computing) telah membuka peluang baru dalam industri dan manufaktur. Proses produksi yang terhubung secara digital, penggunaan sensor cerdas, dan analisis data yang canggih

memungkinkan adanya produksi yang lebih adaptif, efisien, dan personalisasi.

Revolusi Industri 4.0 juga membawa transformasi dalam paradigma bisnis. Konsep seperti manufaktur yang adaptif, model bisnis berbasis layanan, dan produksi berkelanjutan semakin menjadi fokus dalam upaya menghadapi persaingan global yang semakin ketat. Keterampilan baru diperlukan, seperti kemampuan dalam analisis data, pemrograman, dan manajemen teknologi.

Dalam konteks Indonesia, Revolusi Industri 4.0 memberikan peluang dan tantangan. Perusahaan dan pemerintah perlu bekerja sama untuk mengintegrasikan teknologi baru ke dalam sektor industri dan manufaktur, termasuk mengembangkan infrastruktur digital yang handal, mendorong inovasi dan penelitian, serta meningkatkan literasi digital dan keterampilan teknologi pada tenaga kerja.

Dalam menghadapi Revolusi Industri 4.0, perusahaan dan sektor industri di Indonesia perlu beradaptasi dan mengambil langkah-langkah strategis untuk memanfaatkan teknologi terkini dan mendorong transformasi digital yang berkelanjutan. Beberapa teknologi akan dibahas secara khusus dibawah ini.

1. Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence)

Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence/AI) telah menjadi salah satu teknologi yang semakin relevan dalam sektor industri dan manufaktur di Indonesia. Penerapan AI di Indonesia memberikan

potensi untuk meningkatkan efisiensi operasional, inovasi produk, dan pengambilan keputusan yang lebih cerdas.

Penerapan AI di sektor industri dan manufaktur Indonesia akan berkontribusi dalam beberapa aspek. Misalnya, penggunaan teknik Machine Learning dan Analisis Data dapat membantu dalam prediksi permintaan pasar, perencanaan produksi yang lebih efisien, dan peningkatan kualitas produk. Selain itu, dalam pengawasan dan pemeliharaan mesin dan peralatan, penerapan AI dapat mendukung pemantauan real-time, analisis kerusakan potensial, dan perawatan preventif untuk mengoptimalkan kinerja dan mengurangi downtime.

Namun, dalam mengadopsi AI, tantangan yang perlu diatasi termasuk kurangnya keahlian dan pemahaman tentang teknologi AI di kalangan tenaga kerja, serta ketersediaan data yang berkualitas untuk pelatihan model AI. Diperlukan kolaborasi antara pemerintah, industri, dan institusi pendidikan untuk mengembangkan program pendidikan dan pelatihan yang memperkuat pemahaman dan keterampilan AI.

2. Internet of Things (IoT)

IoT memiliki potensi untuk meningkatkan efisiensi, keandalan, dan pengelolaan sumber daya di sektor industri dan manufaktur. Penerapan IoT di Indonesia akan memberikan manfaat signifikan. Contohnya, dalam industri manufaktur, penggunaan sensor IoT dapat memantau dan mengontrol proses produksi secara real-

time, mengoptimalkan penggunaan energi, dan mendeteksi potensi kerusakan peralatan secara dini. Dalam sektor logistik, IoT dapat digunakan untuk melacak dan mengelola inventaris dengan akurasi tinggi, mempercepat pengiriman, dan meminimalkan kerugian.

Tantangan yang dihadapi meliputi keamanan data dan privasi, interoperabilitas perangkat, dan integrasi infrastruktur yang kompleks. Pemerintah perlu memperhatikan regulasi dan kebijakan yang mendukung pengembangan dan penerapan IoT yang aman dan andal di Indonesia. Selain itu, kolaborasi antara sektor publik dan swasta, serta investasi dalam penelitian dan pengembangan, akan menjadi kunci dalam memanfaatkan potensi penuh IoT.

3. Robotika dan Otomatisasi.

Penerapan robotika dan otomatisasi dapat meningkatkan efisiensi produksi, kualitas produk, dan keselamatan kerja. Dalam sektor manufaktur, robot dapat digunakan dalam berbagai tahap produksi, seperti pemindahan material, pengelasan, dan perakitan. Hal ini dapat meningkatkan produktivitas, mengurangi kesalahan manusia, dan meminimalkan risiko kecelakaan kerja. Di samping itu, otomatisasi dapat mengoptimalkan sistem kontrol dan pemantauan dalam industri, termasuk dalam pengaturan suhu, kelembaban, dan kualitas lingkungan kerja.

Tantangan yang dihadapi dalam mengadopsi robotika dan otomatisasi di Indonesia meliputi biaya investasi yang tinggi, kurangnya keahlian teknis yang memadai, dan ketidakpastian terkait dampak pada tenaga kerja manusia. Perlu adanya upaya dalam pengembangan sumber daya manusia yang berkualitas di bidang robotika dan otomatisasi, serta kebijakan yang mendorong adopsi teknologi ini dengan memperhatikan aspek sosial dan ekonomi.

4. Big Data dan Analitik

Big data dan analitik dapat memberikan wawasan yang bernilai dalam pengambilan keputusan, perencanaan produksi, manajemen rantai pasok, dan pemasaran. Misalnya, melalui analisis data yang cermat, perusahaan dapat mengidentifikasi tren pasar, kebutuhan konsumen, dan preferensi produk. Data operasional dan sensor yang dikumpulkan dari peralatan produksi juga dapat digunakan untuk mengoptimalkan kinerja dan memperbaiki efisiensi produksi.

Tantangan yang perlu diatasi termasuk infrastruktur teknologi yang memadai, kebutuhan akan ahli analitik yang terampil, dan kebijakan privasi dan keamanan data. Peran pemerintah dalam mendorong aksesibilitas dan keandalan infrastruktur teknologi serta pengaturan perlindungan data sangat penting. Kolaborasi antara industri, akademisi, dan pemerintah juga dapat membantu mengatasi hambatan dan mempercepat penerapan big data dan analitik.

E. INISIATIF DAN PROGRAM PEMERINTAH INDONESIA UNTUK MENDORONG PERKEMBANGAN SEKTOR INDUSTRI & MANUFAKTUR

Pemerintah Indonesia telah meluncurkan berbagai inisiatif dan program untuk mendorong perkembangan sektor industri dan manufaktur di negara ini. Salah satu contoh penting adalah Program Making Indonesia 4.0. Program ini bertujuan untuk mendorong transformasi digital, adopsi teknologi canggih, dan peningkatan produktivitas di sektor industri dan manufaktur. Selain itu, pemerintah juga meluncurkan berbagai kebijakan dan insentif, seperti pengurangan pajak, perluasan akses ke pembiayaan, dan dukungan dalam pengembangan sumber daya manusia yang berkualitas. Kerjasama antara pemerintah, industri, dan lembaga pendidikan menjadi kunci dalam mewujudkan visi pembangunan sektor industri dan manufaktur yang berkelanjutan di Indonesia.

Kebijakan Industri Nasional (KIN) di Indonesia telah menjadi landasan penting dalam mendorong pertumbuhan dan pengembangan sektor industri. Kebijakan ini bertujuan untuk menciptakan iklim investasi yang kondusif, meningkatkan daya saing industri, dan mendorong peningkatan nilai tambah dalam produksi industri. Pemerintah menyadari pentingnya kolaborasi antara pemerintah, industri, dan akademisi dalam implementasi kebijakan ini, serta peran strategis sektor industri dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional.

Pembangunan Kawasan Industri di Indonesia menjadi salah satu inisiatif pemerintah untuk mendorong pertumbuhan sektor industri dan manufaktur. Pemerintah menjelaskan tentang pentingnya pembangunan kawasan industri dalam menciptakan ekosistem yang kondusif bagi bisnis dan investasi di sektor industri. Kawasan industri di Indonesia memberikan fasilitas dan infrastruktur yang mendukung kegiatan produksi dan distribusi, serta memberikan akses yang lebih mudah bagi perusahaan untuk beroperasi. termasuk pengembangan sumber daya manusia, peningkatan konektivitas, dan peningkatan layanan pendukung bagi pelaku industri.

F. TREN DAN PELUANG INDUSTRI AND MANUFAKTUR INDONESIA DI MASA DEPAN

Melihat ke masa depan, industri dan manufaktur di Indonesia memiliki potensi yang besar untuk terus berkembang dan memberikan peluang yang menjanjikan. Beberapa tren utama seperti digitalisasi, keberlanjutan (sustainability), dan keterhubungan global akan mempengaruhi industri dan manufaktur di Indonesia. Peluang besar di sektor industri terdapat pada industri otomotif, elektronik, makanan dan minuman, serta energi terbarukan. Dengan strategi yang tepat dan penyesuaian terhadap tren global, industri dan manufaktur di Indonesia dapat menghadapi masa depan dengan optimisme dan terus berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi negara.

Sektor industri dan manufaktur di Indonesia memiliki peran strategis dalam perekonomian negara ini. Seiring dengan pertumbuhan ekonomi yang stabil, sektor ini terus berkembang dan memberikan kontribusi signifikan terhadap penciptaan lapangan kerja, peningkatan ekspor, dan pertumbuhan GDP. Meskipun masih dihadapkan pada berbagai tantangan, seperti persaingan global, infrastruktur yang perlu ditingkatkan, dan kekurangan sumber daya manusia terampil, pemerintah Indonesia telah mengimplementasikan kebijakan dan program yang bertujuan untuk mendorong perkembangan sektor ini. Dengan fokus pada transformasi digital dan penerapan teknologi canggih, sektor industri dan manufaktur di Indonesia memiliki potensi besar untuk terus tumbuh dan menjadi pemain kunci dalam perekonomian global. Dengan komitmen pemerintah, kerja sama industri, dan pengembangan SDM yang terampil, Indonesia dapat memanfaatkan peluang yang ada dan mencapai visi sebagai negara yang maju dalam sektor industri dan manufaktur.

Sebagai rekomendasi kebijakan, pemerintah Indonesia perlu terus memperkuat dukungan dan investasi dalam sektor industri dan manufaktur. Fokus utama harus diberikan pada pengembangan infrastruktur yang memadai, peningkatan kualitas sumber daya manusia melalui program pelatihan dan pendidikan yang relevan dengan kebutuhan industri, serta peningkatan akses terhadap teknologi dan inovasi. Selain itu, penting untuk mendorong kemitraan antara industri, lembaga pendidikan, dan pemerintah

guna menciptakan ekosistem yang kondusif bagi pertumbuhan dan transformasi sektor ini. Dalam hal ini, pelibatan sektor swasta dan penciptaan iklim investasi yang menguntungkan akan menjadi faktor kunci dalam mendorong perkembangan industri dan manufaktur di Indonesia.

BAGIAN 8

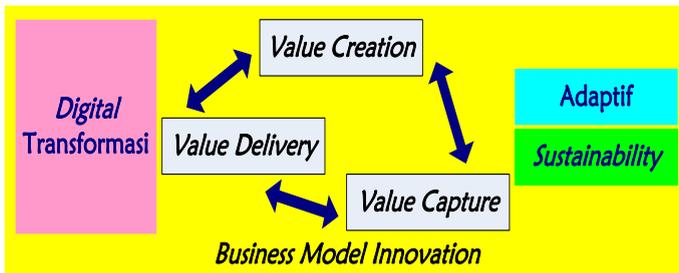
PERKEMBANGAN & TRANSFORMASI UMKM DI INDONESIA

A. PENGEMBANGAN UMKM

Pada intinya sebuah program pengembangan UMKM yang berada di Indonesia dan wirausaha, tidak akan lepas dari sarana dan fasilitas, serta timbal balik di dalam sebuah *transfer* ilmu sesama rekan. Pada hakikatnya sebuah jejaring dari suatu kumpulan orang juga akan membentuk perkumpulan yang memberikan wacana kearah pembenaran dan perbaikan (Dinas Koperasi Usaha Kecil & Menengah, 2022). Untuk mengetahui UMKM, menurut Sumadi (2021), terdapat klasifikasi berikut; *livelihood activities* yang mengatur kesempatan mencari sektor informal (para pedagang kaki lima), *micro enterprises* yang mengatur para pengrajin, *small dynamic enterprises* yang mengatur tentang para UMKM yang memiliki jiwa kewirausahaan dan menerima pekerjaan subkontrak, dan *fast moving enterprise* yang mengatur UMKM dengan skala yang lebih besar.

Dalam upaya untuk terus mengembangkan potensinya, dilakukan beberapa kali studi banding ke berbagai tempat untuk meningkatkan kualitas optimalisasi dan pengelolaan UMKM yang belum dirasakan secara maksimal, diantaranya adalah studi banding ke Hetero Space Semarang (Dinas Koperasi Usaha Kecil & Menengah, 2022), ke

tempat UMKM Kabupaten Demak untuk membudidayakan usaha untuk mengadopsi hasil pengembangan dan hasil perlindungan terhadap produk UMKM (Dinas Perdagangan Koperasi dan UMKM, 2019), ke tempat pengelolaan udang air tawar dari Bangka Belitung (Adibrata, Lingga, & Fatimah, 2022), ataupun sekelas Semen Gresik yang juga pernah ajak para pelaku UMKM untuk mengembangkan produknya “Djoen Leather” yang telah menghasilkan kerajinan kulit nya sampai ke Korea dan India (Haryanto, 2022) dan beragam studi banding lainnya.



Jika dilihat dari perbandingan yang ada saat ini, cenderung titik pusat nya adalah membuat sebuah diagram yang melukiskan adanya *value creation*, *value delivery* dan *value capture* diantara produk UMKM, dengan diantaranya adanya kebutuhan antara *digital* transformasi, adaptif dan *sustainability* (Berliandaldo, Fasa, Kholiyah, Chodiq, & Hendrix, 2020). Ini merupakan cerminan di antara para pelaku UMKM yang ada saat ini dengan mengutamakan 3 hal tersebut – *digital* transformasi, adaptif dan *sustainability* sehingga ketiga hal ini menjadi suatu *roadmap* untuk UMKM.

Dari beberapa hal yang diajukan perlu dibahas, *value creation* (suatu inisiasi yang dilakukan dalam UMKM dengan mengangkat topik tertentu dan menciptakan nilai tersendiri bagi para penggunanya), sedangkan *value delivery* (nilai yang diperoleh bagi para pengguna yang dihasilkan di dalam UMKM), dan *value capture* (merupakan hal yang diangkat dalam pembahasan dan hasil yang dapat dicapai di dalam UMKM). Disamping itu, ada juga tambahan tentang *digital* transformasi yang dimotori oleh para pengguna digitalisasi dan berkenaan dengan era digital untuk UMKM. *Digital* transformasi ini merupakan jalan utama bagi UMKM yang memang berbasis “siap saji” dengan cerminan yang kekinian. Produk *digital* transformasi ini merupakan tampilan dengan cara trendi sampai tercatat di dalam perangkat komunikasi saat ini. Lalu, adaptif yang mengacu kepada suatu industri yang mendukung dengan baik dan *sustainability* yang mengarah kepada produk UMKM berkesinambungan (Legowo, Prayitno, & Indriato, 2021).

Menurut Myler (2013) dari majalah Forbes, dikatakan bahwa *minimal* ada 3 hal yang perlu diingat tentang pengadaan hati di dalam sebuah *model* tetapi juga bukan hanya serangkaian strategis usaha tetapi juga suatu *business model* utama. Hal ini sangat disorot dari komponen tersebut tentang *how to create*, *why* dan *how we can deliver*, lalu juga menghaturkan *capturing* nilai (Myler, 2013; Kaplan, 2012):

1. *Value Creation* dilihat dari 2 hal antara tentang produk/servis yang ditawarkan kepada pelanggan atas segala biaya pengadaan,

dan juga tentang pengadaan produk/servis yang ditawarkan lebih murah ketimbang dari biaya pengadaan. Dengan kata lain adalah melihat kecenderungan cara terbaik bagi pelanggan untuk *value creation* tersebut di antara apa yang dapat dimengerti dan juga dari seluruh *stakeholder*. Sebuah *value creation* harus selalu diciptakan dan dihantarkan kepada pelanggan sebelum semuanya menjadi sebuah *capture* dari sebuah organisasi berikut produk dan jasanya. Ingat cerita tentang *value creation* yang mengatakan bahwa “beli di harga murah, dan juga jual di harga tinggi”.

2. *Value Delivery* mengatakan bahwa ini merupakan cara untuk memastikan *willingness* dan penyampaiannya kepada pelanggan (Oakley, 2021). Ini merupakan sebuah model dimana *how* yang dilakukan oleh organisasi telah memenuhi makna tersendiri di dalam hati dan benak pasar. Ini merupakan janji yang diberikan kepada pasar dan pemenuhan janji itu sendiri. Apa yang dihadirkan di hadapan pelanggan adalah merupakan hadiah yang diharapkan pelanggan, *what is less-delivered by you, can be more-accepted by your customers*. Dengan kata lain adalah bahwa peranan pelanggan merupakan isu yang tidak boleh dilupakan dalam *value delivery* ini. Pelanggan menerima pesan yang pada saat tersebut ditentukan apakah ada gunanya, lalu mengambil keputusan apakah barang tersebut berguna, dan mengambil langkah dalam memberikan masukan. Pada saat kemampuan penjualan mencapai yang efektif dengan tenaga penjualan dan pendukung mereka maka sudah dapat suatu

kepastian adanya tambahan *value delivery* dengan adanya ekstra penambahan angka di dalam suatu transaksi penjualan

3. *Value Capture* adalah kepastian bahwa suatu kepastian dimana organisasi menerima pembayaran (Oakley, 2021). Pertanyaannya adalah berapa banyak yang tersisa dari penjumlahan total produksi (*value creation* dan *delivery*) dan setelah dikurangi harga penjualan. Setelah itu, coba dibandingkan *value capture* tersebut dengan harga dari pesaing minimal untuk verifikasi data tersebut dari pasar. Namun, pada akhirnya adalah membagi besaran nilai tersebut dibandingkan dengan *profit margin* yang ada di dalam organisasi untuk menunjukkan nilai kesempatan *value capture* vs nilai harapan yang diperoleh dari awal. Dari *model* sederhana dapat disimpulkan bahwa adanya *core capabilities* sangat perlu untuk mencapai hasil dan dengan kerja sama yang ada. Hal ini menjadi sangat benar untuk semua jenis usaha sehingga apa yang telah menjadi itikad baik dari organisasi, yaitu menciptakan *model* yang menciptakan *value capture*, menjadi terwujud.

Ada banyak perbankan didunia ini dengan beragam jenis kategorinya yang intinya adalah menyampaikan banyak solusi bagi pelanggannya dengan relatif harga terjangkau dan relatif murah. Harga “murah” disini tentunya adalah sebuah harga ekonomis berdasarkan penggolongan mekanisme dan peraturan di dalam perbankan yang ditawarkan kepada pelanggan, misalnya, memberikan deposito @ 2% setahunnya (kontan.co.id, 2023). Ini merupakan ketiga contoh *value creation*, *value delivery*, dan *value capture* diatas. Banyak

pengguna jalan raya sangat memerlukan bantuan transportasi, termasuk taksi, antar-jemput, ataupun paket dan lainnya. Hal ini juga yang mengkaitkan para pengguna tersebut dengan pasar, *value creation*, *value delivery* dan *value capture*. Harga yang ditentukan oleh organisasi merupakan harga yang umumnya berlaku di pasar. Lalu, harga tersebut ditawarkan ke pengguna – yang akan mencari tahu kemudian adalah bahwa barang tersebut dibawa sendiri dengan kendaraan (bayar dan bekerja sendiri) atau menempatkan barang tersebut di dalam kendaraan orang lain (bayar ke orang lain). Harga dan kepentingan barang tersebut menjadi kunci dalam transaksi ini. Jika harga nya terjangkau, maka ini adalah unsur terjadinya transaksi melibatkan orang lain. Akan tetapi, jika kepentingannya penting, maka ini menjadi suatu transaksi yang penting juga didalam hidup kita. Di dalam kedua contoh ini menunjukkan bahwa ini adalah kondisi yang diciptakan dalam situasi yang berbeda dengan cara yang beda. Lakukan dengan cara yang berbeda, *not better*.

Di dalam grafik tersebut menunjukkan adanya siklus yang normal terjadi dalam *value creation* dan *value capture* (Oakley, 2021) yang kerap terjadi, dimana ada pemain baru yang tiba di arena yang saat ini di dominasi dengan *start-up* dan yang akan kalah dalam *creating good value*, tetapi akan kalah dengan kondisi yang kurang sempurna dalam *value capturing*. Terjadilah unsur *fast-growing* tetapi dalam *profit* yang minim. maka terjadilah adu kekuatan diantaranya adalah pesat dalam pertumbuhan yang pertumbuhan dalam segala sisi vs *profit* yang memadai atau nyaman dari beragam sisi, dan mana yang

harus menjadi sorotan apakah mempunyai kekuatan baru? Setelah itu, siklus akan masuk ke dalam ranah *dream* ataupun *hell* untuk mengubah cara untuk memaksimalkan pertumbuhan nilai. Untuk wilayah *dream* tersebut mengenai keberadaan *monopoly*. Kondisi *monopoly* ini merupakan bentuk dari kapitalis menurut Karl Max. Pada saat *anti-monopoly* dicanangkan, secara khusus tentang Microsoft dan Google, karena keberadaan pasarnya yang berujung dikedua muka tersebut. Ini merupakan celah untuk berpikir kearah *cash cow* dari versi BCG matrix (Oakley, 2021), Ataupun akhirnya adalah *hell* dimana dipenuhi dengan *red ocean* yang penuh banyaknya persaingannya.



B. TRANSFORMASI UMKM

Dengan keterkaitan yang disebut diatas, dan secara khususnya tentang *digital* transformasi, adaptif dan *sustainability*, hal ini juga menjadi suatu penjabaran yang sangat perlu diteliti. Mari kita lihat satu per satu.

Digital transformasi merupakan wadah yang ditunggu bagi para UMKM dengan berpindah kepada *platform digital* dalam kegiatan usahanya. Tentu bagi pelaku UMKM memang merupakan suatu saat dimana mereka berada di zona yang tidak paham atau belum mengetahui *digital* tetapi tentunya berupaya untuk melakukan digitalisasi. Adapun perlu dibahas beberapa tujuan murni dari digitalisasi, seperti; biaya yang efisien, pangsa pasar yang semakin luas, adanya perubahan gaya hidup, kualitas produk yang semakin meningkat, luasnya pasar, adanya 24 jam *online*, menjadikan komunikasi lebih mudah, dan banyak hal lainnya (KKN-DR UINSU Kelompok 200 Desa Hinat Kanan, 2021; Abdillah, 2020). Ini merupakan bagian dari jalan keluar yang dicari oleh para peminat UMKM (mediaindonesia.com, 2022). Dalam hal transformasi UMKM menjadi semakin ketat dengan adanya teknologi dan fenomena sehubungan dengan digitalisasi pemasaran, terlebih pula dengan adanya pandemik covid-19, yang juga membuat semua produksi di beragam bidang industri, rantai pemasok, transportasi, dan distribusi, menjadikan turun drastis (Bindarto, 2022). Menurut data April 2022, ada sekitar 19 juta UMKM yang masuk ke dalam sistem digital, dan angka ini ditambahkan juga dengan *target* sebesar 11 juta UMKM di saat pandemik, dan berkisar akan mencapai 30 juta UMKM yang masuk di tahun 2024 (Bindarto, 2022). Tentu, diluar target itu masih banyak UMKM yang belum ikut serta dalam sistem digital ini, yaitu khususnya para pelaku UMKM yang masih belum melek teknologi digitalisasi ini. Minimal nya adalah pelaku UMKM sudah masuk ke dalam *e-commerce* diantara pemerintah daerah atau

pusat, praktisi *e-commerce*, pelaku usaha lainnya serta masyarakat, (Karyati, 2019).

Di dalam hal mengenai tentang adaptif, kita perlu menerapkan ekonomi *digital* sangat perlu di berbagai aktivitas ekonomi, termasuk di dalam nya ada pengguna informasi dan pengetahuan digitalisasi sebagai tulang punggung *information* dan *communication technology*. Disini ditekankan bahwa adanya ketertarikan dari individu untuk menggunakan alat komunikasi dan juga berkaitan dengan akses, mengelola, integrasi, analisa, evaluasi, serta membangun komunikasi dengan yang lainnya sehingga jadi efektif dalam bermasyarakat. Perlu juga dikemas sedemikian rupa dalam hal pembagian 11 sektor *shift-share analysis* yang didasarkan kepada *differential share*, seperti; (a) pertanian, kehutanan dan perikanan, (b) pertambangan dan penggalian, (c) pengolahan, (d) listrik dan gas, (e) konstruksi, (f) perdagangan besar dan eceran, (g) transportasi dan pergudangan, (h) akomodasi dan makanan/minuman, (i) jasa keuangan dan asuransi (j) administrasi, (k) pendidikan, sehingga nilai dari *differential shift* dianggap besar, khususnya adalah industri pengolahan yang menjadi *growth engine* bagi UMKM (Susilawati, Falefi, & Purwoko, 2020). Lalu, ada banyak bidang lainnya yang merupakan basis unggulan dalam memenuhi kebutuhan daerah nya karena memiliki *location quotient* (Susilawati, Falefi, & Purwoko, 2020). Didasarkan kepada pendekatan kualitatif, peneliti ini menemukan karakteristik bisnis konvensional, bisnis *online*, dan teknologi digital terjadi perbedaan yang luar biasa di dalam analisa

nya. Yaitu; terjadinya penurunan omzet dari cara konvensional dan mengarah ke bisnis *online* di dalam penelitian tersebut, termasuk dari sumber mentah, sampai kepada transportasi termasuk dari sisi pendapatan dari UMKM ini. Dari sisi terlihat adanya efek pandemik sebesar 88% dana cadangan telah habis diserap di UMKM, dan 60% telah mengurangi tenaga kerjanya (Ahmad, Nurjannah, Rijal, Tahir, & Hasan, 2021).

Di dalam hal mengenai *sustainability*, disinilah ditentukan apakah UMKM ini menjadi modal utama bagi perekonomian Indonesia dan disinilah dipelajari tentang kekuatan bertahan di masa ekonomi digital (Idah & Pinilih, 2019). Hasil analisa, perhitungan faktor *internal* dan eksternal menunjukkan bahwa posisi UMKM yang berbasis *digital* ini berada di wilayah yang dapat mengembangkan potensi luar negeri, dengan menambah unit produksi dan meningkatkan kualitas produk, dan juga meningkatkan proses digitalisasi secara *online* (Idah & Pinilih, 2019). Untuk mencapai tujuan itu, UMKM yang berbasis digital perlu memperhatikan beberapa hal, seperti; kapasitas produksi, kualitas produksi, dan penjualan yang akan disertai dengan semangat melek *digital*. Dalam era melek *digital* ini, generasi milenial yang ada sangat mendominasi masyarakat sehingga mengembangkan UMKM perlu didukung upaya *reseller online* yang terdiri dari beberapa; *buzzer*, *influencer*, dan *follower* (Arianto, 2020). Kerjasama yang saling menguntungkan akan menjalin ikatan yang berkesinambungan antara pelaku UMKM dan generasi milenial dan juga dengan media

sosial nya. Kerjasama ini menerapkan strategi digital seperti; *Facebook, Instagram, Telegram, Twitter, Whatsapp*, serta *website* maupun *market place* lainnya. Menurut Kemp (2023), di dalam ruang lingkup Indonesia sejak penghujung tahun, telah terjadi 77% *internet penetration* untuk hampir 213 juta *internet-users* di Indonesia, sudah terjadi 167 juta *social media users* di Indonesia yang sebanding dengan 61%, yang meliputi generasi 18-54 adalah sejumlah sekitar 53%, ada terdapat 120 juta di Indonesia yang menggunakan *Facebook*, ada sekitar 139 juta yang menggunakan *YouTube* di Indonesia, dengan *Instagram* 89 juta di Indonesia, 110 juta pengguna TikTok di Indonesia, 23 juta pengguna LinkedIn di Indonesia, ada juga pengguna *Snapchat* sekitar 3.5 juta, sekitar 24 juta *Twitter*, dan terdapat 354 juta pengguna *mobile application*. Dalam masa ini, sudah terjadi semakin pesatnya penggunaan media sosial dan khususnya terhadap UMKM. Data investigasi McKinsey mengatakan bahwa telah terjadi peningkatan sebesar 26% dalam jumlah 3.1 juta transaksi setiap harinya dan juga termasuk 42% UMKM Indonesia yang berhasil masuk ke dalam *platform* media sosial (Catrina, 2020). Hal ini merupakan statistik untuk menggerakkan literasi *digital* para pelaku UMKM karena dengan demikian banyak jumlahnya maka tidak tergiur untuk memasarkan produknya di media sosial ini. Dengan masa depan ini, *digital marketing* tentu memerlukan produk ataupun jasa yang menarik, yang perlu dikuasai dengan keterampilan *digital marketing*, peningkatan upaya dalam keahlian di bidang teknologi (Arianto, 2020; Purbaningrum, Nadhif, Rahmatullaili, & Firmansyah, 2021).

Semua keterampilan dan pengetahuan *digital* bisnis akan sangat mendongkrak tulang punggung dalam membuat *content* yang menarik bagi para pelaku UMKM dengan menampilkan di dalam wadah kebersamaan media sosial nya (Bindarto, 2022). Lalu, didalam hal tersebut juga ditunjukkan dalam buku nya Permadi, et al (2017) bahwa ada faktor yang mempengaruhi dalam berbelanja *online*, seperti; efisiensi dalam waktu dan biaya, ketersediaan produk melalui *online* dan selalu harus *ready stock*, kelengkapan informasi ada di dalam produk dengan mudah, lengkap, dan menarik, dan intinya terutama adalah tingkat kenyamanan para pelanggan yang tidak berdesak-desakan di saat membeli produk. Tentu dari hal ini adalah memperluas jangkauan dari barang konvensional menjadi *digital*, meningkatkan transaksi dengan berbagai macam pembayaran, dan dalam upaya untuk membantu pasar lainnya dalam berkecimpung dalam kursus *online*, *dropshippers*, *re-sellers*, jasa desain, membuka toko *online*, menuliskan *content digital* (Team Money+, 2022; Sumadi, 2021), penyederhanaan operasi, sistem kerja dan kegiatan bisnis menjadi berbasis *online*, jalankan *database* untuk digitalisasi selanjutnya, dan termasuk *cloud computing* yang sudah banyak dipakai (Sumadi, 2021). Sebagai tinjauan akhir adalah mengenai beberapa unsur kejelasan yang perlu disampaikan dalam transformasi *digital* ini sehingga dimainkan bersama, unsur konsistensi tentang kepastian produk dan upaya untuk menghasilkan produk tersebut, ketersediaanya juga para pelaku UMKM dengan faktor pendorong dalam mencapai kebijakan digitalisasi, termasuk dengan fasilitas dan wewenang, dan juga keberadaan informasi yang ada, tentu

disamping itu juga perlu peran pemerintah dalam upaya mendorong UMKM ini dalam birokrasi, insentif, adanya *SOP*, dengan sikap/perilaku dari tim pelaksana (Andini, 2017). Dengan transformasi UMKM ini dengan adanya tambahan pemahaman *digital*, adaptif dan *sustainability* dan tentu saja adalah *value creation*, *value delivery* dan *value capture* akan seutuhnya tetap menjadi citra UMKM Indonesia.

BAGIAN 9

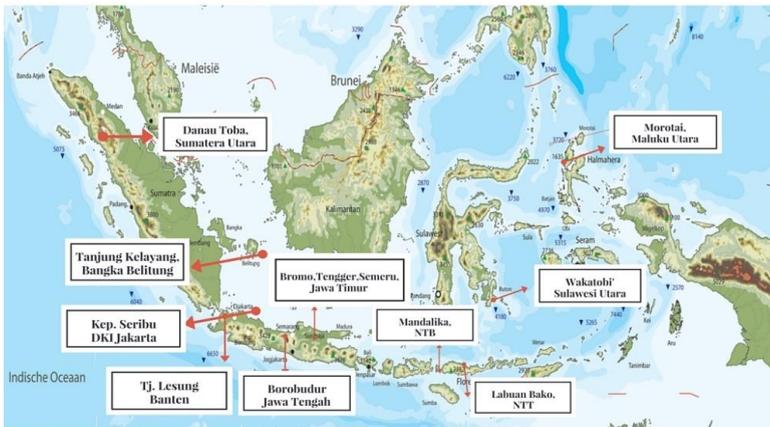
PERKEMBANGAN & TRANSFORMASI PARIWISATA DI INDONESIA

A. INDONESIA SEBAGAI DESTINASI WISATA

Indonesia menjadi salah satu negara yang tercatat sebagai salah satu destinasi pariwisata strategis yang berada dalam kawasan benua Asia. Dibuktikan dengan kinerja sektor pariwisata yang terus meningkat dalam kurun waktu 10 tahun terakhir, sebagai contoh menurut data yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik dalam rentang waktu 2002 hingga 2012 terjadi peningkatan signifikan terhadap jumlah wisatawan mancanegara dengan jumlah yang tercatat sebanyak 3,011 juta dengan devisa yang diperoleh berjumlah 4,815 milyar US\$.

Sementara, untuk wisatawan lokal yang disebut juga dengan wisatawan nusantara mengalami peningkatan yang signifikan seperti wisatawan mancanegara. Pusdatin Kemenparekraf merilis jumlah wisatawan nusantara dengan rentang waktu 2008 hingga 2012 mengalami peningkatan sebanyak 25,3 juta dengan total pengeluaran wisatawan tersebut sebanyak 48 triliun rupiah. Melalui data statistik ini, menunjukkan bahwa arah perkembangan pariwisata nasional ini memiliki potensi yang sangat menjanjikan.

10 Prioritas Destinasi Pariwisata di Indonesia



Gambar 9.1 Prioritas Destinasi Pariwisata di Indonesia

Pariwisata memiliki efek turunan untuk persebaran lapangan kerja, memperluas pasar dan usaha mikro lokal, meningkatkan transaksi ekonomi di wilayah pariwisata tersebut, hingga turut andil dalam peningkatan devisa negara sebagai hasil dari transaksi wisatawan mancanegara, pariwisata disimpulkan memiliki efek *multiplier* yang cukup besar dalam perkembangannya untuk perekonomian dan kesejahteraan wilayah pariwisata (WTO, 2007).

B. KESENJANGAN PARIWISATA NASIONAL

Perlu disadari bahwa distribusi dalam pengembangan pariwisata di Indonesia memiliki ketidakmerataan di tingkat provinsi yang bahkan di tingkat kawasan pariwisata itu sendiri. Konsentrasi jumlah wisatawan baik lokal maupun mancanegara tetap berada di antara

Pulau Jawa dan Pulau Bali. Menurut Lombard pada 2006, menilik sejarah bahwa Pulau Jawa dan Pulau Bali menjadi sangat strategis karena menjadi penopang utama dalam pertumbuhan ekonomi negara pada era penjajahan.

Pada era modern saat ini, kawasan pariwisata lainnya seperti Sumatera Utara dan Sulawesi Selatan mengalami perkembangan yang signifikan seperti Pulau Jawa dan Pulau Bali, tetapi tidak menutup bahwa kawasan lainnya pun masih terdapat ketimpangan dalam hal pariwisata karena berbagai faktor yang menjadi penghambat dalam keberlangsungan pariwisata tersebut.

Berbagai faktor penyebab kesenjangan pariwisata tersebut antara lain adalah konektivitas yang lemah antara satu daerah dengan daerah lainnya, bahkan dengan beberapa provinsi yang berada di luar Pulau Jawa maupun Pulau Bali. Sehingga kedatangan wisatawan baik mancanegara maupun lokal tidak memiliki persebaran yang cukup luas untuk kegiatan pariwisata di berbagai daerah lainnya. Situasi tersebut semakin memburuk karena manajemen destinasi yang tidak efektif dan kurang tanggap terhadap perubahan kebutuhan wisatawan.

DAYA SAING PARIWISATA INDONESIA

Ranking Kriteria Daya Saing Pariwisata Indonesia

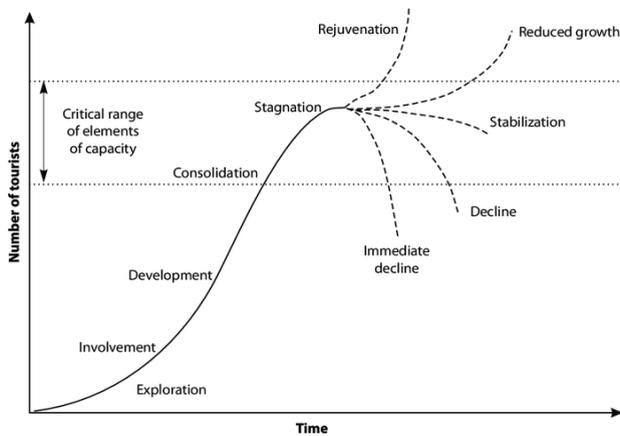
KRITERIA DAYA SAING PARIWISATA	2009	2010
1. Kebijakan dan Peraturan	123	88 ▲
2. Pariwisata Berkelanjutan	130	127 ▲
3. Keamanan dan Keselamatan	119	72 ▲
4. Kesehatan	110	115 ▼
5. Prioritas Turisme & Travel	10	15 ▼
6. Infrastruktur Transportasi Udara	60	58 ▲
7. Infrastruktur Transportasi Darat	89	82 ▲
8. Infrastruktur Pariwisata	88	116 ▼
9. Infrastruktur Teknologi Informasi dan Komunikasi	102	96 ▲
10. Daya Saing Harga	3	4 ▼
11. Sumber Daya Manusia	42	51 ▼
12. Afinitas atau Persepsi Nasional terhadap Pariwisata	78	121 ▼
13. Sumber Daya Alam	28	17 ▲
14. Sumber Daya Budaya	37	39 ▼

Gambar 9.2. Daya Saing Pariwisata Indonesia (2009-2010)

Selain itu, kebijakan pemerintah yang sering kali tidak konsisten dalam mendukung pengembangan dan pemasaran destinasi juga turut menghambat kemajuan destinasi tersebut. Dalam hal ini, dukungan politik dan finansial yang tidak selaras menjadi salah satu faktor kontraproduktif yang memperparah situasi tersebut.

C. FASE PERPUTARAN OPERASIONAL PARIWISATA

Fase perputaran operasional pariwisata berkaitan dengan model yang diperkenalkan oleh Butler pada tahun 1980 dan sempat mengalami pembaruan pada 2006, yaitu model *Tourism Area Life Cycle* (TALC).



Gambar 9.3. Kurva Tourism Area Life Cycle (TALC)

Model TALC memberikan pemahaman berupa dinamika perkembangan destinasi pariwisata. Penerapan model TALC dapat membantu dalam mengidentifikasi dan melakukan manajemen pada tahap perkembangan destinasi pariwisata dan mengambil tindakan yang sesuai untuk keberlangsungan pertumbuhan dan memperpanjang tahap kedewasaan atau *maturity* dari destinasi pariwisata tersebut.

Perkembangan destinasi pariwisata berdasarkan model TALC ini dimulai dengan tahap "*pioneer*" sebagai tahap perintis. Destinasi masih tergolong baru dan mengalami pertumbuhan yang cukup lambat. Ditandai dengan masih sedikit wisatawan yang mengunjungi destinasi ini karena infrastruktur pariwisata yang masih terbatas dan lokasi pariwisata belum banyak diketahui oleh wisatawan lainnya.

Destinasi pariwisata pada tahap selanjutnya memasuki tahap "*growth*" sebagai tahap pertumbuhan. Ditandai dengan jumlah

wisatawan yang meningkat pesat dan infrastruktur pariwisata yang lebih berkembang. Destinasi pariwisata pada tahap ini mulai menarik perhatian lebih banyak wisatawan dan mendapatkan popularitas sebagai destinasi wisata yang dapat dikunjungi.

Destinasi pariwisata kemudian memasuki tahap "*maturity*" sebagai tahap kedewasaan. Pertumbuhan destinasi pariwisata menjadi lebih stabil dengan tingkat kunjungan yang tetap tinggi. Infrastruktur pariwisata dalam fase ini telah berkembang dan cenderung stabil dalam menopang kegiatan pariwisata, dan destinasi pariwisata tersebut sudah dikenal dengan baik dalam pasar pariwisata lokal maupun mancanegara.

Destinasi pariwisata di tahap akhir menuju kepada tahap "*decline*" sebagai tahap penurunan. Destinasi pariwisata mengalami penurunan dalam minat wisatawan dan tingkat kunjungan. Kemungkinan dalam perubahan preferensi wisatawan atau terdapat destinasi pariwisata baru yang lebih menarik. Destinasi pariwisata pada fase ini mengikuti pola penurunan dari kurva dasar asimtotis.

D. COVID-19 DAN SITUASI PARIWISATA NASIONAL

Sektor pariwisata di Indonesia tetap menjadi salah satu sektor yang diutamakan oleh pemerintah karena dianggap mampu menjadi penggerak utama dalam pertumbuhan ekonomi dan devisa negara. Pemerintah pusat dan daerah terus mengembangkan pengelolaan sektor pariwisata melalui berbagai kebijakan untuk meningkatkan

kemajuan dan pengakuan pariwisata Indonesia di kancah internasional.

Peranan sektor pariwisata nasional semakin penting sejalan dengan kontribusinya dalam penerimaan devisa, pendapatan daerah, pengembangan wilayah, penyerapan investasi dan tenaga kerja, serta pengembangan usaha yang tersebar di berbagai wilayah di Indonesia. Namun, pada akhir tahun 2019, dunia dihadapkan dengan pandemi Covid-19 yang memiliki dampak signifikan terhadap sektor pariwisata dan perekonomian secara global, termasuk di Indonesia.

Sektor pariwisata menjadi penyumbang devisa nasional terbesar ketiga setelah ekspor minyak kelapa sawit (CPO) dan batubara.

Pada tahun 2015, jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia mencapai 10,23 juta dan meningkat menjadi 16,11 juta pada tahun 2019. Pada tahun 2018, sektor pariwisata Indonesia berhasil mencatatkan pertumbuhan tertinggi di dunia, menempati peringkat ke-9 secara global, peringkat ke-3 di Asia, dan peringkat pertama di kawasan Asia Tenggara menurut The World Travel & Tourism Council (WTTC). Selain itu, berdasarkan Laporan The Travel & Tourism Competitiveness Report dari World Economic Forum pada tahun 2019, peringkat daya saing pariwisata Indonesia di tingkat global naik dari peringkat 42 pada tahun 2017 menjadi peringkat 40 dari 140 negara.

Pada akhir tahun 2018, devisa dari sektor pariwisata meningkat menjadi sekitar US\$19,29 miliar, hampir mencapai target tahunan

sebesar US\$20 miliar. Kontribusi sektor pariwisata terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai 4,50% pada tahun 2018 dan meningkat menjadi 4,80% pada tahun 2019. Sejak tahun 2015, kontribusi sektor pariwisata terhadap PDB adalah sebesar 4,25% pada tahun 2015, 4,13% pada tahun 2016, dan 4,11% pada tahun 2017. Dengan demikian, rata-rata kontribusi sektor pariwisata terhadap PDB sejak tahun 2015 hingga 2019 adalah sebesar 4,36%. Hal ini menunjukkan bahwa sektor pariwisata memiliki kemampuan sebagai penggerak utama dalam perekonomian. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah untuk mengelola sektor pariwisata dengan baik guna memperkuat citra negara dan meningkatkan penerimaan devisa serta mempengaruhi sektor lainnya. Kontribusi sektor pariwisata terhadap perekonomian dapat dilihat dari beberapa indikator, seperti penerimaan devisa dan jumlah kunjungan wisatawan yang terus meningkat setiap tahunnya.



Gambar 9.4. Data Jumlah Kunjungan Wisatawan Indonesia (2015-2019)

Peran sektor pariwisata nasional semakin penting seiring dengan perkembangan dan kontribusi yang diberikannya dalam hal penerimaan devisa, pendapatan daerah, pengembangan wilayah, penyerapan investasi dan tenaga kerja, serta pengembangan usaha yang tersebar di berbagai wilayah di Indonesia.

Dalam konteks ini, sektor pariwisata memiliki mekanisme tarikan dan dorongan terhadap sektor ekonomi terkait seperti hotel dan restoran, transportasi, industri kerajinan, dan lain sebagainya. Melalui efek penggandaannya (multiplier effect), pariwisata mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi dan menciptakan lapangan kerja, maka dapat digarisbawahi pengembangan pariwisata dapat menjadi salah satu cara untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi dan menciptakan lapangan kerja yang lebih luas.

Sejalan dengan hal tersebut, Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2015-2019 telah menjadikan akselerasi pertumbuhan pariwisata sebagai salah satu strategi dalam akselerasi pertumbuhan ekonomi nasional. Pemerintah merencanakan program pembangunan pariwisata dengan berbagai strategi seperti pengembangan pasar wisatawan, pengembangan citra pariwisata, pengembangan kemitraan pemasaran pariwisata, dan pengembangan promosi pariwisata.

Covid-19 merupakan pandemi global yang memiliki dampak negatif pada aspek manusia dan sosial. Setelah merebak dari Cina, pandemi ini dengan cepat menyebar ke 210 negara, termasuk Indonesia.

Pandemi Covid-19 menjadi kejutan besar bagi ekonomi global, termasuk ekonomi Indonesia. Ekonomi mengalami penurunan setidaknya dalam paruh pertama tahun ini, dan kemungkinan akan berlanjut lebih lama jika langkah-langkah penanggulangan wabah Covid-19 tidak efektif. Pandemi ini mengganggu rantai pasok global, domestik, menyebabkan volatilitas di pasar keuangan, menimbulkan guncangan pada permintaan konsumen, dan berdampak negatif pada sektor-sektor utama seperti perjalanan dan pariwisata. Dampak wabah Covid-19 tanpa diragukan lagi akan terasa di seluruh rantai nilai pariwisata, dengan perusahaan kecil dan menengah diperkirakan akan sangat terdampak.

E. ANALISIS PASAR DAN PROMOSI PARIWISATA NASIONAL

Analisis terhadap permasalahan pembangunan pariwisata dan ekonomi kreatif dilakukan dengan fokus pada pilar-pilar utama pembangunan pariwisata dan ekonomi kreatif. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan mengidentifikasi pembangunan kepariwisataan yang mencakup industri pariwisata, destinasi pariwisata, pemasaran, dan kelembagaan kepariwisataan.

Sementara itu, Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif menguraikan pengembangan ekonomi kreatif melalui berbagai aspek, seperti pengembangan riset, pendidikan, fasilitasi pendanaan dan pembiayaan, penyediaan infrastruktur,

pengembangan sistem pemasaran, pemberian insentif, fasilitasi kekayaan intelektual, dan perlindungan hasil kreativitas.

Berdasarkan Rencana Strategis Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Tahun 2020-2024 dalam pengembangan pemasaran pariwisata, terdapat beberapa permasalahan yang menghambat optimalisasi promosi pariwisata Indonesia:

1. Belum terdapat Acuan Riset Pasar yang Komprehensif

Penetapan fokus pasar masih belum didasarkan pada analisis pasar yang komprehensif, karena belum ada pembobotan terhadap variabel penentu fokus pasar. Penetapan pasar wisatawan nusantara dan mancanegara hanya didasarkan pada desk analysis dari sumber-sumber referensi seperti BPS, Euromonitor, UNWTO, dan WEF, namun belum mencapai tingkat kedalaman informasi yang diharapkan.

2. Strategi Komunikasi Pemasaran

Branding pariwisata Indonesia (*Wonderful Indonesia*) belum dipublikasikan secara optimal di berbagai negara pasar utama dan potensial. Masalah ini disebabkan oleh kurangnya konsistensi dalam penggunaan branding pariwisata, sehingga kesadaran produk (wisatawan potensial) terhadap produk dan destinasi pariwisata Indonesia masih lemah dibandingkan dengan negara-negara pesaing Indonesia. Selain itu, Indonesia juga belum memiliki strategi komunikasi pemasaran pariwisata yang terpadu

yang dapat digunakan oleh pemerintah dan para pemangku kepentingan pariwisata untuk melakukan aktivitas pemasaran pariwisata Indonesia.

3. Sinergi Kemitraan yang Belum Optimal

Kemitraan pemasaran antara pemerintah dan organisasi-organisasi pariwisata seperti ASITA, GIPI, dan PHRI belum mencapai tingkat sinergi yang optimal. Meskipun ada banyak asosiasi dan organisasi yang aktif di bidang pariwisata, mereka belum sepenuhnya bekerja sama dengan program kerja pemerintah, sehingga menghambat pengembangan kemitraan antara sektor publik dan swasta. Perbedaan tujuan dan kepentingan di antara pihak-pihak terkait seringkali menjadi penghalang bagi upaya pemerintah dalam memasarkan pariwisata secara efektif.

Implementasi *Memorandum of Understanding* (MoU) kerjasama pemasaran pariwisata yang telah disepakati antara pemerintah dan asosiasi/organisasi juga masih belum optimal. Meskipun MoU kerjasama tersebut sudah ada, namun masih belum terlaksana dengan baik. Komitmen yang tertuang dalam MoU tersebut masih terbatas pada tingkat dokumen, sementara dalam kenyataannya banyak kerjasama yang belum diimplementasikan secara efektif. Hal ini menunjukkan bahwa MoU kerjasama bidang pemasaran pariwisata masih perlu ditingkatkan agar dapat memberikan hasil yang optimal.

4. Promosi yang Cenderung Parsial

Event-event di tingkat nasional dan internasional masih terbatas karena banyak daerah yang memiliki event-event menarik namun belum menetapkan jadwal pelaksanaan secara pasti dan belum mampu mengemas event dengan profesionalisme sehingga kurang menarik.

Selain itu, tidak semua daerah memiliki aksesibilitas dan sarana prasarana yang memadai untuk dipromosikan secara nasional dan internasional. Oleh karena itu, dukungan dan dorongan perlu diberikan kepada event-event daerah untuk dikemas dengan lebih menarik dan mulai dipromosikan secara lebih luas baik di tingkat nasional maupun internasional.

Dalam hal promosi pariwisata Indonesia, masih belum semua program dibuat secara terpadu. Oleh karena itu, diperlukan keterpaduan antara program pemerintah pusat, pemerintah daerah, dan masyarakat dalam mengemas program-program yang kreatif dan inovatif.

Selain itu, perlu juga keterpaduan dalam media promosi agar pesan promosi dapat lebih luas disampaikan dengan memanfaatkan komunitas-komunitas sebagai sarana promosi. Selain itu, sinergi antara program/kegiatan nasional dan internasional dengan promosi pariwisata secara bersama-sama (comarketing) juga perlu ditingkatkan.

5. Daya Saing Pariwisata Nasional yang Belum Efektif

Untuk mendukung percepatan pembangunan pariwisata di destinasi wisata prioritas, Pemerintah bekerja sama dengan Bank Dunia dalam melaksanakan program pembangunan pariwisata yang terintegrasi dan berkelanjutan di destinasi pariwisata prioritas. Setiap destinasi pariwisata prioritas akan menyusun Rencana Induk Pariwisata Terpadu (*Integrated Tourism Masterplan*) yang mencakup rencana 25 tahun untuk satu wilayah perencanaan dan rencana detail lima tahun untuk setiap kawasan inti pariwisata.

Penetapan 10 destinasi prioritas ini merupakan instruksi yang diberikan oleh Presiden pada Sidang Kabinet Awal Tahun pada tanggal 4 Januari 2016. Destinasi-destinasi yang dimaksud adalah Danau Toba, Tanjung Kelayang, Tanjung Lesung, Kepulauan Seribu, Borobudur, Bromo - Tengger - Semeru, Mandalika, Labuan Bajo, Wakatobi, dan Morotai. Ke-10 destinasi pariwisata prioritas ini memiliki potensi wisata yang menarik, namun masih ada beberapa yang belum dioptimalkan dalam pengelolaannya, terutama dalam hal informasi yang disampaikan, sarana transportasi, dan fasilitas yang memadai di setiap obyek wisata.

Oleh karena itu, ke-10 destinasi pariwisata prioritas ini masih kalah dibandingkan dengan Bali, yang telah menjadi populer di mata dunia. Diperlukan kerjasama dari berbagai pihak dalam mengelola dan memasarkan ke-10 destinasi pariwisata prioritas ini sebagai

tujuan favorit bagi wisatawan baik dari dalam negeri maupun mancanegara.

F. PEMULIHAN PARIWISATA PASCA COVID-19

Pemerintah telah menetapkan 10 destinasi prioritas pariwisata yang dihadapkan pada berbagai tantangan, terutama dalam situasi pandemi Covid-19 ini. Program promosi dan pemasaran pariwisata yang telah direncanakan sebelumnya mengalami kendala. Oleh karena itu, diperlukan adaptasi program pariwisata agar tetap produktif dalam masa pandemi dan masa normal baru (era new normal).

Beberapa poin yang dapat dilakukan untuk pemulihan pariwisata pasca Covid-19 antara lain:

1. Perilaku Wisatawan

Dalam era new normal, pelayanan pariwisata harus memprioritaskan standar keamanan yang tinggi, sanitasi yang terjaga, dan tur wisata yang berfokus pada kesejahteraan. Setelah pandemi, perilaku wisatawan mengalami perubahan. Wisatawan cenderung memilih destinasi wisata alam yang dapat dicapai dengan waktu tempuh yang singkat. Faktor utama dalam pemilihan destinasi wisata adalah keamanan dan kebersihan.

2. Orientasi Wisatawan Domestik

Kearifan lokal merupakan karakteristik khas setiap daerah yang dapat mendukung perkembangan daerah tersebut. Potensi

budaya dan kearifan lokal dalam pengembangan pariwisata menjadi bagian dari produk kreatif dengan nilai ekonomi. Wisata domestik menjadi pilihan utama wisatawan setelah pandemi. Perjalanan domestik dianggap lebih aman karena jarak dan waktu tempuh yang lebih pendek dan efisien.

3. Kebijakan dan Program Pemerintah

Alokasi tambahan APBN, memberikan insentif kepada maskapai penerbangan dan agen perjalanan, mendukung program promosi pariwisata, memberikan diskon tiket domestik, mendorong pergerakan wisatawan nusantara melalui kampanye promosi wisata dalam negeri, serta mendorong pertemuan pemerintah dan korporasi di destinasi wisata domestik serta promosi *event* pariwisata menjadi langkah tepat yang dapat diambil Pemerintah dalam kebijakan dan program pemulihan pariwisata.

4. Adaptasi Model Pariwisata

Pengembangan Perpustakaan Pariwisata merupakan inovasi efektif melalui perpustakaan digital dan wisata virtual yang dapat menjadi alternatif yang dimanfaatkan oleh masyarakat dan juga sebagai media promosi destinasi pariwisata. Wisata Virtual (*Virtual Tourism*) menjadi pilihan yang tepat dalam masa pandemi Covid-19 dan era pasca Covid-19 seperti saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, L. A. (2020, December 3). Merdeka Menulis dengan Kita Menulis. Retrieved June 3, 2023, from SSRN Journal: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=367623
2
- Adibrata, S., Lingga, R., & Fatimah, S. (2022). Implementasi Blue Economy Dengan Pengelolaan Potensi Udang di Air Tawar, Pendampingan Studi Banding UMKM STC Agro Bangka Belitung. *Abdimas Galuh*, 4(2). doi:10.25157/ag.v4i2.8323
- Adisasmita, Rahardjo. 2018. *Teori-Teori Pembangunan Ekonomi, Pertumbuhan Ekonomi dan Pertumbuhan Wilayah*, cetakan pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ahmad, M. I., Nurjannah, Rijal, S., Tahir, M. I., & Hasan, M. (2021). Transformasi UMKM dari Bisnis Konvensional Menjadi Bisnis Online Berbasis Digital di Masa Pandemi COVID-19. *Teknologi Pendidikan Seminar Daring Nasional 2021: Digital Generation for Digital Nation*, 1 (8), pp. 94-104. Retrieved June 6, 2023
- Analisis Pembiayaan Industri Manufaktur Non Migas 2020, Kementerian Perindustrian Republik Indonesia.
- Analisis Pengaruh Variabel Makroekonomi Terhadap Investasi Sektor Industri, (2020), Kementerian Perindustrian Republik Indonesia.
- Analisis Produk Industri Potensial di Pasar Non Tradisional (2020) Kementerian Perindustrian Republik Indonesia.
- Andini, N. P. (2017, October). Implementasi Program Transformasi Digital Dalam Mendorong Pemasaran Produk Usaha Micro

Kecil dan Menengah (UMKM) Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kabupaten Buleleng. Retrieved June 8, 2023, from Institut Pemerintahan Dalam Negeri: http://eprints.ipdn.ac.id/9889/1/REPOSITORY_NI%20PUTU%20LIANA_29.1243_B3.pdf

Anonim 2021. Indeks Ketahanan Kesehatan Global Indonesia Peringkat ke-13 di G20 pada 2021, Data Boks, tersedia di <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/12/14/indeks-ketahanan-kesehatan-global-indonesia-peringkat-ke-13-di-g20-pada-2021>

Anonim 2022. Ini Kontribusi Sektor Pertanian terhadap Ekonomi RI Tahun 2021, Data Boks, tersedia di <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/15/ini-kontribusi-sektor-pertanian-terhadap-ekonomi-ri-tahun-2021>

Anonim, 2023. Pemberdayaan Penyandang Disabilitas Dimulai dengan Pendataan, Kompas, tersedia di <https://www.kompas.id/baca/humaniora/2023/01/03/pemberdayaan-penyandang-disabilitas-dimulai-dari-pendataan>

Anonim, 2021. Sebanyak 56,7% Penduduk Indonesia Tinggal di Perkotaan pada 2020, Data Boks, tersedia di <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/18/sebanyak-567-penduduk-indonesia-tinggal-di-perkotaan-pada-2020>

Anonim. 2022. 69,62% Penduduk Indonesia Miliki Jaminan Kesehatan pada 2022, Data Boks, tersedia di <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/01/6962-penduduk-indonesia-miliki-jaminan-kesehatan-pada-2022#:~:text=69%2C62%25%20Penduduk%20Indonesia%20Miliki%20Jaminan%20Kesehatan%20pada%202022>

- Anonim. 2023 . Inflasi Indonesia 2022 Capai Rekor Tertinggi dalam Sewindu. Data Boks, tersedia di <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/01/02/inflasi-indonesia-2022-capai-rekor-tertinggi-dalam-sewindu>
- Arianto, B. (2020). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 233-247. Retrieved June 5, 2023
- Arsyad, L. (2016) *Ekonomi Pembangunan*. kelima. Yogyakarta: UPP STIM YKPN Yogyakarta.
- Arsyad, L. 2010. *Ekonomi Pembangunan*, Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Arsyad, Lincolin. 2016. *Ekonomi Pembangunan*. Yogyakarta: Unit penerbit dan Percetakan STIM YKPN Yogyakarta.
- Badan Pusat Statistik (BPS) (2022). *Statistik Indonesia 2022*.: <https://www.bps.go.id/>
- Bank Indonesia (2021). *Annual Report 2020*. Tersedia di: <https://www.bi.go.id/en/publikasi/laporan-tahunan/Default.aspx>
- Bappenas (2020). *National Medium-Term Development Plan (RPJMN) 2020-2024*. <https://www.bappenas.go.id/id/dokumen/publikasi-dokumen/rpjm-2020-2024/>
- Berliandaldo, M., Fasa, A. W., Kholiyah, S., Chodiq, A., & Hendrix, T. (2020). Transformasi Digital dan Strategi Pengembangan Bisnis UMKM yang Adaptif dan Berkelanjutan Pasca Pandemi Covid-19. *Jurnal Analisis Kebijakan*, 4(2), 54-73. doi:<https://doi.org/10.37145/jak.v4i2.468>

Bindarto. (2022). Strategi Pengembangan UMKM dengan Memanfaatkan Peluang Ekonomi Digital Untuk Mendukung Pemulihan Ekonomi. Universitas HKBP Nommensen. Dipetik June 5, 2023, dari <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repository.uhn.ac.id/bitstream/handle/123456789/7101/STRATEGI%20PENGEMBANGAN%20UMKM%20DENGAN%20MEMANFAATKAN%20PELUANG%20EKONOMI%20DIGITAL%20UNTUK%20MENDUKUNG%20PEMULIHAN%20EKONOMI.pdf?sequence=1&>

Catrina, E. (2020, December 3). Minta UMKM Percepat Adopsi Digital, Menteri Teten: Jangan Sampai Pasar Kita Diambil Luar. (E. Djumena, Ed.) Kompas.com, p. UMKM Go Digital. Retrieved June 1, 2023, from <https://money.kompas.com/read/2020/12/03/192200426/minta-umkm-percepat-adopsi-digital-menteri-teten-jangan-sampai-pasar-kita>

Damanik, J, Wijayanti, A, & Nugraha, A. 2018. Perkembangan Siklus Hidup Destinasi Pariwisata Di Indonesia Analisis Berdasarkan Data Makro Badan Pusat Statistik, 2002-2012. Jurnal Nasional Pariwisata.

Dinas Koperasi Usaha Kecil & Menengah. (2022, November 30). Program Pengembangan UMKM. (Provinsi Jawa Tengah) Retrieved May 31, 2023, from Dinas Koperasi Usaha Kecil & Menengah: <https://dinkop-umkm.jatengprov.go.id/berita/view/2142>

Dinas Perdagangan Koperasi dan UMKM. (2019, December 16). Studi Banding Pengembangan dan Perlindungan Produk UMKM di Purbalingga. (Kabupaten Demak) Retrieved May 31, 2023, from Dinas Perdagangan Koperasi dan UMKM: <https://dindagkopukm.demakkab.go.id/berita/detail/studi->

banding-pengembangan-dan-perlindungan-produk-umkm-di-purbalingga

Elistia, E.2021. Perkembangan dan Dampak Pariwisata di Indonesia Masa Pandemi Covid-19.

Haryanto. (2022, Februari 25). Semen Gresik Ajak Pelaku UMKM Rembang Studi Banding ke Yogyakarta. Retrieved May 31, 2023, from Media Indonesia: <https://mediaindonesia.com/nusantara/474136/semen-gresik-ajak-pelaku-umkm-rembang-studi-banding-ke-yogyakarta>

Haryono, Erwin. 2023. Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Tetap Kuat. https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_252823.aspx

Herdiana, D.2020. Rekomendasi kebijakan pemulihan pariwisata pasca wabah Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) di Kota Bandung.

Hisanah, S, Rozak, F, & Warlina, L.2022. Strategi Pemulihan Pariwisata Pantai Parangtritis Pasca Pandemi Covid-19 Melalui Promosi Kearifan Lokal.

Idah, Y., & Pinilih, M. (2019). Strategi Pengembangan Digitalisasi UMKM. Jurnal LPPM Universitas Soedirman. 9, pp. 195-204. Universitas Soedirman. Retrieved June 5, 2023

Indeks Harga Perdagangan Besar Indonesia (2018=100) Tahun 2022, (2022), Badan Pusat Statistik.

Indikator Industri Manufaktur Indonesia (2021) Badan Pusat Statistik.

Jhingan, M.L., 1983., The Economic of Development and Planning, 16 th Edition, New Delhi: Vicas PublishingHouse Limited.

- Kanom, K, Nurhalimah, N.2020. Recovery pariwisata Banyuwangi pasca covid 19.
- Kaplan, S. (2012). Business Models 101: Creating, Delivering, and Capturing Value. In *The Business Model Innovation Factory: How to Stay Relevant When the World is Changing* (pp. 17-33). Wiley Online Library. doi:10.1002/9781119205234
- Karyati, I. (2019). E-Commerce untuk UMKM dan Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. (Kementerian Keuangan Provinsi Sulawesi Tenggara) Retrieved June 5, 2023, from *Kajian Fiskal Regional Tahun 2021*: <https://bppk.kemenkeu.go.id/content/berita/pusdiklat-keuangan-umum-ecommerce-untuk-umkm-dan-pertumbuhan-ekonomi-indonesia-2019-11-05-ebe6e220/>
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia (2020). Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020-2024. <https://www.kemenkoekon.go.id/id/>
- Kemp, S. (2023, February 9). Digital 2023: Indonesia. Retrieved June 5, 2023, from [datareportal.com: https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia](https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia)
- KKN-DR UINSU Kelompok 200 Desa Hinat Kanan. (2021). *Buku Saku - Digitalisasi UMKM*. (R. A. Harahap, Penyunt.) KKN-DR UINSU. Dipetik May 31, 2023, dari [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://repository.uinsu.ac.id/13521/1/Buku%20Saku%20%28Digitalisasi%20UMKM%29.pdf](http://repository.uinsu.ac.id/13521/1/Buku%20Saku%20%28Digitalisasi%20UMKM%29.pdf)
- kontan.co.id. (2023, June 1). Suku Bunga Deposito Bank. Dipetik June 1, 2023, dari [Rupiah: https://pusatdata.kontan.co.id/bungadeposito](https://pusatdata.kontan.co.id/bungadeposito)

- Kuncoro, M. (2013) Mudah Memahami dan Menganalisis Indikator Ekonomi. Pertama. Yogyakarta: UPP STIM YKPN Yogyakarta.
- Kuncoro, Mudrajad. 2010. *Ekonomika Pembangunan: Masalah, Kebijakan, dan Politik*, Erlangga, Jakarta.
- Laporan Ekspor Impor Hasil Pengolahan-(2023), Kementerian Perindustrian Republik Indonesia.
- Legowo, M. B., Prayitno, D., & Indriato, B. (2021). Program Kemitraan Masyarakat untuk Sosialisasi Program Digitalisasi UMKM di Wilayah Jakarta Pusat. *Jurnal Berdaya Mandiri*, 3(2), 588-601. Retrieved May 31, 2023, from file:///C:/Users/admin/Downloads/triandi,+2.+1766-4578-1-ED+588-601.pdf
- Mankiw, N. Gregory. 2018. *Principles of Economic*, 8th edition. Boston: Cengage Learning.
- mediaindonesia.com. (2022, Juli 5). Transformasi Digital Jadi Peluang UMKM untuk Kembangkan Bisnis. Retrieved June 3, 2023, from Media Indonesia: <https://mediaindonesia.com/ekonomi/504455/transformasi-digital-jadi-peluang-umkm-untuk-kembangkan-bisnis>
- Muhammad, Teguh (2020) *Ekonomi Industri*, PT Rajagrafindo Persada,
- Munir, Rozy. 1986. *Teori-teori Kependudukan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Myler, L. (2013, August 1). 3 Steps to An Irresistible Business Model. *Forbes*, p. Sites. Retrieved June 1, 2023, from <https://www.forbes.com/sites/larrymyler/2013/08/01/3-steps-to-an-irresistible-business-model-multiple-authentication-methods/?sh=2715904c3c6c>

- Nikensari, S. I, *Ekonomi Industri: Teori dan Kebijakan* (2018), Penerbit Samudra Biru.
- Nopirin. 1996. *Ekonomi Moneter 1 dan 2*. Badan Pnenerbit Fakultas Ekonomi UGM, Edisi 1, Cetakan 8, Yogyakarta.
- Nopirin. 1997. *Ekonomi Makro*. Cetakan Keempat. Yogyakarta: BPFE.
- Nopirin. 1997. *Ekonomi Makro*. Cetakan Keempat. Yogyakarta: BPFE.
- Oakley, D. (2021, September 28). *Value Creation and Value Capture*. Retrieved June 1, 2023, from Denis Oakley & Co: <https://www.denis-oakley.com/value-creation-and-value-capture/>
- Pambudi, AS, Masteriarsa, MF.2020. *Strategi pemulihan ekonomi sektor pariwisata pasca Covid-19*.
- Pemutakhiran Rencana Kerja Pemerintah Tahun 2023* (2022), Bappenas.
- Perkembangan Ekonomi Indonesia dan Dunia Triwulan I 2023* (2023) Bappenas.
- Perkembangan Indeks Produksi Industri Manufaktur* (2021) Badan Pusat Statistik.
- Permadi, D., Shabrina, F., Rahyaputra, V., Darmawan, P., Jati, L. K., Megarani, C., . . . Alfanisa, E. W. (2017). *Menyongsong Kewirausahaan Digital Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press. Retrieved May 20, 2023
- Prayoga, Ayudha. 2007. *Dasar-dasar Demografi*. Jakarta: LP3ES

Produk Domestik Bruto Indonesia Menurut Lapangan Usaha 2010-2023. Badan Pusat Statistik.

Produk Domestik Bruto Indonesia Triwulanan 2018-2022 (2022) Badan Pusat Statistik.

Purbaningrum, A., Nadhif, M., Rahmatullaili, S., & Firmansyah, R. (2021). Kesiapan dan Strategi UMKM Menghadapi Era Ekonomi Digital (Studi UMKM di Kabupaten Jombang). *Prosiding National Seminar on Accounting, Finance, and Economics (NSAFE)*, 1(8), 47-60. Retrieved June 5, 2023, from <http://conference.um.ac.id/index.php/nsafe/article/view/1377>

Putong, I. (2013) Pengantar Mikro dan Makro. 5th edn. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Rahardja, P & Manurung, M. 2008 Teori Ekonomi Makro. Edisi 4. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

Rahardja, P & Manurung, M. 2008 Teori Ekonomi Makro. Edisi 4. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

Reksoprayitno, Soediyono. 2000. Ekonomi Makro Pengantar Analisis Pendapatan nasional. Yogyakarta: Liberty

Reksoprayitno, Soediyono. 2000. Ekonomi Makro Pengantar Analisis Pendapatan nasional. Yogyakarta: Liberty

Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional (RIPIN) 2015-2035 (2015), Kementerian Perindustrian Republik Indonesia.

Sadono, Sukirno. 1994. Pengantar Ekonomi Makro. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Sadono, Sukirno. 1994. Pengantar Ekonomi Makro. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

- Samuelson, Paul A & Nordhaus, William D. 2000. Makroekonomi. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Samuelson, Paul A & Nordhaus, William D. 2000. Makroekonomi. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Santoso, R. (2023). KINERJA INDUSTRI JASA KONSTRUKSI Suatu Tinjauan pada Lingkungan Bisnis dan Strategi Bisnis. Penerbit Tahta Media.
- Santoso, Rokhedi Priyo. 2012. Ekonomi Sumber Daya Manusia dan Ketenagakerjaan. Yogyakarta : UPP STIM YKPN.
- Siagian, PR. 2023. Perkembangan Pariwisata Indonesia Pada Masa Pandemi Covid-19.
- Suharto, Rachmad Budi. 2021. Ekonomi Sumber Daya Manusia. Kalimantan Timur: RV Pustaka Horizon.
- Sukirno, S. (2015) Makro Ekonomi, Teori Pengantar. ketiga. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sukirno, Sadono. 2019. *Makroekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sumadi. (2021). Dinamika Transformasi UMKM di Era Digitalisasi Pandemi Covid-19. Seminar Nasional ITB AAS Indonesia, 4 (1). Surakarta. Retrieved June 6, 2023, from <https://prosiding.stie-aas.ac.id/index.php/prosenas/article/view/104>
- Suparta, IW. 2021. RECOVERY PARIWISATA BALI PASCA PANDEMI COVID 19 (Studi kasus: Penegakan Protokol Kesehatan Di Kabupaten Buleleng)
- Susilawati, S., Falefi, R., & Purwoko, A. (2020). Impact of COVID-19's Pandemic on the Economy of Indonesia. Budapest

International Research and Critics Institute, 3(2), 1147-1156.
doi:doi.org/10.33258/birci.v3i2.954.%202020

Tambunan, Tulus H. 2001. *Perekonomian Indonesia: Teori dan Temuan Empiris*, Ghalia Indonesia, Jakarta.

Tambunan, Tulus. 2020. *Pasar Tradisional dan Peran UMKM*. Bogor: IPB Press.

Team Money+. (2022, October 25). Transformasi Digital UMKM: Manfaat dan Upaya yang Dilakukan. Retrieved June 7, 2023, from Tech & Bisnis: <https://blog.amartha.com/transformasi-digital-umkm-manfaat-dan-upaya-yang-dilakukan/>

Todaro, M.P.; Smith, S.C. 2014, *Economic Development*, Twelve Edition, England: Person Educated Limited.

Todaro, Michael P., dan Stephen C. Smith. 2020. *Economic Development*. 12th edition. New York: Pearson.

Yuniarti, P., Wianti, W., & Nurgaheni, N. E. (2020). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Islam*, 2(3), 169-176.

TENTANG PENULIS



Dr. Tri Widayati, SE, Msi.

Seorang Penulis dan Dosen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Semarang. Lahir di Semarang, 28 April 1966. Penulis merupakan anak ketiga dari tujuh bersaudara dari pasangan bapak Achmadi dan Hj. Supami. ia menamatkan pendidikan program Sarjana (S1) di Universitas Diponegoro Semarang jurusan studi pembangunan, dan menyelesaikan program Pasca Sarjana (S2) di Universitas Diponegoro dan program Doktorat juga di Universitas Diponegoro. Penulis mengampu Mata Kuliah Ekonomi Mikro, Ekonomi Makro, Ekonomi Manajerial.



Dr. M. Afdhal Chatra P,M.Ec.Dev.

Lahir di Padang tahun 1986. Sejak tahun 2011 menjadi Dosen Tetap Prodi Ekonomi Pembangunan di STIE Sakti Alam Kerinci .Ia menamatkan pendidikan program Sarjana (S1) di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Bung Hatta Padang (2008) dan menyelesaikan program Pasca Sarjana (S2) di Magister Ekonomika Pembangunan di Universitas Gadjah Mada (2010) dan menyelesaikan Pendidikan S3 Ekonomi di Universitas Andalas (2023).



Dr. Ir. Achmad Daengs GS, SE, MM, CPPM, CPE.

Penulis adalah seorang akademisi dan praktisi di bidang Manajemen. Salah satu bukunya adalah *Manajemen Komplain* terbit tahun 2015. Berkarir di dunia pendidikan sejak tahun 1998 di Fakultas Ekonomi Universitas 45 Surabaya dengan mengampu Mata Kuliah Kewirausahaan / Komunikasi Bisnis, Pengantar Manajemen, Manajemen Strategi, Pengantar Bisnis, Manajemen Produksi dan Manajemen Pergudangan. Lulusan S1 di FEB Univesitas Airlangga Surabaya, S2 di STIE ABI Surabaya, dan S3 di FEB Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, mendapatkan Certified Professional Production Management dari UK Petra Surabaya, Certified Practising Engineer dari IACPE (International Association Certified Practising Engineers) Johor Bahru Malaysia. Selain itu juga mengajar pada mata kuliah yang sama di Akademi Sekretari Manajemen Indonesia Surabaya, Universitas Wijaya Putra Surabaya.



Prof. Dr Nugroho, SBM, M.Si.

Prof Dr Nugroho SBM MSi lahir di Semarang 6 Mei 1961. Dia adalah Guru Besar Ilmu Ekonomi di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Undip Semarang. Menikah dengan seorang isteri dan mempunyai seorang putera. Di samping aktif meneliti juga aktif menulis artikel ilmiah populer di *Harian Tribun Jateng* dan *Suara Merdeka Semarang*. Juga Aktif bergabung di Forum Komunikasi Asosiasi Penulis Kebijakan BI (Forkom Apik BI).



Silvia Rahayu, S.P., M.Si .

Nama Silvia Rahayu, S.P., M.Si., seorang Penulis dan Dosen Prodi Ekonomi Pembangunan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sakti Alam Kerinci. Lahir di Sungai Penuh, 13 Oktober 1986 Provinsi Jambi. Penulis merupakan anak ketiga dari empat bersaudara dari pasangan bapak Abdul Munir (Alm) dan Ibu Irasosmomi (Almh). Penulis menamatkan pendidikan program Sarjana (S1) di Universitas Andalas Padang jurusan Sosial Ekonomi Pertanian dan menyelesaikan program Pasca Sarjana (S2) di Universitas Andalas Padang prodi Pembangunan Wilayah dan Pedesaan.



Yoseb Boari, S.E., M.Si.

Yoseb Boari, S.E., M.Si lahir di Sorong pada tanggal 24 Agustus 1987. Dia adalah seorang penulis yang telah menghasilkan berbagai artikel yang memberikan wawasan dan pemahaman tentang isu-isu ekonomi dan pembangunan yang relevan. Yoseb menunjukkan minat yang kuat dalam bidang ini sejak awal dan terus mengembangkan pengetahuannya seiring berjalannya waktu. Setelah menyelesaikan pendidikan menengahnya, Yoseb memutuskan untuk melanjutkan pendidikan tinggi di Universitas Kristen Satya Wacana di Kota Salatiga, Jawa Tengah. Pada tahun 2011, ia berhasil meraih gelar Sarjana (S1) dalam bidang ekonomi dari universitas tersebut. Selama studi sarjananya, Yoseb memperoleh pemahaman yang mendalam tentang teori ekonomi dan penerapannya dalam konteks nyata. Ketertarikan Yoseb dalam bidang studi pembangunan semakin berkembang, dan ia memutuskan untuk melanjutkan pendidikan

pascasarjana di Universitas Kristen Satya Wacana. Pada tahun 2014, ia meraih gelar Magister (S2) dalam bidang Studi Pembangunan. Program studi tersebut memperluas wawasannya tentang isu-isu sosial dan ekonomi yang berkaitan dengan pembangunan, serta mengasah kemampuan analisisnya. Setelah menyelesaikan pendidikan pascasarjana, Yoseb memulai karirnya sebagai dosen di Fakultas Ekonomi & Bisnis Program Studi Ekonomi Pembangunan di Universitas Ottow Geissler Papua. Sebagai seorang dosen, Yoseb berdedikasi untuk mentransfer pengetahuan dan pengalaman yang dimilikinya kepada para mahasiswa, serta terlibat dalam penelitian dan pengembangan dalam bidang ekonomi dan pembangunan.

Selain aktif sebagai dosen, Yoseb juga merupakan seorang penulis yang produktif. Beberapa artikelnya telah dipublikasikan, termasuk "Berjuang Di Antara Peluang: Studi Pada Pedagang Mama-mama Asli Papua di Pasar Remu Kota Sorong", yang diterbitkan oleh Satya Wacana University Press pada tahun 2014. Artikel-artikel lainnya mencakup topik tentang peran kelompok usaha nelayan dalam meningkatkan pendapatan nelayan, peran petani dalam meningkatkan ekonomi keluarga, dampak Covid-19 terhadap UMKM (Studi Kasus Pedagang Kaki Lima di Kelurahan VIM), serta pembangunan jembatan Youtefa dan UMKM di Teluk Youtefa Distrik Muara Tami Kota Jayapura. Yoseb Boari adalah seorang penulis yang berdedikasi untuk membagikan pengetahuannya dalam bidang ekonomi dan pembangunan. Melalui karya-karyanya, ia berusaha memberikan kontribusi positif dalam memahami dan mengatasi tantangan-tantangan yang dihadapi oleh masyarakat terkait dengan pembangunan ekonomi.

email : yobo.uogp@gmail.com dan Nomor HP/WA : 08124035964.



Ir. Ahmad Syamil, MBA, PhD.

Ahmad Syamil meraih gelar Insinyur Teknik Mesin dari ITB dan MBA dari University of Houston, Houston, Texas, USA. Kemudian dia mendapatkan beasiswa dari USA untuk menyabet gelar PhD dari University of Toledo, Toledo, Ohio, USA. Disertasi PhD nya adalah finalis lomba disertasi terbaik yang diselenggarakan oleh Academy of International Business (AIB) dengan peserta dari seluruh dunia.

Dia pernah hidup di USA selama 25 tahun dan jabatan terakhirnya adalah Associate Professor di Arkansas State University, USA. Di Binus, Ahmad Syamil pernah menjadi Dekan Magister Management Program di Binus Business School (BBS) Jakarta serta Dekan International Undergraduate Program (IUP) BBS Jakarta. Ia aktif publikasi di jurnal-jurnal internasional dan presentasi di konferensi-konferensi tenama. Selain itu juga, dia menjadi trainer di perusahaan-perusahaan terkemuka di Indonesia. Dia memiliki banyak sertifikasi profesional internasional termasuk dari American Society for Quality (ASQ), American Production and Inventory Management (APICS) / Association for Supply Chain Management (ASCM), dan Project Management Office – Global Alliance (PMO – GA). Ahmad Syamil sudah diinterview dan dipublikasikan oleh banyak media termasuk Voice of America (VOA), Radio Republik Indonesia (RRI), majalah Tempo, koran Tribun (dimiliki oleh Kompas Gramedia), Pikiran Rakyat (Bandung), majalah SWA, majalah Warta Ekonomi, dll.

Email: asyamil@binus.edu ; asyamil@gmail.com

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/asyamil/>.



Dr. Samuel PD Anantadjaya.

Dia adalah seorang pengajar IPMI Business School. Dia merupakan seorang yang memiliki pengalaman sebagai mantan Dekan di Fakultas Bisnis & Ilmu Sosial dan mantan Kepala Program Studi Administrasi Bisnis di International University Liaison Indonesia (IULI) sejak Agustus 2015 sampai Agustus 2021, ditambah dengan semenjak tahun 2005 mendapat tugas sebagai dosen di Swiss German University. Beliau memegang gelar Bachelor of Science (BSc) di bidang Keuangan dan Ekonomi dari University of Wisconsin, La Crosse, USA, gelar Master of Business Administration (MBA) di bidang Keuangan dari Edgewood College in Madison, Wisconsin, USA, gelar Magister Manajemen (MM) di bidang Manajemen Strategik dari Sekolah Tinggi Manajemen Bandung, atau yang sekarang dikenal dengan Universitas Telkom di Bandung, Indonesia, dan gelar Doktor (Dr) di bidang Manajemen Strategik dengan konsentrasi Kinerja Organisasi dan Pengendalian Sistem dari Universitas Katolik Parahyangan in Bandung, Indonesia. Beliau juga memegang sertifikasi sebagai Financial Planner, Financial Consultant, Business Administrators, dan Hand-Writing Analyst. Beliau juga memegang sertifikasi sebagai dosen # 11104102610218 sejak Agustus 2011, dan sertifikasi Asesor # 991110410261021815007 dari Kementrian Pendidikan dan Budaya di Republik Indonesia. Beliau dapat dihubungi melalui email: ethan.eryn@gmail.com.



Dr. Irma Suryahani, SE, M.Si.

Penulis merupakan staff pengajar berstatus dosen aktif yang berada di Jurusan Ilmu Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto dengan pendidikan terakhir yaitu Program Doktor Universitas Diponegoro pada tahun 2021. Selain berprofesi sebagai dosen aktif, penulis juga memegang beberapa jabatan strategis seperti Pegelola Kelas Internasional Program Studi Ekonomi (periode 2007-2013) dan pada periode saat ini memegang jabatan sebagai Kepala Laboratorium Pengembangan IESP FEB Unsoed yang dimulai sejak tahun 2021. Penulis memiliki ketertarikan dalam riset Ekonomi dan Lingkungan. Riset terbaru yang dilakukan oleh penulis salah satunya berjudul "Model Pengelolaan Objek Wisata Dieng Kab. Banjarnegara" yang secara ringkas membahas tentang strategi bagaimana pariwisata Dieng dapat memiliki sistem pengelolaan yang lebih efisien serta mengusung perkembangan perekonomian daerah. Pada tahun 2021 penulis melakukan pengabdian yang bertemakan "Pemberdayaan Masyarakat Pemuda dalam Pengelolaan Obyek Wisata Berkelanjutan di Desa Kotayasa". E-mail: irma.suryahani@unsoed.ac.id

Penerbit :
PT. Sonpedia Publishing Indonesia

Buku Gudang Ilmu, Membaca Solusi
Kebodohan, Menulis Cara Terbaik
Mengikat Ilmu. Everyday New Books

SONPEDIA.COM
PT. Sonpedia Publishing Indonesia

Redaksi :
Jl. Kenali Jaya No 166
Kota Jambi 36129
Tel +6282177858344
Email: Sonpediapublishing@gmail.com
Website: www.buku.sonpedia.com