

# EKONOMI DAN BISNIS

HUBUNGAN ILMU EKONOMI DALAM DUNIA BISNIS

**Penulis :**

Anita Apriani, S.E., M.Si

Sri Yani Kusumastuti

Loso Judijanto, S.Si., M.M., M.Stat

Dr. Dini Hariyanti, M.E

Sri Fitriya, S.E., M.M

Dr. Ir. H. Apriyanto, M.Si., M.M

Muhammad Ari Kusuma, M.Pd

Dr. Andi Rustam, S.E., M.M., Ak., CA., CPA., Asean CPA

Dr. Tetty Sufianty Zafar, MM

Ida Ayu Anggawulan Saraswathi, S.E., M.M

Nurhayati

# EKONOMI DAN BISNIS

(Hubungan Ilmu Ekonomi dalam Dunia Bisnis)

## Penulis :

Anita Apriani, S.E., M.Si

Sri Yani Kusumastuti

Loso Judijanto, S.Si., M.M., M.Stat

Dr. Dini Hariyanti, M.E

Sri Fitriya, S.E., M.M

Dr. Ir. H. Apriyanto, M.Si., M.M

Muhammad Ari Kusuma, M.Pd

Dr. Andi Rustam, S.E., M.M., Ak., CA., CPA., Asean CPA

Dr. Tetty Sufianty Zafar, MM

Ida Ayu Anggawulan Saraswathi, S.E., M.M

Nurhayati

Penerbit :



[www.greenpustaka.com](http://www.greenpustaka.com)

# **EKONOMI DAN BISNIS**

(Hubungan Ilmu Ekonomi dalam Dunia Bisnis)

**Penulis :**

Anita Apriani, S.E., M.Si  
Sri Yani Kusumastuti  
Loso Judijanto, S.Si., M.M., M.Stat  
Dr. Dini Hariyanti, M.E  
Sri Fitriya, S.E., M.M  
Dr. Ir. H. Apriyanto, M.Si., M.M  
Muhammad Ari Kusuma, M.Pd  
Dr. Andi Rustam, S.E., M.M., Ak., CA., CPA., Asean CPA  
Dr. Tetty Sufianty Zafar, MM  
Ida Ayu Anggawulan Saraswathi, S.E., M.M  
Nurhayati

**ISBN : 978-623-89472-9-4**

**Editor :**

Erfina Rianty

**Penyunting :**

Ida Kumala Sari

**Desain sampul dan Tata Letak**

Yayan Agusdi

**Penerbit :**

PT. Green Pustaka Indonesia

**Redaksi :**

Jl. Puntadewa, Ngebel, Tamantirto, Kec. Kasihan, Kabupaten  
Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta

Email: [greenpustakaindonesia@gmail.com](mailto:greenpustakaindonesia@gmail.com)

Website: [www.greenpustaka.com](http://www.greenpustaka.com)

*Cetakan Pertama, Desember 2024*

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

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa, telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan buku ini dengan baik. Buku ini berjudul “**EKONOMI DAN BISNIS : Hubungan Ilmu Ekonomi dalam Dunia Bisnis**”. Tidak lupa kami ucapkan terima kasih bagi semua pihak yang telah mendukung dan kontribusi dalam penulisan dan penerbitan buku ini.

Buku “Ekonomi dan Bisnis : Hubungan Ilmu Ekonomi dalam Dunia Bisnis” menjelaskan bagaimana teori ekonomi diterapkan dalam dunia bisnis untuk menghadapi tantangan modern. Dimulai dengan pengantar mengenai ekonomi dan bisnis, buku ini mengupas teori ekonomi mikro dan makro serta dampaknya terhadap keputusan operasional dan strategis bisnis. Pembahasan meluas ke peran pemerintah dalam mendukung ekonomi melalui kebijakan fiskal, moneter, dan regulasi, serta dinamika lingkungan ekonomi global yang memengaruhi persaingan bisnis internasional.

Topik lain yang dibahas meliputi manajemen keuangan, perilaku konsumen dan produsen, pengelolaan sumber daya manusia, serta pasar uang dan modal sebagai sumber pendanaan bisnis. Buku ini juga membahas pentingnya analisis risiko dalam menghadapi ketidakpastian, serta tren masa depan seperti digitalisasi dan keberlanjutan. Buku ini menjadi panduan strategis bagi mahasiswa, akademisi, dan pelaku bisnis yang ingin memahami keterkaitan antara ekonomi dan keberhasilan bisnis.

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 menjadi sumber daya berharga bagi mahasiswa, profesional pemasaran, pemilik bisnis, atau siapa pun yang tertarik untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang manajemen pemasaran.

Jayapura, November 2024

**Tim Penulis**

# DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iii</b>
<b>BAGIAN 1 PENGANTAR EKONOMI DAN BISNIS .....</b>	<b>1</b>
A.    PENDAHULUAN.....	1
B.    PENGERTIAN EKONOMI .....	1
C.    RUANG LINGKUP EKONOMI.....	3
D.    KONSEP DASAR EKONOMI .....	4
E.    SISTEM EKONOMI .....	6
F.    PENGERTIAN DAN RUANG LINGKUP BISNIS .....	8
G.    LINGKUNGAN BISNIS .....	9
H.    MANAJEMEN STRATEGI.....	10
I.    PEMASARAN .....	11
J.    MANAJEMEN KEUANGAN.....	13
K.    MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA.....	14
L.    MANAJEMEN OPERASI DAN RANTAI PASOK .....	15
<b>BAGIAN 2 TEORI EKONOMI MIKRO DALAM BISNIS .....</b>	<b>17</b>
A.    KONSEP DASAR EKONOMI MIKRO DALAM BISNIS .....	17
B.    PENERAPAN EKONOMI MIKRO DALAM BISNIS.....	19
C.    MANFAAT PENERAPAN EKONOMI MIKRO DALAM BISNIS.....	32
D.    TANTANGAN PENERAPAN EKONOMI MIKRO DALAM BISNIS.....	34
<b>BAGIAN 3 TEORI EKONOMI MAKRO DAN PENGARUHNYA TERHADAP BISNIS .....</b>	<b>36</b>
A.    PENGANTAR EKONOMI MAKRO DALAM KONTEKS BISNIS.....	36
B.    TEORI EKONOMI MAKRO DALAM ANALISIS DAN PENGAMBILAN KEPUTUSAN BISNIS.....	39

C.	DAMPAK KEBIJAKAN EKONOMI MAKRO TERHADAP KINERJA BISNIS.....	42
D.	PEMANFAATAN TEORI EKONOMI MAKRO DALAM PERENCANAAN STRATEGIS BISNIS.....	46
<b>BAGIAN 4 PERAN PEMERINTAH DALAM EKONOMI DAN BISNIS .....</b>		<b>52</b>
A.	PENDAHULUAN.....	52
B.	PERANAN PEMERINTAH DAN EKONOMI .....	55
C.	PERANAN PEMERINTAH DAN BISNIS .....	58
D.	PERANAN PEMERINTAH DAN UMKM .....	63
E.	PENUTUP .....	65
<b>BAGIAN 5 LINGKUNGAN EKONOMI GLOBAL.....</b>		<b>67</b>
A.	EKONOMI MAKRO GLOBAL.....	68
B.	FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LINGKUNGAN EKONOMI GLOBAL.....	76
<b>BAGIAN 6 PASAR UANG DAN PASAR MODAL .....</b>		<b>81</b>
A.	PENDAHULUAN.....	81
B.	FUNGSI DAN TUJUAN PASAR UANG DAN PASAR MODAL .....	86
C.	INSTRUMEN DALAM PASAR UANG DAN PASAR MODAL.....	88
D.	PELAKU DI PASAR UANG DAN PASAR MODAL.....	90
E.	MEKANISME DAN PROSES TRANSAKSI .....	92
F.	REGULASI DAN PENGAWASAN .....	93
G.	PENUTUP .....	94
<b>BAGIAN 7 PENGANTAR BIDANG PERILAKU ORGANISASI.....</b>		<b>97</b>
A.	PENDAHULUAN.....	97
B.	LANDASAN TEORI PERILAKU KONSUMEN DAN PRODUSEN .....	101
C.	DINAMIKA INTERAKSI ANTARA KONSUMEN DAN PRODUSEN .....	102
D.	TREN TERKINI PERILAKU KONSUMEN DAN PRODUSEN .....	103

E.	STUDI KASUS PERILAKU KONSUMEN DAN PRODUSEN .....	104
F.	IMPLIKASI DAN REKOMENDASI .....	105
G.	PENUTUP .....	106
<b>BAGIAN 8 MANAJEMEN KEUANGAN DALAM BISNIS.....</b>		<b>108</b>
A.	PENDAHULUAN.....	108
B.	PENGERTIAN MANAJEMEN KEUANGAN DALAM BISNIS .....	114
C.	FUNGSI MANAJEMEN KEUANGAN DALAM BISNIS .....	116
D.	PERANAN MANAJEMEN KEUANGAN DALAM BISNIS.....	122
E.	PENUTUP .....	125
<b>BAGIAN 9 MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA.....</b>		<b>126</b>
A.	MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA BERBASIS EKONOMI UNTUK KINERJA OPTIMAL .....	126
B.	FUNDAMENTAL SUMBER DAYA MANUSIA DALAM PERSPEKTIF EKONOMI .....	128
C.	POLA REKRUTMEN DAN SELEKSI SUMBER DAYA MANUSIA (SDM) BERDASARKAN PERSPEKTIF EKONOMI .....	132
D.	DINAMIKA SUMBER DAYA MANUSIA DALAM EKONOMI GLOBAL .....	135
<b>BAGIAN 10 ANALISIS RISIKO DAN MANAJEMEN RISIKO .....</b>		<b>139</b>
A.	PENGANTAR MANAJEMEN RISIKO.....	139
B.	IDENTIFIKASI RISIKO.....	140
C.	ANALISIS RISIKO .....	144
D.	PENILAIAN RISIKO (RISK ASSESSMENT) .....	147
E.	PENGENDALIAN DAN MITIGASI RISIKO .....	148
F.	PEMANTAUAN, REVIEW, DAN EVALUASI RISIKO.....	150
G.	PENUTUP .....	152
<b>BAGIAN 11 TREN DAN TANTANGAN EKONOMI DI MASA DEPAN .....</b>		<b>153</b>
A.	PENDAHULUAN.....	153

B. TREN EKONOMI DI MASA DEPAN .....	156
C. TANTANGAN EKONOMI DI MASA DEPAN.....	160
D. STRATEGI MENGHADAPI TANTANGAN EKONOMI .....	163
E. PENUTUP .....	166
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>168</b>
<b>TENTANG PENULIS .....</b>	<b>178</b>

# **BAGIAN 1**

## **PENGANTAR EKONOMI DAN BISNIS**

### **A. PENDAHULUAN**

Ekonomi dan bisnis adalah ilmu yang mempelajari bagaimana perilaku manusia dalam mengambil keputusan yang tepat berkaitan dengan tujuan untuk mencapai kesejahteraan. Penentuan keputusan ini dengan mempertimbangkan beberapa faktor yang saling berkaitan dalam pengambilan keputusan. Dengan mempelajari ekonomi, pelaku usaha akan mengetahui penyebab terjadinya berbagai permasalahan ekonomi, karakter pelaku ekonomi baik perusahaan maupun rumah tangga, imbas yang diperoleh akibat permasalahan ekonomi yang terjadi dan penentuan keputusan ekonomi yang rasional.

Hakikatnya, sebelum mempelajari ekonomi dan bisnis, manusia secara alamiah telah sering melakukan pengambilan keputusan ekonomi, misalnya seorang pelaku usaha akan mempertimbangkan harga bahan baku yang cenderung murah untuk digunakan dalam proses operasionalnya. Serta individu yang saat akan membeli barang dan jasa, akan mempertimbangkan harga yang dapat dijangkau dengan kemampuan finansialnya. Namun dengan mempelajari ekonomi dan bisnis dengan lebih mendalam, akan memberikan pemahaman yang lebih dalam mengatasi permasalahan perekonomian dan bagaimana suatu perekonomian bergerak.

### **B. PENGERTIAN EKONOMI**

Ekonomi atau *economic* dalam pemaparan banyak ahli mengatakan bahwa ekonomi adalah semua hal yang berkaitan dan berhubungan dengan segala aspek dalam rumah tangga. Dalam artian lain ekonomi mempelajari bagaimana cara manusia baik

individu maupun perkelompok mampu memenuhi kebutuhan guna memenuhi hidupnya dengan memaksimalkan penggunaan sumber daya yang tersedia (Iskandar putong, 2010).

Secara umum dapat dikatakan bahwa ekonomi merupakan suatu bidang peninjauan mengenai pengelolaan sumber daya individu, masyarakat dan negara dalam upaya meningkatkan kesejahteraan hidup masyarakat. Karena ekonomi adalah bidang ilmu mengenai karakter dan tindakan manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya yang bervariasi dan meningkat. Serta berkembang melalui sumber daya yang tersedia baik dari kegiatan produksi, distribusi dan atau konsumsi.

Berikut dipaparkan mengenai definisi dan pengertian ekonomi menurut beberapa para ahli;

1. Adam Smith

Menurut Adam Smith ekonomi adalah suatu analisa atau pencarian mengenai kondisi dan penyebab terjadinya kekayaan negara.

2. Mill J.S

Ekonomi menurut Mill J.S adalah ilmu pengetahuan praktikal yang mempelajari seluk beluk mengenai penagihan dan pengeluaran.

3. Abraham Maslow

Ekonomi merupakan suatu bidang keilmuan yang mengkaji tentang penyelesaian permasalahan atas keperluan kehidupan manusia melalui penggemblengan seluruh aspek asal ekonomi dengan berlandaskan teori dan prinsip dalam suatu bentuk perekonomian yang dinilai efektif dan efisien.

4. Paul A. Samuelson

Ekonomi merupakan pelbagai macam cara yang digunakan oleh manusia baik individu maupun himpunan untuk menggunakan dan memanfaatkan sumber-sumber yang terbatas ketersediannya untuk mendapatkan pelbagai komoditi dan menyalurkan kepada masyarakat luas untuk dapat dikonsumsi.

## C. RUANG LINGKUP EKONOMI

Dapat diringkas bahwa ekonomi atau ilmu ekonomi secara garis besar mempelajari mengenai aktivitas sosial manusia dalam mencukupi akan kebutuhan hidupnya dengan memanfaatkan perolehan dari lingkungannya. Adapun ruang lingkup yang terdapat pada ekonomi meliputi beberapa aspek, yakni (Afhal Catra, 2023):

### 1. Makro Ekonomi

Makroekonomi mempelajari keterkaitan antara kebijakan pemerintah dan variabel ekonomi secara agregat yang cenderung mengalami perubahan dalam mempengaruhi tingkat aktivitas ekonomi secara keseluruhan. Makroekonomi menganalisis tentang perekonomian secara keseluruhan termasuk faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi, perubahan inflasi, kebijakan moneter, dan angka pengangguran. Dua bidang fokus penelitian makro ekonomi adalah pertumbuhan ekonomi jangka panjang dan daur bisnis jangka pendek.

### 2. Mikro Ekonomi

Mikroekonomi mempelajari aktivitas ekonomi dari sisi produsen dan konsumen mengenai bagaimana penentuan harga yang tepat, penentuan kuantitas, pasar beroperasi, dan keputusan individu dalam mempengaruhi alokasi sumber daya. Mikroekonomi berkaitan dengan analisis karakter individu, rumah tangga dan perusahaan dalam menentukan keputusan ekonomi. Sehingga dapat dikatakan bahwa keterbalikan dari makroekonomi yang membahas perekonomian secara keseluruhan, mikroekonomi lebih berfokus pada bagian-bagian kecil dari aktivitas perekonomian.

### 3. Ekonomi Internasional

Ekonomi internasional mempelajari tentang perdagangan secara internasional, ekspor dan impor, investasi asing, dan keterlibatan dua atau lebih negara dalam hal perekonomian. Ini termasuk kedalam analisa tentang kebijakan perdagangan, neraca

perdagangan, dan efek globalisasi terhadap perekonomian negara.

#### **4. Ekonomi Publik**

Ekonomi publik membahas mengenai analisis terkait pengeluaran pemerintah, kemampuan dalam mengalokasikan sumber daya publik, dan kebijakan fiskal. Ekonomi publik juga mempelajari tentang pertimbangan peranan pemerintah terhadap pengaruh antara distribusi pendapatan dan keadilan sosial.

#### **5. Ekonomi Perkotaan dan Regional**

Ekonomi perkotaan dan regional mempelajari mengenai analisis pembangunan ekonomi regional, perpindahan penduduk, dan pembangunan area perkotaan. Hal ini juga melibatkan dinamika perekonomian di tingkat perkotaan, daerah atau wilayah.

#### **6. Ekonomi Kesehatan**

Ekonomi kesehatan berkaitan dengan analisis ke dalam konteks sistem perawatan kesehatan, seperti penentuan biaya perawatan bagi setiap kalangan masyarakat, alokasi sumber daya, dan intervensi kesehatan melalui evaluasi suatu dampak dari perekonomian.

#### **7. Ekonomi Lingkungan**

Ekonomi lingkungan mempelajari mengenai pengelolaan sumber daya alam, ketepatangunaan energi, dan kebijakan perlindungan lingkungan. Sehingga dapat dikatakan bahwa ekonomi lingkungan menganalisis dampak perekonomian terhadap lingkungan dan usaha dalam mencapai pertumbuhan berkelanjutan.

### **D. KONSEP DASAR EKONOMI**

Konsep ekonomi yang paling mendasar mengacu pada gabungan pikiran dasar yang menggambarkan pelbagai peristiwa dalam perekonomian, seperti pilihan dan tindakan yang dilakukan oleh pelaku ekonomi. Konsep dasar ekonomi terletak pada 4 (empat)

konsep penting yaitu permintaan, penawaran, harga dan kelangkaan. Pemahaman mengenai konsep dasar ekonomi ini menjadi suatu hal yang penting dalam mengetahui dan menganalisis bagaimana perilaku para pelaku ekonomi. Untuk dapat memahami lebih lanjut konsep dasar ekonomi, simak penjelasan berikut ini (Riswanto, 2023):

### **1. Permintaan**

Permintaan mengarah kepada kesediaan dan kemampuan konsumen atau pembeli melakukan transaksi pembelian guna memenuhi kebutuhan dan keinginan pada tingkat harga tertentu. Permintaan disebabkan oleh beberapa faktor utama seperti harga produk (barang dan jasa) tersebut, harga barang lain sebagai pengganti, pendapatan konsumen, preferensi atau selera konsumen, hingga pengaruh dari jumlah penduduk. Secara garis besar, permintaan akan meningkat saat harga barang turun, sebab konsumen cenderung akan banyak melakukan pembelian saat harga berada pada nominal yang rendah atau murah.

### **2. Penawaran**

Penawaran mengarah kepada kesediaan dan kemampuan produsen atau penjual melakukan transaksi penawaran di pasar guna menawarkan produk barang dan jasa yang ditawarkan pada tingkat harga tertentu. Penawaran disebabkan oleh beberapa faktor utama seperti biaya produksi, biaya penggunaan teknologi, biaya bahan baku, peraturan pemerintah dalam keterkaitannya mengintervensi perekonomian dan target keuntungan yang diharapkan. Secara garis besar, penawaran akan meningkat saat harga mengalami kenaikan, sebab produsen memiliki insentif dalam menawarkan barang dan jasa secara lebih banyak dengan tujuan mendapatkan keuntungan yang lebih besar jumlahnya.

### **3. Harga**

Harga merupakan sebuah pemberian angka nominal terhadap sebuah produk berdasarkan total pengeluaran dari keseluruhan produksi dengan beberapa pertimbangan tertentu. Dengan kata

lain, harga adalah nominal uang tertentu yang perlu dikeluarkan oleh konsumen atau pembeli untuk memperoleh barang atau jasa yang ditawarkan oleh produsen atau penjual. Penentuan harga dilakukan berdasarkan interaksi antara permintaan dan penawaran yang terjadi di pasar. Dengan ketentuan, jika permintaan lebih besar dari penawaran maka harga cenderung akan naik sebab konsumen akan berkompetisi untuk mendapatkan barang atau jasa yang jumlahnya terbatas. Sebaliknya jika penawaran lebih besar dari permintaan maka harga akan cenderung turun sebab produsen akan bersaing untuk memperoleh pembeli atau konsumen.

#### **4. Kelangkaan**

Kelangkaan dalam ekonomi mengarah kepada kesediaan sumber daya yang terbatas namun kebutuhan dan keinginan manusia memiliki jumlah yang tidak terbatas. Kelangkaan menjadi sebuah permasalahan yang paling utama karena akan membatasi perilaku individu atau masyarakat.

Keseimbangan antara permintaan dan penawaran atau yang lebih dikenal dengan keseimbangan pasar, dapat dicapai saat permintaan akan barang dan jasa berada pada harga yang sama dengan jumlah barang dan jasa yang ditawarkan. Pada kondisi ini kecenderungan terhadap perubahan harga tidak akan terjadi dan pasar akan berada pada kondisi yang relatif stabil.

### **E. SISTEM EKONOMI**

Sistem ekonomi dapat didefinisikan sebagai suatu aturan dan tata cara yang diperuntukkan mengatur tindakan masyarakat yang dalam aktivitas ekonominya untuk meraih sebuah tujuan. Sistem perekonomian pada setiap negara dipengaruhi oleh beberapa faktor, yakni meliputi ideologi bangsa, sifat dan karakter diri bangsa, dan struktur ekonomi. Menurut (Gilarso, 1992), sistem ekonomi adalah seluruh prosedur untuk mengatur perilaku masyarakat yang berkaitan dengan produsen, konsumen, bank, koperasi, pemerintah

dan lainnya dalam melaksanakan aktivitas ekonomi yang meliputi kegiatan produksi, distribusi, konsumsi maupun investasi yang terbentuk menjadi sebuah kesatuan lengkap yang teratur dan terus bergerak sehingga terhindarnya dari kekacauan di sektor perekonomian.

Sistem ekonomi pada setiap negara memiliki dasar yang berbeda-beda dalam penentuan sistem ekonominya. Terdapat beberapa jenis sistem ekonomi, yakni:

1. **Sistem Ekonomi Tradisional**, yaitu sebuah sistem pada organisasi kehidupan ekonomi yang berlandaskan kebiasaan dan tradisi masyarakat secara turun temurun menggantungkan hidup pada faktor produksi yang seadanya. Kegiatan produksi pada sistem ekonomi tradisional memiliki sifat kekeluargaan sebab dilakukan secara bergotong royong atau dikerjakan bersama-sama.
2. **Sistem Ekonomi Terpusat**, yaitu sebuah sistem yang menunjukkan posisi pemerintah dengan kekuasaan yang dominan terhadap penataan kegiatan ekonomi. Penguasaan ini ditandai dengan adanya batasan-batasan terhadap aktivitas ekonomi yang dilakukan dan dikerjakan oleh masyarakat.
3. **Sistem Ekonomi Liberal**, atau disebut juga sistem ekonomi pasar yaitu sebuah sistem ekonomi yang mana ekonominya ditata oleh kekuatan pasar (permintaan dan penawaran). Sistem ekonomi liberal merupakan sistem yang perekonomiannya diberikan kebebasan menyeluruh pada pelbagai bidang perekonomian kepada setiap individu untuk mendapatkan keuntungan yang diinginkan.
4. **Sistem Ekonomi Campuran**, yaitu sebuah sistem ekonomi yang menggabungkan antara sistem ekonomi liberal dan sistem ekonomi terpusat. Pada sistem ekonomi campuran pemerintah memiliki peran untuk mengawas dan mengendalikan perekonomian, namun masyarakat juga diberikan kebebasan untuk menentukan aktivitas-aktivitas ekonomi yang ingin mereka jalankan.

## F. PENGERTIAN DAN RUANG LINGKUP BISNIS

Pada mulanya pembangunan dan pengembangan bisnis menjadi salah satu aspek penting, hal ini disebabkan sebuah negara dikatakan kuat perekonomiannya ditunjang oleh kuat aktivitas bisnisnya. Terdapat beberapa pengertian bisnis menurut ahli seperti yang dijabarkan sebagai berikut dibawah ini (Sepriano et al, 2023):

1. Ebert Driffin, bisnis adalah sebuah organisasi yang menciptakan barang dan/atau jasa yang selanjutnya dijual dengan tujuan untuk mendapatkan profit (keuntungan).
2. Erni dan Ernawan, bisnis merupakan aktivitas manusia dalam mengelola sumber daya untuk memanifestasikan dan menyalurkan barang dan jasa guna melengkapi kebutuhan dan keinginan konsumen.
3. Steinhoff dalam Budiarta, bisnis adalah serangkaian kegiatan yang meliputi penyediaan barang dan jasa yang dibutuhkan atau diinginkan oleh konsumen.
4. Hughes dan Kapoor, bisnis merupakan suatu aktivitas usaha manusia yang terorganisir dengan tujuan menghasilkan dan memasarkan barang dan jasa guna memperoleh profit untuk memenuhi keperluan atau kebutuhan masyarakat.

Tujuan dari adanya kegiatan bisnis tidak hanya pada seputaran memenuhi kebutuhan masyarakat atau konsumen, melainkan tujuannya sangat beragam jika dilihat dari perspektif pelaku usaha. Secara garis besar, tujuan dari aktivitas bisnis meliputi dua hal pokok yakni sebagai berikut:

### 1. Tujuan Umum

Bisnis mempunyai tujuan untuk mendapatkan keuntungan, meluaskan pangsa pasar atau bagian tertentu, dan terwujudnya usaha yang berlanjut (*going concern*)

### 2. Tujuan Khusus

Bisnis memiliki tujuan khusus yang beragam tergantung dari apa yang diinginkan dan ditargetkan oleh di pelaku usaha. Tujuan

husus bisa meliputi: membuat *good image*, terbaiknya kualitas produk, pelayanan terbaik dan tercepat, keramahan, menghasilkan produk yang laris terjual, segmentasi pasar yang luas, harga produk yang murah dan mudah dijangkau, dan bermacam tujuan lainnya.

## **G. LINGKUNGAN BISNIS**

Lingkungan bisnis adalah keseluruhan faktor atau elemen yang mampu mempengaruhi perilaku dan kapasitas organisasi untuk memperoleh keuntungan atau pendapatan. Lingkungan bisnis terbagi menjadi dua jenis berdasarkan elemennya, yaitu dijelaskan sebagai berikut:

### **1. Faktor Eksternal**

Lingkungan eksternal bisnis adalah faktor-faktor yang berasal dari luar perusahaan, akan tetapi memiliki pengaruh terhadap kelangsungan bisnis. Beberapa contoh faktor lingkungan eksternal bisnis antara lain faktor ekonomi, teknologi, sosial, budaya, politik dan hukum yang kemudian akan dijabarkan (wheelen, hunger, hoffman & bamford 2020).

Faktor ekonomi yang termasuk didalamnya adalah pertumbuhan ekonomi, inflasi, tingkat suku bunga dan tingkat pengangguran. Kemudian untuk faktor teknologi mencakup perangkat keras, perangkat lunak dan infrastuktur teknologi informasi. Sekarang ini faktor teknologi menjadi faktor yang sangat berkembang dengan cepat dalam bisnis modern.

Selanjutnya faktor sosial dan budaya meliputi nilai dan norma yang ada pada perilaku masyarakat yang mampu mempengaruhi keputusan konsumen, tendensi bisnis, dan kebijakan pemerintah. Faktor politik dan hukum mencakup kebijakan politik dan dekrit pemerintah yang mampu mempengaruhi bisnis yang termasuk didalamnya adalah

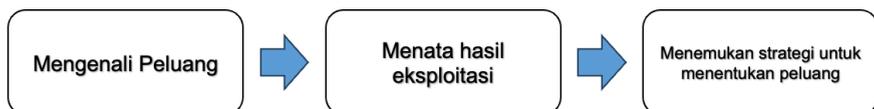
undang-undang pajak, prosedur bisnis nasional dan internasional serta peraturan pemerintah.

## 2. Faktor Internal

Lingkungan internal bisnis adalah faktor-faktor yang berasal dari dalam perusahaan yang mampu mempengaruhi kinerja dan kelangsungan usaha. Beberapa faktor lingkungan internal yang termasuk didalamnya antara lain struktur organisasi, manajemen dan kepemimpinan, serta kultur perusahaan.

## H. MANAJEMEN STRATEGI

Pandangan strategi selaku suatu cara yang digunakan perusahaan dalam menciptakan sumber daya yang sejalan serta berdedikasi untuk mencapai kinerja yang unggul. Keunggulan persaingan dinilai sebagai suatu keuntungan yang dirasakan saat perusahaan mampu membuat suatu produk dan berhasil memproduksinya serta mendistribusikan dengan target pasar lebih baik dibandingkan pesaingnya. Konsep dasar manajemen strategi meliputi visi dan misionaris perusahaan, nilai-nilai perusahaan, dan tujuan jangka panjang perusahaan serta pemilihan dan implementasinya (Johnson & Scholes, 2021).



Gambar 1.1 Strategi Keunggulan Bersaing

Berdasarkan gambar 1.1 diatas, agar perusahaan mampu menggapai keunggulan dalam bersaing maka seorang pengusaha perlu ahli dalam beberapa aspek berikut ini:

1. Perlu meningkatkan kreativitas dan inovasi dalam memproduksi dengan teknik keahlian yang dipunyai, sehingga dari segi produk dan harga mampu bersaing dengan baik.

2. Kepuasan konsumen atau pelanggan merupakan hal utama dalam memberikan pelayanan secara maksimal.
3. Mematenkan produk dapat memberikan nilai ekonomi yang lebih besar.
4. Menjalin kerjasama dengan *public figure* guna pemasaran secara lebih luas dan mengenai target sasaran.

Salah satu pendekatan yang bisa digunakan untuk menemukan strategi dasar dari suatu perusahaan adalah dengan menggunakan analisis SWOT (*strengths, weakness, opportunities, threats*). Analisis SWOT merupakan langkah mudah untuk mengidentifikasi pelbagai macam faktor secara sistematis dalam memformulasikan strategi perusahaan atau organisasi. Analisis ini berlandaskan kepada jangkauan berpikir untuk memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), serta secara bersamaan mampu meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*) (Zunan Setiawan, 2023).

## I. PEMASARAN

Pemasaran merupakan sebuah perencanaan dan pelaksanaan dari suatu proses produksi, kemudian memberikan harga, memasarkan lalu menyalurkan barang, jasa atau ide yang sesuai, di waktu yang sesuai dan ditempat yang sesuai dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Sebagai strategi bisnis, pemasaran (*marketing*) adalah sebuah perilaku yang disesuaikan oleh perusahaan yang mempunyai orientasi pasar dalam menghadapi perubahan pasar yang terus mengalami perubahan baik dari segi makro maupun mikro (Kotler & Keller, 2022).

Aktivitas pemasaran ditujukan untuk mengatasi tantangan yang ditemukan pada pesaing yang orientasi produknya memiliki jenis, kualitas dan harga yang sama dengan kualifikasi produk yang kita miliki. (Buchari Alma, 2010) mengatakan bahwa permasalahan utama yang ada dipasaran adalah terjadinya kelebihan kapasitas

yang menimbulkan persaingan yang sengit, terlalu berlebihan mengejar konsumen yang terus berkurang, kurangnya pembaharuan produk, yang mengakibatkan banyak perusahaan atau pelaku usaha mengalami penurunan pangsa pasar, stagnasi, bahkan bangkrut sebab tidak mampu mengalami persaingan. Sehingga agar perusahaan atau pelaku mampu bertahan maka perlu selalu berupaya dalam mengkaji ulang dan menyesuaikan produk dengan meningkatkan penggunaan strategi penjualan berdasarkan segmentasi pasar.

Pentingnya memelihara konsumen dengan mengutamakan kepuasan yang maksimal dalam strategi pemasaran dapat dimanfaatkan beberapa kebijakan yang salah satunya adalah bauran pemasaran (*marketing mix*). Bauran pemasaran menurut (Griffin, 2008) terdiri dari empat unsur, yakni meliputi:

### **1. Produk (*Product*)**

Produk yang diperdagangkan merupakan segala sesuatu yang diperuntukkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk yang ditawarkan dipasaran mencakup barang, jasa, ide, pengalaman, *person*, kejadian, properti, tempat, informasi dan gagasan.

### **2. Harga (*Price*)**

Harga menjadi penentuan keberhasilan pemasaran dalam bisnis. Suatu produk dikatakan bagus dengan harga yang sesuai akan mampu menarik minat konsumen. Konsumen akan mencari produk yang memiliki kualitas yang baik dengan harga yang sesuai dengan kemampuan daya beli konsumen. Apabila produk yang ditawarkan dinilai jelek dengan harga yang terbilang mahal, maka secara naluriah akan menurunkan minat beli konsumen.

### **3. Tempat/Saluran (*Place*)**

Konsumen tertarik membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan apabila perusahaan mampu menempatkan cara distribusi yang tepat berdasarkan kebutuhan konsumen. Misalnya untuk penjualan barang pokok kebutuhan sehari-hari

seperti berasa dan minyak goreng, maka cara distribusikannya adalah menempatkan area penjualan dekat dengan konsumen agar konsumen dapat segera memenuhi kebutuhannya sebab frekuensi yang tinggi dan jumlahnya yang terbilang kecil.

#### **4. Promosi (*Promotion*)**

Promosi diterapkan oleh perusahaan agar produk perusahaan dikenali sehingga konsumen dapat mengetahui produk tersebut, dan juga bagi yang telah mengetahui atau mengenali produk dapat lebih tertarik untuk mengkonsumsi produk secara berulang, bahkan bagi konsumen yang telah lupa dengan produk tersebut, dapat kembali lagi untuk mengkonsumsi produk perusahaan yang diberikan promosi. Promosi menjadi salah satu strategi penjualan yang kerap digunakan oleh pelbagai macam perusahaan atau usaha mikro.

## **J. MANAJEMEN KEUANGAN**

Arus kas yang dikelola secara efektif dan efisien, pembentukan laporan keuangan yang tepat dan seksama, serta analisa laporan keuangan guna memperoleh informasi yang bermanfaat dalam pengambilan keputusan bisnis, merupakan salah satu hal penting yang perlu dicermati dalam menjalankan bisnis (Brigham & Ehrhardt, 2022).

Perancangan keuangan merupakan metode untuk melakukan pengelolaan keuangan secara efektif dan efisien dengan menetapkan tujuan keuangan jangka panjang dan jangka pendek, mengerjakan anggaran, investasi, dan manajemen risiko. Analisis rasio keuangan adalah salah satu metode analisis keuangan yang ditujukan mengevaluasi kapasitas keuangan perusahaan. Beberapa rasio keuangan yang umumnya digunakan adalah rasio likuiditas, rasio leverage, rasio profitabilitas, dan rasio aktivitas. Rasio keuangan diperhitungkan melalui data keuangan yang diperoleh dalam laporan keuangan, seperti neraca, laporan arus kas, dan laporan laba rugi.

Tujuan utama dari keuangan adalah mendapatkan dana dan mendistribusikan sumber daya secara efektif dan efisien dalam mencapai target dan tujuan bisnis. Ruang lingkup keuangan lebih menekankan pada pengambilan manajemen risiko dan keputusan investasi. Dan fokus keuangan mengacu pada masa depan dan prediksi atau ramalan keuangan.

## **K. MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA**

Manajemen sumber daya manusia merupakan bidang ilmu yang mempelajari tentang pengelolaan sumber daya manusia (SDM) yang ada pada perusahaan. Pembahasan mendasar pada manajemen sumber daya manusia terdiri dari rekrutmen, seleksi, pengembangan, pelatihan, pengelolaan kompensasi serta tunjangan yang diperuntukkan bagi karyawan. Tujuan dengan adanya manajemen sumber daya manusia berfokus kepada keharusan bagi perusahaan untuk memiliki karyawan atau pegawai yang berkualitas, termotivasi, serta mampu menyanggupi kebutuhan perusahaan (Noe at al, 2021).

Tahap pertama yang perlu dilaksanakan pada proses manajemen sumber daya manusia adalah rekrutmen dan seleksi karyawan. Tujuan dari rekrutmen untuk menemukan calon karyawan yang berkualitas, sedangkan seleksi karyawan dilakukan untuk menentukan karyawan dari hasil rekrutmen berdasarkan kualifikasi calon karyawan yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Prosedur rekrutmen dan seleksi karyawan dapat dilalui dengan beberapa cara, seperti penyebaran informasi lowongan pekerjaan baik melalui media *offline* maupun *online*, atau bisa juga melalui agen tenaga kerja.

Selanjutnya pada tahap berikutnya, pelatihan dan pengembangan menjadi langkah penting untuk meningkatkan pengetahuan, ketrampilan, dan sikap karyawan terpilih dalam melaksanakan tugas sesuai dengan tanggung jawab yang dibebankan oleh

perusahaan. Pelatihan dan pengembangan bertujuan untuk meningkatkan kemampuan kerja karyawan dan meningkatkan produktivitas perusahaan.

Dan tahap terakhir, seorang pengusaha atau pemilik perusahaan tidak boleh mengabaikan hak, kompensasi dan tunjangan yang merupakan suatu bentuk penghargaan yang diserahkan kepada karyawan dalam bentuk imbalan sebagai nilai kontribusinya dalam tercapainya tujuan perusahaan. Tujuan dengan adanya pemberian kompensasi dan tunjangan adalah untuk memberikan motivasi agar karyawan lebih bersemangat dalam bekerja, menjaga loyalitas karyawan yang berkualitas, serta dapat mengembangkan sistem kerja perusahaan.

## **L. MANAJEMEN OPERASI DAN RANTAI PASOK**

Manajemen operasi dan rantai pasok (operations and supply chain management) adalah bidang ilmu yang mempelajari tentang suatu pengelolaan proses operasi produksi dan kegiatan rantai pasok pada perusahaan. Dasar pemikiran dari manajemen operasi dan rantai pasok terdiri dari perencanaan, pengendalian, pengelolaan produksi, dan koordinasi aktivitas rantai pasok dalam menggapai target dan tujuan perusahaan secara efektif. Selain itu, manajemen operasi dan rantai pasok juga melibatkan manajemen persediaan, transportasi, hingga penyaluran atau distribusi produk akhir kepada konsumen atau pelanggan (Jacobs & Chase, 2021).

Perencanaan produksi dan rantai pasok merupakan tahap awal dalam manajemen operasi dan rantai pasok dengan tujuan untuk memastikan proses produksi dilaksanakan dengan tepat, meminimalisir biaya produksi, meningkatkan ketepatan dan kesesuaian operasi, dan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan di waktu yang tepat.

Ditahap berikutnya, pengendalian operasi dan rantai pasok dilakukan sebuah proses pemantauan dan pengawasan terhadap

proses produksi dan rantai pasok dengan tujuan memastikan bahwa aktivitas proses produksi berjalan dengan baik dan sesuai dengan perencanaan yang telah ditentukan oleh perusahaan.

## BAGIAN 2

### TEORI EKONOMI MIKRO DALAM BISNIS

#### A. KONSEP DASAR EKONOMI MIKRO DALAM BISNIS

Ekonomi mikro adalah cabang ilmu ekonomi yang mempelajari perilaku individu, rumah tangga, dan perusahaan dalam membuat keputusan ekonomi. Teori-teori ini sangat relevan dalam dunia bisnis dan dapat menjadi landasan pengambilan keputusan yang lebih baik.

**Konsep dasar Ekonomi Mikro dalam bisnis antara lain adalah:**

1. **Teori Konsumen:** mempelajari bagaimana konsumen membuat keputusan pembelian berdasarkan utilitas yang mereka dapatkan. Dengan mengetahui apa yang diinginkan, dibutuhkan, dan bagaimana konsumen membuat keputusan, bisnis dapat membuat produk atau jasa yang relevan, menentukan strategi pemasaran yang efektif, meningkatkan penjualan, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan mengantisipasi perubahan pasar. Dengan pengetahuan ini, bisnis dapat membuat keputusan yang lebih baik, meningkatkan kinerja, dan mencapai tujuan bisnis jangka panjang.
2. **Permintaan dan Penawaran:** memahami bagaimana perubahan harga suatu produk dapat memengaruhi permintaan dan penawaran, serta bagaimana keseimbangan pasar tercapai. Konsep ini menjadi dasar dalam pengambilan keputusan strategis yang berdampak pada keberlangsungan dan kesuksesan suatu bisnis. Kegunaan konsep ini antara lain:  
(a) perusahaan dapat menentukan harga jual produk atau jasa yang optimal.  
(b) Perusahaan bisa melakukan strategi harga. Jika harga yang terlalu tinggi dapat mengurangi permintaan, sedangkan harga yang terlalu rendah dapat mengurangi keuntungan.  
(c) memahami faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan dapat membantu perusahaan meramalkan penjualan di masa depan. Ini sangat penting untuk perencanaan

- produksi, inventaris, dan pemasaran. (d) Dengan menganalisis permintaan dan penawaran, perusahaan dapat mengidentifikasi peluang pasar baru, menganalisis persaingan, dan mengidentifikasi tren pasar. (e) Konsep permintaan dan penawaran menjadi dasar dalam merancang strategi pemasaran yang efektif. Perusahaan dapat mengidentifikasi segmen pasar yang paling potensial dan mengembangkan produk atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.
3. **Elastisitas:** konsep kunci dalam ekonomi yang mengukur seberapa sensitif permintaan atau penawaran terhadap perubahan faktor-faktor tertentu, terutama harga. Dalam konteks bisnis, pemahaman mendalam tentang elastisitas akan sangat membantu dalam pengambilan keputusan strategis.
  4. **Teori Produksi:** menganalisis hubungan antara input (tenaga kerja, modal) dan output (produk) untuk mencapai efisiensi produksi. Teori produksi adalah salah satu konsep dasar dalam ekonomi mikro yang mempelajari bagaimana perusahaan menggabungkan berbagai faktor produksi (seperti tenaga kerja, modal, dan bahan baku) untuk menghasilkan barang atau jasa. Pemahaman yang baik tentang teori produksi akan membantu perusahaan dalam: maksimalkan produksi, meningkatkan efisiensi, pengambilan keputusan investasi, manajemen persediaan, dan pengembangan produk baru.
  5. **Biaya Produksi:** memahami berbagai jenis biaya produksi (tetap, variabel, total) dan bagaimana biaya ini memengaruhi keputusan produksi. Dengan memahami biaya produksi, perusahaan dapat menetapkan harga jual yang tepat, meningkatkan efisiensi, pengambilan keputusan investasi, dan perencanaan keuangan.
  6. **Struktur Pasar:** mempelajari berbagai jenis struktur pasar (persaingan sempurna, monopoli, oligopoli, dan persaingan monopolistik) dan implikasinya terhadap perilaku perusahaan. Dengan mengetahui jenis struktur pasar yang dihadapi, perusahaan dapat membuat strategi yang tepat, menetapkan

harga yang optimal, menganalisis persaingan, memprediksi perubahan pasar, dan membuat keputusan investasi.

7. **Kegagalan pasar:** kegagalan pasar adalah situasi di mana mekanisme pasar gagal mengalokasikan sumber daya secara efisien. Ini terjadi ketika terdapat ketidakseimbangan antara permintaan dan penawaran, atau ketika ada faktor eksternal yang mengganggu mekanisme pasar. Kegagalan pasar terjadi karena adanya kekuatan pasar, informasi tidak sempurna, eksternalitas, dan barang publik. Dengan memahami mengapa pasar gagal dan bagaimana mengatasi kegagalan tersebut, bisnis dapat membuat keputusan yang lebih baik, meningkatkan daya saing, dan memberikan kontribusi yang positif bagi masyarakat.

## **B. PENERAPAN EKONOMI MIKRO DALAM BISNIS**

**Ekonomi mikro** memberikan kerangka kerja yang sangat berguna bagi para pelaku bisnis dalam mengambil keputusan yang lebih baik dan strategis. Konsep-konsep dasar ekonomi mikro seperti permintaan, penawaran, elastisitas, biaya produksi, dan struktur pasar memiliki implikasi langsung dalam berbagai aspek bisnis.

Penerapan Ekonomi Mikro dalam dunia bisnis antara lain adalah:

1. **Penentuan harga:** perusahaan menggunakan teori permintaan dan penawaran untuk menentukan harga jual produk yang optimal. Konsep Ekonomi Mikro yang digunakan dalam penentuan harga adalah:
  - a. Permintaan dan penawaran: konsep dasar ini menjadi landasan utama dalam penentuan harga. Ketika permintaan suatu produk tinggi, sementara penawaran terbatas, maka harga cenderung naik. Sebaliknya, jika penawaran melimpah dan permintaan rendah, harga akan cenderung turun.
  - b. Elastisitas: elastisitas mengukur seberapa sensitif permintaan atau penawaran terhadap perubahan harga.

Jika permintaan suatu produk elastis, maka perubahan harga akan sangat mempengaruhi jumlah yang diminta, sehingga perusahaan akan menurunkan harga. Sebaliknya, jika permintaan inelastis, perubahan harga tidak akan terlalu berpengaruh, maka perusahaan cenderung akan menaikkan harga

- c. Biaya Produksi: Biaya produksi merupakan faktor penting dalam penentuan harga. Perusahaan harus menetapkan harga yang cukup untuk menutupi semua biaya produksi dan mendapatkan keuntungan.
- d. Struktur Pasar: Struktur pasar (persaingan sempurna, monopoli, oligopoli, dan monopolistic competition) akan mempengaruhi kekuatan perusahaan dalam menentukan harga.

Contoh penerapan dalam bisnis

- a. Penentuan harga produk baru
  - 1) Analisis pasar: Perusahaan akan melakukan riset pasar untuk mengetahui seberapa besar permintaan terhadap produk baru, siapa target konsumennya, dan berapa harga yang bersedia mereka bayar.
  - 2) Biaya Produksi: Perusahaan menghitung semua biaya yang terkait dengan produksi, distribusi, dan pemasaran produk baru.
  - 3) Strategi Penetapan Harga: Perusahaan dapat memilih strategi penetapan harga yang berbeda-beda, seperti harga penetrasi (harga rendah untuk menarik konsumen), harga skimming (harga tinggi untuk produk baru yang inovatif), atau mengikuti harga pesaing.
- b. Penyesuaian harga berdasarkan musim
  - 1) Permintaan musiman: Produk-produk tertentu memiliki permintaan yang fluktuatif sepanjang tahun. Misalnya, minuman dingin lebih banyak dicari pada musim panas.

- 2) Penyesuaian harga: Perusahaan dapat menyesuaikan harga produk mereka sesuai dengan musim untuk memaksimalkan keuntungan.
- c. Diskon dan promosi
  - 1) Elastisitas permintaan: Perusahaan dapat memberikan diskon atau promosi untuk produk dengan permintaan elastis untuk meningkatkan penjualan.
  - 2) Segmentasi pasar: Perusahaan dapat menawarkan harga yang berbeda untuk segmen pasar yang berbeda.

Faktor lain yang memengaruhi penentuan harga

- a. Tujuan perusahaan: Apakah perusahaan ingin memaksimalkan keuntungan jangka pendek atau jangka panjang, membangun pangsa pasar, atau menciptakan citra merek tertentu.
- b. Perilaku konsumen: Preferensi, kebiasaan, dan persepsi konsumen terhadap harga akan mempengaruhi keputusan pembelian.
- c. Kondisi ekonomi: Kondisi ekonomi makro seperti inflasi, tingkat suku bunga, dan daya beli konsumen juga perlu dipertimbangkan.
- d. Regulasi Pemerintah: Peraturan pemerintah terkait harga, seperti harga pokok penjualan (HPP) atau harga eceran tertinggi (HET), dapat membatasi ruang gerak perusahaan dalam menentukan harga.

Misalnya, sebuah perusahaan minuman baru ingin meluncurkan produk minuman teh hijau. Mereka melakukan riset pasar dan menemukan bahwa konsumen sangat menyukai rasa teh hijau dan bersedia membayar harga yang premium untuk produk berkualitas. Perusahaan ini kemudian memutuskan untuk menerapkan strategi harga skimming dengan harga awal yang tinggi untuk menciptakan citra produk yang premium. Setelah beberapa waktu, ketika produk sudah dikenal luas, perusahaan dapat menurunkan harga untuk menarik konsumen yang lebih luas.

Penentuan harga merupakan salah satu keputusan bisnis yang paling penting. Dengan memahami konsep-konsep ekonomi mikro, perusahaan dapat mengambil keputusan yang lebih baik dalam menentukan harga produk atau jasa mereka.

2. **Analisis Pasar:** memahami struktur pasar dan perilaku pesaing untuk merumuskan strategi pemasaran yang efektif. Analisis pasar adalah proses mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasi data tentang pasar, pelanggan, dan pesaing untuk memahami dinamika pasar dan mengambil keputusan bisnis yang lebih baik.

Tujuan analisis pasar

- a. Memahami pasar: mengidentifikasi ukuran pasar, pertumbuhan pasar, tren pasar, dan segmentasi pasar.
- b. Mengenal pelanggan: Memahami kebutuhan, keinginan, preferensi, dan perilaku konsumen.
- c. Menganalisis pesaing: mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, strategi, dan posisi pesaing di pasar.
- d. Menemukan peluang: mengidentifikasi peluang bisnis baru dan celah pasar yang belum terpenuhi.
- e. Mengevaluasi strategi pemasaran: mengevaluasi efektivitas strategi pemasaran yang telah dilakukan.

Elemen utama dalam analisis pasar

- a. Struktur Pasar: mengetahui bentuk pasar yang dihadapi perusahaan.
  - 1) Persaingan Sempurna: Banyak penjual dan pembeli, produk homogen, tidak ada kendali atas harga.
  - 2) Monopoli: Satu penjual menguasai seluruh pasar.
  - 3) Oligopoli: Beberapa penjual besar menguasai pasar.
  - 4) Persaingan Monopolistik: Banyak penjual, produk berbeda, tetapi masih ada tingkat persaingan.
- b. Perilaku konsumen: ada dua aspek yang harus diketahui, yaitu:

- (1) Segmentasi pasar: membagi pasar menjadi kelompok-kelompok konsumen yang berbeda berdasarkan karakteristik tertentu (demografi, psikografis, perilaku).
  - (2) Perilaku pembelian: mempelajari proses pengambilan keputusan konsumen, faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian, dan loyalitas merek.
- c. Analisis pesaing: proses mengidentifikasi, mempelajari, dan mengevaluasi bisnis-bisnis yang menawarkan produk atau jasa serupa dengan perusahaan Anda. Tujuan utama dari analisis pesaing adalah untuk memahami kekuatan, kelemahan, strategi, dan peluang yang dimiliki oleh pesaing, sehingga Anda dapat mengembangkan strategi bisnis yang lebih efektif.

Elemen yang perlu dianalisis adalah:

- 1) **Profil pesaing:** Siapa saja pesaing utama? Apa ukuran dan struktur perusahaan mereka?
- 2) **Target pasar:** Siapa target pasar utama mereka? Apa perbedaan segmentasi pasar mereka dengan Anda?
- 3) **Produk dan Jasa:** Apa produk dan jasa utama yang mereka tawarkan? Apa keunggulan dan kelemahan produk mereka?
- 4) **Strategi pemasaran:** Bagaimana mereka mempromosikan produk dan jasa mereka? Saluran distribusi apa yang mereka gunakan?
- 5) **Harga:** Berapa harga produk dan jasa mereka? Apakah mereka sering memberikan diskon atau promosi?
- 6) **Keunggulan kompetitif:** Apa keunggulan kompetitif utama mereka? Apa yang membuat pelanggan memilih mereka?

Metode analisis pesaing yang dilakukan:

- 1) **Riset pasar:** melakukan survei, wawancara, dan focus group dengan pelanggan untuk mengetahui persepsi mereka tentang perusahaan Anda dan pesaing.

- 2) **Analisis online:** memantau aktivitas pesaing di media sosial, website, dan platform e-commerce.
- 3) **Analisis keuangan:** menganalisis laporan keuangan pesaing untuk memahami kinerja keuangan mereka.
- 4) **Analisis SWOT:** melakukan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pesaing.

Langkah-langkah melakukan analisis pasar

- a. Mendefinisikan tujuan: tentukan tujuan spesifik dari analisis pasar.
- b. Mengumpulkan data: mengumpulkan data primer (survei, wawancara) dan sekunder (laporan industri, data pemerintah).
- c. Menganalisis data: menganalisis data yang telah dikumpulkan untuk mengidentifikasi tren, pola, dan hubungan.
- d. Membuat laporan: menyusun laporan analisis pasar yang komprehensif dan mudah dipahami.
- e. Mengambil keputusan: menggunakan hasil analisis untuk mengambil keputusan bisnis yang strategis.

Contoh penerapan analisis pasar

- a. Peluncuran produk baru: sebelum meluncurkan produk baru, perusahaan akan melakukan analisis pasar untuk mengetahui apakah ada permintaan pasar, siapa target konsumennya, dan bagaimana cara bersaing dengan produk sejenis.
- b. Perubahan strategi pemasaran: jika penjualan suatu produk menurun, perusahaan dapat melakukan analisis pasar untuk mengidentifikasi penyebabnya dan melakukan penyesuaian strategi pemasaran.
- c. Ekspansi pasar: perusahaan yang ingin memperluas pasar ke wilayah baru akan melakukan analisis pasar untuk

memahami karakteristik konsumen di wilayah tersebut dan mengidentifikasi peluang bisnis.

Manfaat analisis pasar

- a. Pengambilan keputusan yang lebih baik: analisis pasar memberikan data dan informasi yang akurat untuk mendukung pengambilan keputusan bisnis.
- b. Peningkatan efisiensi: dengan memahami pasar, perusahaan dapat mengalokasikan sumber daya secara lebih efisien.
- c. Peningkatan daya saing: analisis pasar membantu perusahaan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman serta mengembangkan strategi yang lebih kompetitif.

Analisis pasar adalah alat yang sangat penting bagi setiap bisnis. Dengan melakukan analisis pasar secara teratur, perusahaan dapat lebih baik dalam memahami pasar, pelanggan, dan pesaing, sehingga dapat mengambil keputusan bisnis yang lebih tepat dan efektif.

3. **Pengambilan keputusan produksi:** menganalisis biaya produksi dan pendapatan untuk menentukan tingkat produksi yang optimal. **Pengambilan keputusan produksi** adalah proses penting dalam bisnis yang melibatkan analisis mendalam terhadap berbagai faktor untuk menentukan jumlah produk yang akan dihasilkan. Tujuan utama dari pengambilan keputusan produksi adalah untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan produksi

a. **Biaya produksi**

- 1) **Biaya tetap:** biaya yang tidak berubah dalam jangka pendek, seperti sewa pabrik, gaji karyawan tetap.
- 2) **Biaya variabel:** biaya yang berubah seiring dengan perubahan tingkat produksi, seperti bahan baku, tenaga kerja langsung.
- 3) **Total biaya:** jumlah biaya tetap dan biaya variabel.

- b. **Pendapatan**
  - 1) **Harga jual:** harga yang ditetapkan untuk produk.
  - 2) **Jumlah produk yang terjual:** dipengaruhi oleh permintaan pasar dan strategi pemasaran.
- c. **Permintaan pasar**
  - 1) **Elastisitas permintaan:** seberapa sensitif permintaan terhadap perubahan harga.
  - 2) **Tren pasar:** perkembangan pasar dan preferensi konsumen.
- d. **Kapasitas produksi**  
**Keterbatasan sumber daya:** ketersediaan bahan baku, tenaga kerja, dan mesin.

Metode analisis untuk pengambilan keputusan produksi

- a. **Analisis titik impas**
  - 1) Menentukan jumlah produksi di mana total pendapatan sama dengan total biaya.
  - 2) Membantu perusahaan memahami berapa banyak produk yang harus dijual untuk mulai menghasilkan keuntungan.
- b. **Analisis marginal**
  - 1) Menganalisis perubahan pada total biaya dan total pendapatan ketika produksi ditingkatkan satu unit.
  - 2) Membantu perusahaan menentukan tingkat produksi di mana keuntungan marginal mencapai maksimum.
- c. **Kurva biaya dan pendapatan**
  - 1) Memvisualisasikan hubungan antara biaya, pendapatan, dan tingkat produksi.
  - 2) Memudahkan dalam mengidentifikasi tingkat produksi yang optimal.

Tingkat produksi optimal adalah jumlah produk yang harus dihasilkan untuk memaksimalkan keuntungan. Ini dicapai ketika:

- a. **Pendapatan Marginal = Biaya Marginal:** artinya, keuntungan tambahan dari memproduksi satu unit lagi sama dengan biaya tambahan untuk memproduksi satu unit lagi.

- b. **Permintaan pasar terpenuhi:** perusahaan tidak ingin memproduksi terlalu banyak sehingga terjadi kelebihan produksi.

Misalnya, sebuah perusahaan produksi roti ingin menentukan berapa banyak roti yang harus diproduksi setiap hari. Mereka akan menganalisis biaya produksi bahan baku (tepung, ragi, dll.), biaya tenaga kerja, biaya sewa oven, dan harga jual roti. Dengan menggunakan analisis titik impas dan analisis marginal, perusahaan dapat menentukan jumlah roti yang optimal untuk diproduksi setiap hari agar memaksimalkan keuntungan.

Tantangan dan pertimbangan

- **Ketidakpastian:** permintaan pasar bisa berubah-ubah, sehingga sulit untuk memprediksi tingkat produksi yang optimal secara pasti.
- **Fleksibilitas:** perusahaan harus memiliki fleksibilitas untuk menyesuaikan tingkat produksi sesuai dengan perubahan kondisi pasar.
- **Kapasitas terbatas:** keterbatasan kapasitas produksi dapat membatasi kemampuan perusahaan untuk memenuhi permintaan yang tinggi.

Pengambilan keputusan produksi adalah proses yang kompleks dan membutuhkan pertimbangan yang matang. Dengan memahami konsep-konsep ekonomi mikro seperti biaya produksi, pendapatan, dan permintaan, perusahaan dapat membuat keputusan yang lebih baik untuk memaksimalkan keuntungan dan efisiensi produksi.

4. **Strategi persaingan:** memilih strategi persaingan yang tepat berdasarkan struktur pasar dan posisi perusahaan. **Strategi persaingan** adalah tindakan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif di pasar. Pemilihan strategi yang tepat sangat bergantung pada **struktur pasar** di mana perusahaan beroperasi dan **posisi perusahaan** di dalam pasar tersebut.

Struktur pasar menggambarkan karakteristik persaingan dalam suatu industri. Ada empat struktur pasar utama:

- a. **Persaingan Sempurna:** strategi utamanya adalah efisiensi biaya.
- b. **Monopoli:** strategi utamanya adalah diferensiasi produk dan inovasi.
- c. **Oligopoli:** strategi utamanya adalah persaingan harga, diferensiasi produk, dan kolaborasi.
- d. **Persaingan Monopolistik:** strategi utamanya adalah diferensiasi produk dan branding.

**Posisi perusahaan dalam pasar** merujuk pada tempat atau kedudukan yang ditempati oleh suatu perusahaan dalam persaingan bisnis. Posisi ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti pangsa pasar, citra merek, keunggulan kompetitif, dan hubungan dengan pelanggan serta pemangku kepentingan lainnya.

Faktor-faktor yang mempengaruhi posisi perusahaan

- a. **Pangsa pasar:** persentase penjualan perusahaan dibandingkan dengan total penjualan di pasar. Pangsa pasar yang besar menunjukkan dominasi perusahaan di pasar.
- b. **Citra merek:** persepsi konsumen terhadap merek perusahaan. Citra merek yang kuat dapat memberikan keunggulan kompetitif.
- c. **Keunggulan kompetitif:** faktor-faktor yang membedakan perusahaan dari pesaing, seperti kualitas produk, inovasi, layanan pelanggan, atau biaya produksi yang lebih rendah.
- d. **Hubungan dengan pelanggan:** kualitas hubungan dengan pelanggan, tingkat kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan.
- e. **Hubungan dengan pemangku kepentingan:** hubungan dengan pemasok, distributor, pemerintah, dan masyarakat secara umum.

Jenis-jenis posisi perusahaan

- a. **Pemimpin Pasar:** Perusahaan dengan pangsa pasar terbesar dan seringkali menjadi penentu tren pasar.
- b. **Penantang:** Perusahaan yang berusaha merebut pangsa pasar dari pemimpin pasar.
- c. **Pengikut:** Perusahaan yang mengikuti strategi pemimpin pasar tanpa melakukan banyak inovasi.
- d. **Spesialis:** Perusahaan yang fokus pada segmen pasar tertentu dan menawarkan produk atau jasa yang sangat spesifik.

Memahami posisi perusahaan dalam pasar sangat penting karena:

- a. **Perumusan strategi:** membantu perusahaan dalam merumuskan strategi bisnis yang tepat untuk mencapai tujuannya.
- b. **Pengambilan keputusan:** memberikan dasar yang kuat untuk pengambilan keputusan, seperti pengembangan produk baru, perluasan pasar, atau pengurangan biaya.
- c. **Alokasi Sumber Daya:** membantu perusahaan mengalokasikan sumber daya secara efektif dan efisien.
- d. **Evaluasi Kinerja:** Memungkinkan perusahaan untuk mengevaluasi kinerja dan membandingkannya dengan pesaing.

Strategi untuk memperkuat posisi perusahaan

- a. **Diferensiasi:** membuat produk atau jasa yang unik dan berbeda dari pesaing.
- b. **Fokus:** memfokuskan pada segmen pasar tertentu dan menjadi pemimpin di segmen tersebut.
- c. **Keunggulan biaya:** menurunkan biaya produksi untuk menawarkan harga yang lebih kompetitif.
- d. **Inovasi:** mengembangkan produk atau jasa baru yang memenuhi kebutuhan konsumen yang belum terpenuhi.
- e. **Membangun merek:** membangun citra merek yang kuat dan positif di benak konsumen.

- f. **Memperkuat hubungan dengan pelanggan:** meningkatkan kepuasan pelanggan dan membangun loyalitas.

Michael Porter mengidentifikasi tiga strategi persaingan generik yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mencapai keunggulan kompetitif. Strategi-strategi ini memberikan kerangka kerja yang berguna bagi perusahaan untuk menentukan arah bisnis dan mengalokasikan sumber daya. Tiga strategi persaingan tersebut adalah:

a. **Kepemimpinan biaya**

- 1) **Fokus:** mencapai biaya produksi terendah di industri.
- 2) **Cara:** efisiensi operasi, skala ekonomi, teknologi canggih, negosiasi yang kuat dengan pemasok.
- 3) **Contoh:** perusahaan penerbangan berbiaya rendah seperti AirAsia, Lion Air atau maskapai penerbangan diskon lainnya.
- 4) **Tantangan:** persaingan harga yang ketat, sulit mempertahankan keunggulan biaya dalam jangka panjang.

b. **Diferensiasi**

- 1) **Fokus:** membuat produk atau jasa yang unik dan berbeda dari pesaing, sehingga konsumen bersedia membayar harga premium.
- 2) **Cara:** inovasi produk, branding yang kuat, kualitas tinggi, layanan pelanggan yang unggul.
- 3) **Contoh:** perusahaan seperti Apple dengan produk elektronik yang inovatif dan desain yang khas.
- 4) **Tantangan:** mempertahankan keunikan produk, biaya produksi yang lebih tinggi.

c. **Fokus**

- 1) **Fokus:** memfokuskan pada segmen pasar tertentu (niche market) dan melayani kebutuhan khusus segmen tersebut.

- 2) **Cara:** pemahaman mendalam tentang segmen pasar, produk atau jasa yang disesuaikan, layanan pelanggan yang sangat baik.
- 3) **Contoh:** perusahaan yang memproduksi produk organik atau perusahaan yang melayani konsumen kelas atas.
- 4) **Tantangan:** pasar yang lebih kecil, risiko jika segmen pasar menyusut.

Pemilihan strategi persaingan yang tepat tergantung pada beberapa faktor, antara lain:

- a. **Sumber daya perusahaan:** apakah perusahaan memiliki sumber daya yang cukup untuk mendukung strategi yang dipilih?
- b. **Struktur industri:** bagaimana persaingan dalam industri tersebut?
- c. **Kebutuhan pelanggan:** apa yang dicari oleh pelanggan?
- d. **Kemampuan manajemen:** apakah manajemen memiliki keahlian untuk melaksanakan strategi tersebut?

**Ketiga strategi ini tidak saling eksklusif.** Beberapa perusahaan dapat menggabungkan elemen dari beberapa strategi. Namun, perusahaan harus memilih salah satu strategi sebagai fokus utama untuk menghindari kebingungan dan inefisiensi.

Meskipun berguna, strategi generik ini memiliki beberapa keterbatasan, yaitu:

- **Dinamika pasar:** pasar terus berubah, sehingga strategi yang efektif hari ini mungkin tidak efektif besok.
- **Kompleksitas bisnis:** realitas bisnis seringkali lebih kompleks daripada model sederhana yang ditawarkan oleh strategi generik.
- **Fokus pada produk:** strategi generik lebih fokus pada produk daripada pada pelanggan.

Strategi persaingan Michael Porter memberikan kerangka kerja yang berguna bagi perusahaan untuk merumuskan strategi

bisnis. Namun, perusahaan harus menyesuaikan strategi ini dengan kondisi pasar yang unik dan sumber daya yang dimiliki.

### **C. MANFAAT PENERAPAN EKONOMI MIKRO DALAM BISNIS**

Memahami dan menerapkan prinsip-prinsip ekonomi mikro dalam bisnis dapat memberikan berbagai keuntungan yang signifikan. Beberapa manfaat di antaranya adalah:

1. **Pengambilan keputusan yang lebih baik**
  - a. **Analisis biaya-manfaat:** dengan memahami konsep biaya dan manfaat, perusahaan dapat mengevaluasi berbagai alternatif pilihan dan memilih keputusan yang paling menguntungkan.
  - b. **Penetapan harga optimal:** memahami elastisitas permintaan dan struktur pasar memungkinkan perusahaan menetapkan harga yang optimal untuk memaksimalkan pendapatan.
  - c. **Alokasi sumber daya:** ekonomi mikro membantu perusahaan mengalokasikan sumber daya yang terbatas secara efisien untuk mencapai tujuan bisnis.
2. **Peningkatan efisiensi**
  - a. **Optimasi produksi:** dengan menganalisis biaya produksi dan pendapatan, perusahaan dapat menentukan tingkat produksi yang optimal untuk meminimalkan biaya dan memaksimalkan keuntungan.
  - b. **Pengelolaan persediaan:** prinsip ekonomi mikro membantu perusahaan mengelola persediaan dengan lebih efektif, menghindari kelebihan atau kekurangan persediaan.
3. **Peningkatan daya saing**
  - a. **Pemahaman pasar:** memahami perilaku konsumen dan struktur pasar memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi peluang bisnis baru dan mengembangkan strategi persaingan yang efektif.

- b. **Inovasi:** ekonomi mikro mendorong perusahaan untuk terus berinovasi dan mengembangkan produk atau jasa baru yang memenuhi kebutuhan konsumen.
- 4. **Mitigasi risiko**
  - a. **Analisis risiko:** dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi bisnis, perusahaan dapat mengidentifikasi dan mengelola risiko dengan lebih baik.
  - b. **Perencanaan kontingensi:** ekonomi mikro membantu perusahaan menyusun rencana kontinjensi untuk menghadapi berbagai kemungkinan skenario.
- 5. **Pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan**
  - a. **Pengambilan keputusan strategis:** dengan memahami prinsip-prinsip ekonomi mikro, perusahaan dapat membuat keputusan strategis yang mendukung pertumbuhan jangka panjang.
  - b. **Keberlanjutan:** ekonomi mikro juga membantu perusahaan mempertimbangkan dampak lingkungan dan sosial dari kegiatan bisnisnya.

### **Contoh penerapan dalam dunia nyata**

1. **Startup:** Startup sering menggunakan analisis ekonomi mikro untuk menentukan harga produk minimum yang layak, menganalisis pasar target, dan mengukur tingkat elastisitas permintaan terhadap perubahan harga.
2. **Perusahaan Besar:** Perusahaan besar menggunakan ekonomi mikro untuk mengoptimalkan rantai pasok, menentukan strategi pricing, dan mengevaluasi kinerja divisi-divisi bisnis.
3. **Sektor Publik:** Pemerintah menggunakan prinsip-prinsip ekonomi mikro untuk merancang kebijakan ekonomi yang efektif, seperti kebijakan pajak dan subsidi.

Ekonomi mikro memberikan kerangka kerja yang kuat bagi para pelaku bisnis untuk memahami perilaku pasar, membuat keputusan yang rasional, dan mencapai tujuan bisnis. Dengan menguasai konsep-konsep dasar ekonomi mikro, perusahaan dapat meningkatkan kinerja dan daya saingnya.

## **D. TANTANGAN PENERAPAN EKONOMI MIKRO DALAM BISNIS**

Ekonomi mikro, yang fokus pada perilaku individu dan perusahaan dalam mengambil keputusan ekonomi, memiliki banyak prinsip yang relevan dalam dunia bisnis. Namun, penerapannya seringkali dihadapkan pada berbagai kendala. Diantaranya adalah:

1. Asumsi yang tidak realistis
  - a. Informasi sempurna: ekonomi mikro sering berasumsi bahwa semua pelaku ekonomi memiliki informasi yang sempurna dan rasional. Dalam dunia nyata, informasi seringkali asimetris dan keputusan seringkali dipengaruhi oleh emosi atau faktor non-rasional.
  - b. Pasar sempurna: asumsi pasar yang sempurna dengan banyak penjual dan pembeli, produk yang homogen, dan tidak ada hambatan masuk, jarang ditemukan dalam praktik.
2. Kompleksitas dunia nyata
  - a. Faktor eksternal: bisnis beroperasi dalam lingkungan yang dinamis dan kompleks, dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kebijakan pemerintah, perubahan teknologi, dan fluktuasi ekonomi.
  - b. Interaksi antar perusahaan: perusahaan tidak beroperasi dalam isolasi, tetapi saling bersaing dan bekerja sama dalam berbagai jaringan.
3. Keterbatasan sumber daya
  - a. Modal: usaha kecil dan menengah seringkali memiliki keterbatasan modal untuk melakukan analisis ekonomi yang mendalam.
  - b. Tenaga ahli: tidak semua perusahaan memiliki tenaga ahli ekonomi yang dapat memberikan saran yang tepat.
4. Perubahan yang cepat
  - a. Teknologi: perkembangan teknologi yang cepat membuat model ekonomi yang ada cepat menjadi usang.
  - b. Preferensi konsumen: preferensi konsumen terus berubah, sehingga perusahaan harus terus beradaptasi.

5. Etika dan tanggung jawab sosial
  - a. Keputusan bisnis: keputusan bisnis tidak hanya didorong oleh keuntungan semata, tetapi juga oleh pertimbangan etika dan tanggung jawab sosial.
  - b. Konflik kepentingan: terkadang, kepentingan ekonomi perusahaan bertentangan dengan kepentingan sosial atau lingkungan.

#### Contoh tantangan spesifik

1. Menetapkan harga: menetapkan harga yang optimal seringkali sulit karena adanya persaingan, biaya produksi yang fluktuatif, dan preferensi konsumen yang beragam.
2. Memprediksi permintaan: memprediksi permintaan konsumen sangat penting untuk perencanaan produksi, namun faktor-faktor seperti tren musiman, promosi pesaing, dan perubahan selera konsumen dapat mempersulit prediksi.
3. Membuat keputusan investasi: memutuskan proyek investasi mana yang akan dijalankan melibatkan pertimbangan risiko, pengembalian, dan ketersediaan dana.
4. Mengelola Sumber Daya Manusia: memotivasi karyawan, menetapkan upah yang adil, dan mengelola konflik merupakan tantangan dalam manajemen sumber daya manusia.

Meskipun ada banyak tantangan, penerapan prinsip ekonomi mikro dalam bisnis tetap sangat penting. Dengan memahami tantangan-tantangan ini dan mencari solusi yang tepat, perusahaan dapat membuat keputusan yang lebih baik, meningkatkan efisiensi, dan mencapai keberhasilan jangka panjang.

## **BAGIAN 3**

### **TEORI EKONOMI MAKRO DAN PENGARUHNYA TERHADAP BISNIS**

#### **A. PENGANTAR EKONOMI MAKRO DALAM KONTEKS BISNIS**

Ekonomi makro adalah bagian dari ilmu ekonomi yang mendalami ekonomi secara keseluruhan, mencakup berbagai aspek semisal pertumbuhan perekonomian, inflasi, pengangguran, serta kebijakan fiskal maupun moneter. Dalam konteks bisnis pemahaman terhadap ekonomi makro penting karena membantu perusahaan menilai kondisi lingkungan eksternal yang mempengaruhi operasi bisnis. Dengan memahami indikator ekonomi makro semisal produk domestik bruto (PDB), tingkat inflasi, dan suku bunga, para pengambil keputusan di perusahaan bisa merencanakan strategi yang sesuai menghadapi perubahan pasar (Smith and Zhao, 2020).

Pentingnya analisis ekonomi makro bagi bisnis terletak pada kemampuan memberi gambaran umum kondisi ekonomi. Saat kondisi ekonomi makro stabil dengan pertumbuhan perekonomian positif serta inflasi terkontrol, bisnis mengalami peningkatan kinerja. Ketidakpastian ekonomi makro dapat membawa risiko besar bagi operasional dan perencanaan jangka panjang perusahaan. Faktor seperti resesi global atau peningkatan suku bunga berdampak langsung pada daya beli konsumen yang mempengaruhi permintaan produk atau jasa (Jones and Martin, 2021).

Ekonomi makro juga mempengaruhi dinamika pasar tenaga kerja yang berdampak pada biaya produksi perusahaan. Tingkat pengangguran berkaitan erat dengan daya beli masyarakat. Ketika pengangguran meningkat, daya beli berkurang yang berpotensi menurunkan penjualan. Ketika tingkat pengangguran rendah dan tenaga kerja tersedia dalam jumlah yang lebih terbatas, perusahaan

dapat menghadapi peningkatan biaya tenaga kerja. Memahami hubungan ini sangat penting bagi bisnis yang ingin menjaga efisiensi biaya dan profitabilitas dalam jangka panjang.

Kebijakan fiskal dan moneter adalah dua komponen utama ekonomi makro yang sangat relevan dalam konteks bisnis. Kebijakan fiskal yang melibatkan pengeluaran pemerintah dan perpajakan secara langsung mempengaruhi konsumsi dan investasi perekonomian. Ketika pemerintah meningkatkan pengeluaran infrastruktur, permintaan barang dan jasa dari sektor terkait meningkat yang memberi peluang bisnis untuk memperluas operasi. Kebijakan moneter bank sentral melalui penetapan suku bunga juga berpengaruh terhadap biaya pinjaman bagi bisnis dan daya beli konsumen (Garcia, 2019).

Faktor eksternal ekonomi makro seperti globalisasi dan perubahan geopolitik memiliki pengaruh signifikan terhadap bisnis. Globalisasi telah membuka akses pasar baru dan meningkatkan persaingan internasional yang membawa manfaat dan tantangan bagi perusahaan. Perubahan geopolitik termasuk tarif perdagangan dan perjanjian ekonomi antar negara berpotensi mengubah dinamika ekonomi global yang mempengaruhi akses pasar, biaya ekspor-impor, serta stabilitas rantai pasokan global.

Bisnis menggunakan indikator ekonomi makro sebagai bagian dari analisis risiko dan perencanaan strategis. Dengan memonitor inflasi dan suku bunga, perusahaan membuat keputusan terkait pengelolaan kas dan investasi, termasuk memutuskan kapan terbaik meminjam atau berinvestasi. Analisis ini membantu perusahaan mengurangi ketidakpastian dan memitigasi potensi risiko yang mungkin muncul akibat fluktuasi ekonomi makro.

Ekonomi makro juga penting dalam merancang strategi pemasaran dan penjualan. Pada masa pertumbuhan ekonomi, bisnis sering meningkatkan aktivitas pemasaran dan menambah produk baru untuk menangkap permintaan yang meningkat. Namun saat ekonomi melemah, strategi yang lebih konservatif dibutuhkan

seperti pengurangan anggaran pemasaran atau diversifikasi produk. Pemahaman ekonomi makro memungkinkan bisnis menyesuaikan strategi pemasaran berdasarkan kondisi ekonomi terkini.

Perusahaan semakin mengandalkan analisis data ekonomi makro untuk memahami tren konsumen dan mengantisipasi perubahan pasar. Banyak perusahaan menggunakan *big data* dan analitik canggih untuk mengumpulkan dan menganalisis data ekonomi secara *real-time*. Teknologi ini memungkinkan perusahaan lebih cepat menanggapi perubahan ekonomi dan melakukan penyesuaian strategi bisnis. Analisis makroekonomi berbasis data tersebut bertambah penting untuk menjaga daya saing (Choi and Lee, 2023).

Seiring perkembangan ekonomi global, perusahaan menghadapi tantangan menyesuaikan dengan regulasi ekonomi di berbagai negara. Regulasi yang berbeda terkait perdagangan, investasi, dan pajak menuntut perusahaan mengembangkan strategi fleksibel agar beradaptasi cepat terhadap perubahan tersebut. Regulasi yang ketat di satu negara mendorong perusahaan melakukan ekspansi ke negara lain yang memiliki regulasi lebih mendukung bagi bisnis.

Ekonomi makro memberi kerangka kerja esensial bagi bisnis mengelola risiko dan merencanakan pertumbuhan. Dengan memahami dinamika ekonomi makro seperti perubahan dalam kebijakan fiskal dan moneter perusahaan menyiapkan strategi lebih tangguh menghadapi berbagai situasi ekonomi. Hal ini membantu perusahaan bertahan di tengah krisis dan menciptakan peluang baru saat ekonomi tumbuh (Rodriguez and Wang, 2019).

## **B. TEORI EKONOMI MAKRO DALAM ANALISIS DAN PENGAMBILAN KEPUTUSAN BISNIS**

Dalam pengambilan keputusan bisnis, teori ekonomi makro memberi kerangka penting memahami kondisi ekonomi secara keseluruhan dan dampaknya terhadap kinerja bisnis. Keputusan yang dibuat berdasarkan analisis ekonomi makro memungkinkan perusahaan mengantisipasi perubahan pasar dan mengelola risiko. Pemahaman mendalam terhadap indikator ekonomi seperti pertumbuhan ekonomi, inflasi, dan suku bunga membantu pemimpin bisnis menilai prospek dan strategi jangka panjang.

Salah satu komponen penting teori ekonomi makro yang berpengaruh pada keputusan bisnis adalah teori siklus bisnis. Siklus bisnis menggambarkan fluktuasi aktivitas ekonomi dari masa ekspansi ke resesi. Saat ekonomi berada dalam fase ekspansi, bisnis menaikkan investasi dan mengambil keuntungan kenaikan permintaan. Ketika ekonomi mengalami resesi, perusahaan memilih menahan investasi dan mengurangi pengeluaran operasional untuk bertahan dalam kondisi pasar yang tidak menguntungkan (Miller and Ross, 2022).

Analisis ekonomi makro juga membantu perusahaan memahami risiko perubahan suku bunga bank sentral. Suku bunga tinggi dapat meningkatkan biaya pinjaman bagi bisnis, sementara suku bunga rendah memacu investasi karena biaya modal menjadi lebih terjangkau. Perusahaan yang memahami tren suku bunga dapat memanfaatkan momen suku bunga rendah untuk melakukan investasi strategis seperti pembelian aset atau ekspansi operasi yang berpotensi meningkatkan daya saing di masa depan.

Indikator makro ekonomi lain yang penting adalah tingkat inflasi. Inflasi tinggi berdampak pada daya beli konsumen dan meningkatkan biaya bahan baku bagi perusahaan. Dengan melakukan analisis inflasi, perusahaan mengantisipasi potensi kenaikan harga dan menyesuaikan strategi harga. Inflasi juga

mempengaruhi kebijakan upah yang berdampak langsung pada biaya tenaga kerja perusahaan.

Kebijakan fiskal dan moneter pemerintah merupakan dua aspek penting yang secara langsung mempengaruhi lingkungan bisnis. Kebijakan fiskal seperti pengeluaran pemerintah dan penetapan tarif pajak mempengaruhi permintaan agregat perekonomian. Ketika pemerintah meningkatkan belanja infrastruktur, sektor konstruksi dan industri terkait lain mengalami pertumbuhan permintaan nyata. Kebijakan moneter terkait jumlah uang beredar juga berdampak pada bisnis melalui efek suku bunga dan inflasi (Thompson, 2024).

Teori ekonomi makro juga membantu perusahaan memahami pengaruh ekonomi dunia terhadap bisnis. Pasar global yang terhubung menciptakan peluang bagi perusahaan memperluas operasi ke luar negeri, namun membawa tantangan seperti fluktuasi nilai tukar mata uang dan ketidakpastian kebijakan perdagangan internasional. Pengambil keputusan di perusahaan multinasional menggunakan teori ekonomi makro untuk merencanakan ekspansi bisnis mempertimbangkan kondisi ekonomi berbagai negara.

Pengetahuan ekonomi makro menjadi dasar pengambilan keputusan bisnis saat merespons resesi atau kondisi ekonomi sulit. Pada masa resesi perusahaan menghadapi penurunan penjualan akibat berkurangnya daya beli konsumen. Dengan pemahaman akan siklus bisnis, perusahaan dapat mengambil langkah proaktif seperti diversifikasi produk atau pasar untuk mengurangi dampak negatif dari kondisi ekonomi yang menurun (Bennett and Marshall, 2021).

Penggunaan teori ekonomi makro juga penting dalam perencanaan keuangan perusahaan. Analisis terhadap prospek ekonomi membantu perusahaan menentukan anggaran investasi, distribusi sumber daya, dan keputusan pendanaan. Saat ekonomi menunjukkan tanda pertumbuhan, perusahaan meningkatkan

anggaran investasi mendukung ekspansi bisnis. Saat ekonomi menunjukkan sinyal perlambatan perusahaan lebih berhati-hati mengelola keuangan untuk menjaga stabilitas operasional.

Dalam strategi pemasaran, pemahaman ekonomi makro juga berperan penting. Ketika ekonomi dalam kondisi pertumbuhan, bisnis lebih agresif dalam kampanye pemasaran untuk menangkap permintaan yang meningkat. Dalam kondisi ekonomi melemah, strategi pemasaran lebih konservatif seperti pengurangan anggaran atau perubahan fokus produk mungkin lebih tepat untuk menjaga profitabilitas. Analisis ekonomi makro membantu menyesuaikan strategi pemasaran sesuai kondisi ekonomi (Davies and Hunt, 2019).

Teori ekonomi makro memberikan kerangka memahami efek ekonomi pada biaya tenaga kerja. Ketika tingkat pengangguran rendah, perusahaan mengalami peningkatan biaya tenaga kerja karena persaingan mendapat tenaga kerja berkualitas. Ketika tingkat pengangguran tinggi, biaya tenaga kerja lebih stabil, dan perusahaan memanfaatkan situasi ini untuk meningkatkan efisiensi operasional.

Krisis ekonomi seperti krisis keuangan global atau pandemi menunjukkan betapa pentingnya pemahaman ekonomi makro bagi pengambilan keputusan bisnis. Perusahaan dengan pemahaman kuat tentang dinamika ekonomi makro lebih mampu bertahan dan beradaptasi selama krisis karena bisa melakukan penyesuaian strategis seperti pemotongan biaya atau diversifikasi produk untuk menjaga kelangsungan bisnis. Krisis ekonomi mendorong pula perusahaan mengembangkan strategi mitigasi risiko lebih baik.

Analisis teori ekonomi makro membantu perusahaan mengantisipasi perubahan kebijakan yang mempengaruhi operasional seperti perubahan pajak atau kebijakan perdagangan. Ketika pemerintah mengubah tarif pajak atau menerapkan kebijakan proteksionis, perusahaan harus cepat beradaptasi untuk tetap kompetitif di pasar. Pemahaman ini memungkinkan

perusahaan mengambil langkah proaktif menanggapi perubahan kebijakan.

Teori ekonomi makro membantu perusahaan memprediksi tren jangka panjang seperti pertumbuhan populasi atau urbanisasi yang mempengaruhi pasar dan permintaan produk. Perusahaan yang memahami tren makroekonomi ini dapat mempersiapkan strategi jangka panjang untuk mengantisipasi perubahan kebutuhan konsumen. Hal ini memungkinkan perusahaan tetap relevan dan menjaga posisi kompetitif di pasar.

Perkembangan teknologi dalam analisis data ekonomi makro memungkinkan perusahaan membuat prediksi lebih akurat tentang kondisi ekonomi masa depan. Dengan *big data* dan analitik canggih, perusahaan menganalisis data ekonomi *real-time* yang mendukung pembuatan keputusan semakin tepat dan cepat. Pemanfaatan teknologi menjadi elemen penting perencanaan bisnis adaptif di lingkungan ekonomi yang dinamis (Evans and Jordan, 2023).

Teori ekonomi makro memberi landasan bisnis merencanakan strategi dan membuat keputusan lebih bijaksana. Pemahaman kondisi ekonomi dan indikator makroekonomi memungkinkan perusahaan menavigasi tantangan pasar, memanfaatkan peluang pertumbuhan, dan mengurangi risiko. Bisnis yang menerapkan teori ekonomi makro dalam proses pengambilan keputusan berpeluang lebih baik mencapai keberlanjutan dan pertumbuhan jangka panjang.

### **C. DAMPAK KEBIJAKAN EKONOMI MAKRO TERHADAP KINERJA BISNIS**

Kebijakan ekonomi makro berdampak signifikan pada kinerja bisnis di berbagai sektor, mencakup kebijakan moneter dan fiskal yang dirancang oleh pemerintah dan bank sentral untuk mengatur tingkat inflasi, suku bunga, nilai tukar, serta pengeluaran publik. Kebijakan tersebut mempengaruhi permintaan dan penawaran agregat yang

berdampak pada kondisi pasar dan lingkungan operasional perusahaan.

Kebijakan moneter bank sentral seperti perubahan suku bunga acuan berdampak langsung terhadap biaya modal perusahaan. Ketika suku bunga acuan diturunkan, biaya pinjaman menjadi lebih rendah sehingga mendorong perusahaan melakukan investasi. Ketika suku bunga naik, perusahaan mengalami kenaikan biaya modal yang berpotensi menghambat rencana ekspansi. Kebijakan suku bunga secara langsung mempengaruhi kemampuan bisnis tumbuh dan bersaing di pasar.

Kebijakan fiskal seperti pengeluaran pemerintah dan perubahan tarif pajak berdampak pada permintaan produk dan jasa dalam perekonomian. Ketika pemerintah meningkatkan pengeluaran publik pada infrastruktur, sektor seperti konstruksi, manufaktur, dan penyedia bahan bangunan mengalami peningkatan permintaan. Kebijakan penghematan anggaran mengurangi daya beli masyarakat yang berdampak penurunan permintaan produk atau jasa tertentu.

Pengaruh kebijakan fiskal terlihat dalam perubahan tarif pajak yang mempengaruhi arus kas dan profitabilitas perusahaan. Ketika tarif pajak perusahaan diturunkan, bisnis memiliki lebih banyak modal yang dialokasikan untuk investasi atau pengembangan produk. Peningkatan tarif pajak mengurangi laba bersih perusahaan dan mempersempit ruang pengembangan bisnis. Kebijakan pajak ini menjadi pertimbangan utama perencanaan strategis perusahaan, khususnya dalam sektor yang sangat dipengaruhi oleh regulasi pemerintah (Williams and Scott, 2019).

Dampak kebijakan ekonomi makro terhadap kinerja bisnis juga terlihat dalam fluktuasi nilai tukar mata uang. Bagi perusahaan yang beroperasi secara global, nilai tukar fluktuatif mempengaruhi biaya impor bahan baku dan pendapatan dari pasar internasional. Ketika mata uang domestik mengalami depresiasi, perusahaan yang bergantung pada bahan baku impor menghadapi biaya lebih tinggi

yang mengurangi profitabilitas. Perusahaan yang mengekspor produk menikmati peningkatan daya saing karena harga produk menjadi lebih murah bagi pembeli internasional.

Inflasi adalah indikator ekonomi makro lain yang berdampak besar pada kinerja bisnis. Ketika inflasi meningkat, daya beli konsumen menurun yang mengurangi permintaan terhadap produk atau jasa. Perusahaan juga menghadapi kenaikan biaya produksi akibat inflasi terutama jika bahan baku dan tenaga kerja menjadi lebih mahal. Inflasi tinggi memaksa perusahaan untuk menaikkan harga produk, namun hal ini menurunkan daya bersaing perusahaan karena konsumen memilih produk alternatif yang relatif terjangkau.

Kebijakan ekonomi terkait inflasi dan deflasi berpengaruh berbeda pada kinerja perusahaan. Saat inflasi tinggi perusahaan yang menyesuaikan harga produk dengan cepat lebih mampu bertahan daripada perusahaan yang memiliki kendala fleksibilitas harga. Namun dalam kondisi deflasi perusahaan menghadapi tantangan menjaga profitabilitas karena harga produk cenderung turun, sementara biaya produksi tetap tinggi. Pemahaman dinamika inflasi serta deflasi sangatlah krusial bagi perusahaan dalam menyusun strategi keuangan yang adaptif (Anderson and Miller, 2020).

Kebijakan ekonomi makro juga mempengaruhi pasar tenaga kerja yang berdampak pada biaya tenaga kerja dan ketersediaan SDM bagi perusahaan. Kebijakan pemerintah yang mendukung penciptaan lapangan kerja meningkatkan penawaran tenaga kerja sehingga perusahaan memperoleh tenaga kerja yang terampil dengan biaya lebih rendah. Kebijakan yang membatasi lapangan kerja atau meningkatkan upah minimum meningkatkan biaya tenaga kerja bagi perusahaan yang mempengaruhi profitabilitas dan efisiensi operasi.

Regulasi ekonomi lain seperti kebijakan lingkungan berdampak signifikan pula pada bisnis. Kebijakan lingkungan yang ketat dapat memaksa perusahaan menginvestasikan lebih banyak teknologi

hijau atau pengelolaan limbah yang menambah biaya operasional. Namun perusahaan yang patuh pada regulasi lingkungan memperoleh citra positif di mata konsumen dan pemangku kepentingan yang menjadi keunggulan kompetitif jangka panjang.

Kebijakan perdagangan internasional pemerintah berpengaruh pada kinerja bisnis, terutama bagi perusahaan yang bergantung pada ekspor atau impor. Kebijakan proteksionis seperti tarif impor atau pembatasan kuota mengurangi akses perusahaan terhadap pasar internasional. Kebijakan yang mendukung perdagangan bebas membukakan kesempatan perusahaan meluaskan pangsa pasar di luar negeri dan mengurangi biaya impor bahan baku.

Kebijakan ekonomi makro yang mempengaruhi daya beli konsumen seperti subsidi atau bantuan sosial juga berdampak pada kinerja bisnis. Ketika pemerintah memberikan subsidi atau bantuan sosial, daya beli masyarakat meningkat yang berpotensi meningkatkan permintaan terhadap produk atau jasa tertentu. Hal ini menjadi dorongan signifikan bagi sektor kebutuhan dasar publik seperti sektor pangan dan kesehatan (Oliver and Hart, 2019).

Pada sektor keuangan kebijakan yang mempengaruhi tingkat bunga dan akses kredit juga berdampak pada likuiditas dan kapasitas perusahaan melakukan investasi. Kebijakan kredit longgar dapat menaikkan akses terhadap pendanaan eksternal yang penting bagi bisnis membiayai ekspansi atau inovasi produk. Namun kebijakan kredit ketat membatasi akses perusahaan pada pembiayaan yang menghambat pertumbuhan bisnis (Nguyen and Robinson, 2022).

Di tengah ketidakpastian ekonomi global, kebijakan ekonomi makro yang bersifat antisipatif dan proaktif sangat penting menjaga stabilitas bisnis. Pemerintah yang mampu menerapkan kebijakan ekonomi responsif terhadap perubahan global dapat menciptakan lingkungan bisnis yang lebih stabil dan mendukung pertumbuhan. Kebijakan yang tidak responsif menimbulkan ketidakpastian dan risiko tambahan bagi perusahaan (Harris and Walker, 2021).

Kebijakan ekonomi makro yang berfokus pada inovasi dan teknologi juga dapat meningkatkan kinerja bisnis dalam jangka panjang. Ketika pemerintah mendukung inovasi melalui insentif penelitian dan pengembangan, perusahaan memiliki lebih banyak peluang untuk menciptakan produk baru dan meningkatkan efisiensi operasional. Dukungan ini menjadi penting dalam industri yang sangat kompetitif dan berbasis teknologi tinggi dengan inovasi sebagai kunci keberhasilan.

Dengan pemahaman mendalam mengenai dampak kebijakan ekonomi makro, perusahaan membuat perencanaan strategis lebih akurat. Perusahaan yang memperhitungkan perubahan kebijakan makroekonomi dalam proses pengambilan keputusan cenderung lebih adaptif dan resilien menghadapi perubahan ekonomi. Hal ini memungkinkan mengambil langkah proaktif merespons tantangan serta memanfaatkan peluang akibat perubahan kebijakan ekonomi.

Kebijakan ekonomi makro berpengaruh kompleks dan multidimensional terhadap kinerja bisnis. Setiap perusahaan baik di sektor manufaktur, jasa, maupun teknologi perlu memahami dan mengantisipasi dampak kebijakan tersebut mencapai tujuan bisnis. Dengan analisis komprehensif pada kebijakan ekonomi, perusahaan dapat menyusun strategi yang efektif dan meminimalkan risiko potensial pada masa mendatang.

#### **D. PEMANFAATAN TEORI EKONOMI MAKRO DALAM PERENCANAAN STRATEGIS BISNIS**

Pemanfaatan teori ekonomi makro dalam perencanaan strategis bisnis semakin krusial dalam dinamika perekonomian global. Perusahaan yang bisa memanfaatkan wawasan makroekonomi dalam proses perencanaan strategis lebih siap menghadapi tantangan eksternal dan mengidentifikasi peluang yang meningkatkan daya saing. Teori ekonomi makro yang mencakup analisis variabel semisal inflasi, suku bunga, kurs, serta

pertumbuhan perekonomian memberi kerangka merancang strategi bisnis adaptif dan berkelanjutan.

Dalam aspek pengelolaan keuangan, teori ekonomi makro dapat membantu perusahaan memproyeksikan arus kas berdasar prediksi inflasi dan suku bunga. Ketika inflasi diperkirakan meningkat, perusahaan menyesuaikan harga produk atau jasa untuk mengimbangi kenaikan biaya produksi. Perusahaan perlu mempertimbangkan suku bunga bank sentral dalam merencanakan pendanaan eksternal atau pengelolaan utang jangka panjang (Collins and Green, 2022).

Pemahaman tentang kebijakan moneter dan fiskal membantu perusahaan merencanakan strategi ekspansi atau diversifikasi bisnis. Ketika kebijakan moneter cenderung longgar melalui penurunan suku bunga, perusahaan mengambil kesempatan memperluas operasi bisnis dengan biaya modal lebih rendah. Kebijakan fiskal ketat menuntut perusahaan melakukan efisiensi atau merencanakan strategi bisnis yang lebih konservatif agar tetap bertahan.

Perencanaan strategis perlu analisis fluktuasi nilai tukar terutama bagi perusahaan yang terlibat perdagangan internasional. Teori ekonomi makro membantu perusahaan memahami efek perubahan nilai tukar pada daya saing produk di pasar global. Ketika mata uang domestik melemah, perusahaan lebih kompetitif dalam ekspor, tapi perlu mengelola kenaikan biaya impor bahan baku.

Sektor konsumsi juga mendapat manfaat dari teori ekonomi makro dalam perencanaan strategis terutama dalam menentukan permintaan produk. Perusahaan dapat menggunakan data pendapatan nasional dan tingkat pengangguran untuk memperkirakan permintaan konsumen terhadap produk atau jasa. Dalam kondisi ekonomi berkembang pesat dengan pendapatan per kapita meningkat, perusahaan merancang strategi pemasaran lebih agresif untuk memanfaatkan kenaikan daya beli konsumen.

Aspek kebijakan publik dalam teori ekonomi makro juga penting mempertimbangkan lingkungan regulasi dalam perencanaan strategis. Perusahaan yang memahami perubahan kebijakan pemerintah dapat menyesuaikan strategi untuk tetap patuh terhadap regulasi dan memanfaatkan insentif atau subsidi yang diberikan. Perusahaan yang bergerak di bidang energi terbarukan merancang rencana bisnis memanfaatkan insentif pajak pemerintah sebagai bagian kebijakan lingkungan yang mendukung energi berkelanjutan.

Teori ekonomi makro juga berperan merencanakan pengelolaan risiko bisnis. Risiko yang berasal dari perubahan ekonomi global seperti resesi atau krisis keuangan dianalisis melalui pendekatan makroekonomi. Dengan memahami indikator ekonomi makro, perusahaan merancang strategi mitigasi risiko melalui diversifikasi pasar atau pengaturan portofolio investasi lebih konservatif.

Teori ekonomi makro membantu perusahaan teknologi menilai permintaan terhadap produk digital dan layanan daring yang semakin relevan di era ekonomi digital. Perusahaan dapat menggunakan data ekonomi makro seperti tingkat adopsi teknologi dan penetrasi internet untuk merencanakan pengembangan produk atau ekspansi pasar yang sesuai tren ekonomi digital global.

Perencanaan SDM juga dapat dipengaruhi teori ekonomi makro, terutama dalam hal penggajian dan rekrutmen. Ketika tingkat pengangguran rendah dan permintaan tenaga kerja tinggi, perusahaan perlu menawarkan gaji yang kompetitif dan strategi retensi untuk menarik talenta terbaik. Dalam kondisi ekonomi lesu, perusahaan memanfaatkan kondisi pasar tenaga kerja untuk mengoptimalkan biaya SDM tanpa mengorbankan produktivitas.

Aspek investasi juga mendapat manfaat dari teori ekonomi makro di mana perusahaan memproyeksikan pertumbuhan investasi berdasarkan pertumbuhan ekonomi nasional atau global. Saat ekonomi diproyeksikan tumbuh, perusahaan meningkatkan investasi infrastruktur, teknologi, atau produk baru mendukung

pertumbuhan jangka panjang. Dalam kondisi ekonomi yang lesu, perusahaan dapat mengurangi pengeluaran modal dan fokus pada efisiensi operasional.

Di sektor keuangan teori ekonomi makro membantu perusahaan dalam perencanaan arus kas dan manajemen likuiditas. Perusahaan bisa memprediksi dampak kebijakan suku bunga terhadap pasar modal dengan merencanakan pendanaan efisien dengan memilih utang jangka pendek pada periode suku bunga rendah atau melakukan *refinancing* utang saat suku bunga turun (Brown, Nguyen and Smith, 2023).

Teori ekonomi makro juga relevan untuk perencanaan strategis di sektor manufaktur. Dalam menghadapi volatilitas harga bahan baku akibat perubahan ekonomi global, perusahaan dapat menggunakan analisis makroekonomi untuk merencanakan strategi pengadaan efisien dan mengelola inventori. Perusahaan dapat melakukan kontrak pembelian jangka panjang dengan pemasok ketika proyeksi inflasi bahan baku meningkat.

Strategi diversifikasi produk juga diperkuat dengan pemahaman ekonomi makro. Ketika perekonomian menunjukkan tanda resesi, perusahaan dapat fokus pada pengembangan produk yang lebih terjangkau bagi konsumen yang mengutamakan harga. Dalam masa pertumbuhan ekonomi yang kuat, perusahaan meluncurkan produk premium yang menargetkan segmen pasar dengan daya beli tinggi (Morgan and Taylor, 2022).

Dalam konteks globalisasi, perusahaan yang melakukan ekspansi internasional perlu memanfaatkan teori ekonomi makro untuk memahami kondisi ekonomi negara tujuan dengan lebih mendalam. Kondisi ekonomi ini mencakup berbagai aspek seperti pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB), inflasi, nilai tukar mata uang, dan kebijakan moneter yang berperan penting dalam menentukan stabilitas ekonomi negara tersebut. Pengetahuan yang mendetail tentang faktor ini membantu perusahaan mengukur daya beli konsumen lokal dan mengidentifikasi potensi hambatan atau

peluang pasar yang mungkin tidak tampak secara langsung. Pemahaman makroekonomi ini dapat menjadi landasan utama bagi perusahaan untuk membuat keputusan investasi yang bijaksana dan menghindari risiko yang muncul di negara tujuan ekspansi (Harrison, 2019).

Kondisi makro ekonomi suatu negara sering dipengaruhi oleh kebijakan pemerintah dan regulasi yang berlaku baik dalam hal perpajakan, subsidi, hingga pembatasan perdagangan. Bagi perusahaan yang berencana untuk beroperasi di negara baru, memahami aturan dan kebijakan ini sangatlah penting karena regulasi tersebut dapat berdampak signifikan terhadap profitabilitas dan keberlanjutan bisnis. Sebagai contoh regulasi yang mendukung industri tertentu seperti kebijakan subsidi energi terbarukan dapat membuka peluang bagi perusahaan untuk mengembangkan investasi berkelanjutan di sektor tersebut. Di sisi lain ketidakstabilan regulasi atau perubahan kebijakan secara tiba-tiba dapat menimbulkan risiko yang tidak terduga sehingga menekankan pentingnya pemahaman terhadap aspek regulasi sebagai bagian dari strategi internasional perusahaan.

Tren konsumen lokal juga menjadi faktor penting yang perlu dipertimbangkan dalam ekspansi internasional. Preferensi konsumen dapat berbeda secara signifikan antara satu negara dengan negara lain dan pemahaman mengenai pola konsumsi ini akan membantu perusahaan menyesuaikan produk atau layanan agar sesuai dengan pasar yang dituju. Dengan menggunakan pendekatan ekonomi makro, perusahaan dapat mempelajari tren konsumen seperti pola konsumsi yang berfokus pada produk ramah lingkungan atau peningkatan permintaan pada produk digital di negara tertentu. Data ini memungkinkan perusahaan untuk mengembangkan strategi pemasaran dan distribusi yang lebih tepat sasaran sehingga memperkuat kehadiran dan daya saing di pasar baru. Adaptasi terhadap tren lokal ini bukan hanya mendukung penjualan tetapi juga dapat meningkatkan citra perusahaan di mata konsumen yang semakin sadar akan nilai-nilai keberlanjutan.

Penggunaan teori ekonomi makro juga memberikan dukungan pada perencanaan jangka panjang yang lebih strategis, terutama dalam hal investasi berkelanjutan. Tren global seperti transisi ke energi hijau atau peningkatan investasi dalam teknologi bersih mendorong perusahaan untuk mempertimbangkan proyek-proyek yang sejalan dengan keberlanjutan lingkungan. Perusahaan yang memiliki pemahaman mendalam tentang tren ekonomi ini akan lebih siap untuk memanfaatkan peluang dalam proyek yang berorientasi pada keberlanjutan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan daya saing jangka panjang. Selain menguntungkan secara finansial, strategi ini juga membantu perusahaan memenuhi ekspektasi pemangku kepentingan yang semakin menekankan pentingnya tanggung jawab sosial dan lingkungan serta memperkuat reputasi di pasar internasional (Wilson and Carter, 2023).

Pemanfaatan teori ekonomi makro dalam perencanaan strategis memungkinkan perusahaan untuk memiliki pandangan yang lebih holistik terhadap kondisi ekonomi dan mengambil keputusan yang lebih berinformasi. Perusahaan yang memanfaatkan informasi makroekonomi dalam perencanaan cenderung memiliki fleksibilitas yang lebih tinggi untuk menavigasi berbagai tantangan ekonomi, sekaligus memanfaatkan peluang untuk pertumbuhan dan inovasi yang berkelanjutan.

## BAGIAN 4

### PERAN PEMERINTAH DALAM EKONOMI DAN BISNIS

#### A. PENDAHULUAN

Sejarah ekonomi muncul sebagai akibat kontraksi ekonomi dan tingginya pengangguran pada tahun 1930-an yang dikenal dekade Depresi Besar (*Great Depression*). Sebelum Depresi besar, para ekonom menerapkan model-model ilmu Mikroekonomi yang disebut juga model “Klasik” atau “Keseimbangan Pasar”. Analisa permintaan dan penawaran Klasik mengasumsikan bahwa kelebihan penawaran akan tenaga kerja akan menurunkan upah menuju ke tingkat keseimbangan baru. Turunnya tingkat upah tersebut akan meningkatkan kuantitas tenaga kerja yang diminta oleh perusahaan dan menghapus pengangguran. Namun, selama depresi besar, tingkat pengangguran tetap tinggi selama hampir 10 tahun yang mana dalam tataran luas, Kegagalan model Klasik sederhana dalam menjelaskan eksistensi pengangguran yang tinggi yang berkelanjutan dan hal ini menjadi momentum bagi pengembangan ilmu makroekonomi (Case and Fair, 2020).

*The General Theory of Employment, Interest and Money* karya John Maynard Keynes yang diterbitkan pada tahun 1936 menyatakan bahwa bukan harga dan upah saja yang menentukan tingkat pengangguran (dalam model Klasik), tetapi tingkat permintaan agregat (belanja total atau total spending) terhadap barang dan jasa juga dapat berperan. Keynes percaya bahwa pemerintah bisa mengintervensi perekonomian serta mempengaruhi tingkat output dan lapangan kerja. Menurut Keynes, pada saat permintaan pribadi rendah, pemerintah dapat mendorong permintaan agregat guna mengangkat perekonomian keluar dari resesi. Pandangan Keynes mulai meningkat pengaruhnya saat campur tangan pemerintah dalam perekonomian untuk mencapai tujuan ekonomi dan lapangan kerja tertentu.

Selanjutnya, persoalan Makroekonomi mempengaruhi bagaimana ekonom memahami interaksi antara ekonomi Mikro dan Makro serta pentingnya intervensi pemerintah dalam ekonomi. Peralihan dari ekonomi Mikro ke Makro memberikan kerangka kerja yang komprehensif untuk memahami dinamika perekonomian dan tantangan yang dihadapi oleh pemerintah dan pembuat kebijakan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Ada beberapa faktor guna menangani masalah ekonomi yang penting secara Makroekonomi yakni:

1. Pertumbuhan Ekonomi; diitujukan untuk menganalisis bagaimana ekonomi berkembang dari waktu ke waktu, termasuk akumulasi modal dan perbaiki teknologi.
2. Inflasi; yakni memahami penyebab dan dampak inflasi terhadap perekonomian serta kebijakan yang dapat diterapkan untuk mengendalikannya
3. Pengangguran; mempelajari tingkat pengangguran dalam perekonomian dan bagaimana fluktuasi ekonomi dapat mempengaruhi angka pengangguran
4. Keseimbangan Pembayaran; mengkaji interaksi antara perdagangan internasional dan aliran modal serta dampaknya terhadap ekonomi didalam negeri
5. Kebijakan Fiskal dan Moneter; Kebijakan fiskal mengacu pada keputusan pemerintah mengenai seberapa besar pajak dan belanja ditetapkan. Pemerintah mengumpulkan pajak dari rumah tangga dan perusahaan dan membelanjakan dana tersebut untuk membeli berbagai barang dan jasa antar lain infrastruktur, jaminan sosial dsb. Kebijakan fiskal yang dilakukan meliputi kebijakan fiskal ekspansioner yakni memotong pajak atau meningkatkan belanja pemerintah dan sebaliknya kebijakan fiskal kontraksioner. Kebijakan Moneter meneliti bagaimana kebijakan pemerintah dan bank sentral dalam mengendalikan tingkat bunga jangka pendek dalam perekonomian. Jika pemerintah ingin menambah jumlah uang

beredar maka tingkat bunga diturunkan, dikenal dengan kebijakan Moneter ekspansif dan sebaliknya mengurangi jumlah uang beredar dengan menaikkan suku bunga yang dikenal dengan kebijakan Moneter kontraksioner.

6. Permintaan dan penawaran aggregate; menganalisis interaksi antara permintaan dan penawaran diseluruh pasar barang dan jasa serta dampaknya terhadap PDB riil dan tingkat harga.
7. Dampak krisis ekonomi; menilai bagaimana krisis ekonomi seperti resesi mempengaruhi aspek-aspek yang berbeda dari suatu perekonomian.

Dari masalah ekonomi yang penting maka ekonomi Makro berfungsi secara keseluruhan serta bagaimana kebijakan dapat diterapkan untuk memperbaiki ekonomi yang ada.

Dalam konteks ekonomi, perbedaan antara Makro Klasik dan Keynesian dapat dilihat pada tabel berikut:

<b>Konteks Ekonomi</b>	<b>Klasik</b>	<b>Keynesian</b>
Pandangan Terhadap pasar	Pasar dianggap sebagai mekanisme otomatis yang berfungsi efisien, dimana kekuatan permintanan dan penawaran secara alamai akan mengalami keseimbangan	Pasar tidak selalu efisien dan seringkali gagal dalam mencapai keseimbangan, terutama dalam kondisi resesi. Keynesian mendukung intervensi pemerintah melalui kebijakan fiskal untuk meningkatkan permintaan aggregate dan mengatasi pengangguran

Peran Konsumsi dan Investasi	Menekankan pentingnya tabungan sebagai sumber investasi, sementara konsumsi berlebihan dapat menghambat pertumbuhan ekonomi	Berfokus pada permintaan aggregate yang mana konsumsi adalah pendorong pertumbuhan ekonomi, dan investasi harus didorong oleh permintaan
Pengangguran	Pengangguran merupakan masalah sementara yang akan teratasi dengan adanya penyesuaian pasar. Didalam jangka panjang, semua sumber daya akan terpakai secara sepenuhnya ( <i>full employment</i> )	Pengangguran merupakan masalah jangka waktu lama dan memerlukan intervensi pemerintah untuk menciptakan lapangan kerja
Kebijakan Moneter dan Fiskal	Lebih menekankan kebijakan Moneter, tanpa campur tangan pemerintah dan pasar akan menyesuaikan diri dengan sendirinya	Kebijakan Fiskal dan Moneter didorong secara aktif guna mengelola permintaan aggregate dan mengatasi fluktuasi ekonomi.

Sumber: Dornbush, Fisher and Starz, (2017)

## B. PERANAN PEMERINTAH DAN EKONOMI

Peranan Pemerintah dalam ekonomi sangat krusial guna mengatur, mendukung dan memfasilitasi pertumbuhan dan kesejahteraan masyarakat, mencakup beberapa aspek penting, meliputi:

1. **Pengeluaran Pemerintah:** Pemerintah berperan dalam meningkatkan pengeluaran guna mendukung pertumbuhan ekonomi, termasuk investasi dalam infrastruktur, pendidikan, dan kesehatan yang dapat mendukung pertumbuhan jangka panjang. Komponen yang termasuk dalam pengeluaran pemerintah (Mankiw, 2022) meliputi:
  - a. Pengeluaran untuk pembelian barang dan jasa. Pengeluaran ini dibutuhkan guna operasional pemerintah seperti infrastruktur, alat kesehatan dan layanan publik.
  - b. Transfer pembayaran; termasuk program-program seperti pension untuk pegawai pemerintah, jaminan social, dan bantuan lainnya yang dapat diberikan kepada individu atau kelompok masyarakat.
  - c. Pengeluaran untuk investasi; yakni investasi dalam proyek jangka panjang seperti pembangunan jalan raya, jembatan, dan fasilitas umum lainnya yang diharapkan dapat memberikan manfaat ekonomi bagi mas depan.
  - d. Pembayaran bunga hutang.
2. **Model Ekonomi Makro:** pemerintah terlibat dalam pembuatan model ekonomi yang mencakup pengeluaran dan pajak yang membantu dalam perencanaan dan pengambilan keputusan. Selain itu, pemerintah juga menggunakan beberapa alat untuk mempengaruhi perekonomian yakni Kebijakan Fiskal mencakup pengeluaran pemerintah dan perpajakan serta stabilisator otomatis yang secara otomatis menyesuaikan pajak dan transfer pembayaran berdasarkan kondisi ekonomi tanpa perlu perubahan kebijakan. Kedua kebijakan Moneter yang berfokus pada pengendalian jumlah uang beredar dan suku bunga. Dengan menyesuaikan suku bunga maka Bank Sentral dapat mempengaruhi tingkat investasi dan konsumsi yang pa akhirnya akan mempengaruhi pertumbuhan ekonomi.
3. **Sumber dana dan pengeluaran;** pemerintah memiliki tanggung jawab untuk mengatur sumber dana dan pengeluaran yang ditunjukkan dalam laporan tahunan fiscal. Sumber dana pemerintah mencakup:

- a. Pajak; yang diperoleh berbagai jenis pajak yang dibayarkan oleh individu dan perusahaan antara lain: pajak penghasilan, pajak penjualan dan property.
  - b. Pendapatan dan Investasi yang berasal dari investasi pada saham atau obligasi
  - c. Pinjaman
  - d. Pendapata dari badan usaha milik negara (BUMN)
  - e. Bantuan dan subsidi dari negara lain atau organisasi internasional yang dapat digunakan untuk mendanai proyek tertentu.
4. **Defisit dan surplus**; deficit anggaran terjadi ketika pengeluaran pemerintah melebihi pendapatan yang diterima dalam periode tertentu. Hal Ini berarti pemerintah harus meminjam uang untuk menutupi kekurangan pengeluarannya. Surplus anggaran terjadi ketika pendapatan pemerintah melebihi pengeluaran dalam periode tertentu. Surplus dapat memberikan peluang bagi pemerintah untuk meningkatkan tabungan atau mengurangi hutang public. Kedua konsep ini berkaitan erat dengan kebijakan fiskal dan dapat memiliki dampak signifikan terhadap perekonomian termasuk pertumbuhan ekonomi dan stabilitas keuangan jangka panjang.
- Terdapat dua pandangan mengenai defisit anggaran yakni pandangan Tradisional dan pandangan Ricardian. Menurut Pandangan Tradisional, pajak dimasa depan tidak dapat mempengaruhi konsumsi yang mana konsumen bersifat *shortsighted* (tidak melihat jauh kedepan) yang tidak sepenuhnya memahami implikasi dari deficit anggaran pemerintah. Pandangan Tradisional ini didasarkan pada keyakinan bahwa orang-orang mengikuti aturan yang tidak sepenuhnya rasional dalam menentukan berapa banyak uang yang harus di tabung. Misalnya, jika seseorang berasumsi bahwa pajak dimasa depan adalah sama dengan pajak saat ini maka orang tersebut akan gagal dalam mempertimbangkan perubahan pajak dimasa depan dan berakibat terjadinya peningkatan konsumsi dan penurunan tabungan karena

pemotongan pajak tersebut dibiayai dari hutang. Pandangan Ricardian menunjukkan bahwa konsumen yang rasional akan memperhitungkan pajak masa depan yang di implikasikan oleh hutang pemerintah. Artinya hutang yang dibiayai oleh pajak saat ini tidak akan mengubah pendapatan seumur hidup konsumen sehingga tidak berpengaruh pada konsumsi secara keseluruhan. Konsumen beranggapan bahwa meskipun hutang pemerintah meningkat, konsumen akan menyesuaikan konsumsi untuk memperhitungkan pajak yang akan datang yang diperlukan untuk membayar hutang.

5. **Pasar Pinjaman**; intervensi pemerintah dalam pasar pinjaman dimana kebijakan fiskal dapat mempengaruhi suku bunga dan investasi swasta.
6. **Kebijakan Pajak**. Perubahan tarif pajak merupakan alat bagi pemerintah guna mempengaruhi ekonomi dengan tujuan untuk mendukung pertumbuhan dan distribusi yang lebih adil.

### C. PERANAN PEMERINTAH DAN BISNIS

Pemerintah juga memiliki peranan terhadap bisnis yang mana dampak potensial atas pengeluaran pemerintah terhadap kekayaan sector swasta adalah:

1. Peningkatan kekayaan sector swasta; apabila terjadi peningkatan pengeluaran pemerintah yang dibiayai melalui penerbitan obligasi maka akan dapat meningkatkan kekayaan sector swasta. Hal ini terjadi karena masyarakat menganggap obligasi pemerintah sebagai *asset positive* yang dapat meningkatkan kekayaan keseluruhan mereka.
2. Respon konsumsi. Seiring dengan meningkatnya kekayaan sector swasta akibat pengeluaran pemerintah maka tingkat konsumsi akan meningkat. Harapannya bahwa sector swasta akan merespon secara positif terhadap peningkatan kekayaan yang mengarah pada pengeluaran konsumsi yang lebih besar dan dapat mempengaruhi aktifitas ekonomi secara positif.

3. Peningkatan pengeluaran pemerintah yang dibiayai obligasi dianggap lebih ekspansif dibandingkan dengan peningkatan yang dibiayai pajak hal ini karena pengaruh langsungnya dapat mengurangi pendapatan yang dibelanjakan oleh masyarakat sehingga mengurangi potensi penerimaan konsumsi.
4. Efektivitas pengeluaran pemerintah dalam meningkatkan kekayaan sektor swasta juga dipengaruhi oleh akses pemerintah yang lebih menguntungkan ke pasar modal. Apabila tingkat bunga lebih rendah dari pada tingkat diskonto yang berlaku untuk sector swasta, ini dapat meningkatkan nilai yang dipersepsikan dari obligasi pemerintah, berkontribusi pada efek kekayaan yang lebih signifikan.
5. Perimbangan dinamis, jika individu mengantisipasi penurunan ekonomi dimasa depan atau penurunan harga maka masyarakat akan memilih untuk menabung daripada menghabiskan dan berpotensi meredam efek positif dari pengeluaran pemerintah terhadap kekayaan dan konsumsi.

Dilain hal menurut Snowdon and Vane (2005), pengeluaran pemerintah dapat mempengaruhi keputusan investasi suatu perusahaan melalui mekanisme berikut:

1. Akses ke pasar Modal. Akses pemerintah ke pasar modal lebih menguntungkan dari pada individu. Hal ini karena memungkinkan pemerintah membiayai pengeluarannya melalui obligasi.
2. Pengaruh tingkat bunga. Apabila pemerintah membiayai pengeluarannya melalui obligasi, maka akan menyebabkan terjadinya penurunan tingkat suku bunga. Akibatnya, dapat meningkatkan jumlah sumber daya yang dapat diinvestasikan dan mempengaruhi pola alokasi sumber daya tersebut. Dengan tingkat suku bunga yang lebih rendah, biaya pinjaman bagi perusahaan juga akan berkurang sehingga akan meningkatkan investasi.
3. Stimulasi Pengeluaran. Pengeluaran pemerintah baik yang dibiayai leh pajak maupun obligasi dapat langsung

mempengaruhi pengeluaran tambahan dari sector rumah tangga, investasi dan pemerintah. Pengeluaran pemerintah yang lebih besar dapat menciptakan permintaan masyarakat yang lebih tinggi sehingga mendorong perusahaan untuk berinvestasi dalam kapasitas produksi baru guna memenuhi permintaan tersebut.

4. Kekayaan Bersih. Pengeluaran yang dibiayai oleh obligasi dapat lebih ekspansif dibandingkan dengan pengeluaran yang dibiayai oleh pajak. Hal ini karena obligasi dapat meningkatkan kekayaan sector swasta yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepercayaan dan keputusan investasi perusahaan.

Selain dalam bisnis, pemerintah juga memiliki peranan dalam pasar yakni menyeimbangkan antara pengaturan pasar dan memenuhi kebutuhan masyarakat. Adapun peranan pemerintah dalam pasar menurut Self, (2020): pertama, mengurangi tanggung jawabnya, yang mana pemerintah cenderung untuk memprivatisasi layanan publik dan memperbaiki operasionalnya berdasarkan konsep pasar yang kompetitif dan efisien. Kedua, pemerintah berperan dalam memperbaiki ketidakadilan dan ketidakstabilan yang mungkin timbul dari mekanisme pasar. Hal ini menunjukkan bahwa pemerintah memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa kebutuhan masyarakat yang tidak dapat dipenuhi oleh pasar dapat tetap terlayani dengan baik. Ketiga, Pemerintah harus mempertimbangkan berbagai preferensi individu meskipun tidak semua preferensi dapat dipenuhi secara merata. Terakhir, pemerintah perlu memahami motivasi di balik individu dalam mengejar kepentingan pribadi untuk dapat berfungsi secara efektif dalam pasar.

Dukungan Pemerintah dapat pula diberikan untuk Inovasi Bisnis yang mencakup semua tindakan pengembangan, finansial, dan komersial yang dilakukan oleh sebuah perusahaan yang bertujuan untuk menghasilkan inovasi. Ada beberapa kriteria dukungan pemerintah dalam hal inovasi bisnis (OECD, 2023) diantaranya:

1. Dukungan keuangan; dalam hal ini dilakukan melalui ketentuan yang diberikan pemerintah diantaranya:
  - a. Dukungan keuangan dapat diberikan langsung oleh penerima manfaat bisnis
  - b. Dukungan keuangan yang dapat diberikan secara tidak langsung yaitu melalui pihak ketiga kepada bisnis penerima manfaat.
2. Keringan dari pajak atau pembayaran wajib pajak lainnya dari bisnis ke pemerintah seperti kontribusi social, retribusi dan lainnya.
3. Barang, jasa atau asset non keuangan lainnya yang disediakan dalam bentuk barang. Dukungan ini termasuk memfasilitasi penyediaan barang dan jasa, termasuk penggunaan non asset keuangan berbasis pengetahuan yang berkontribusi pada inovasi kegiatan bisnis.

Adapun contoh mekanisme dukungan pemerintah terhadap inovasi bisnis dapat dijelaskan pada tabel berikut:

	Transfer	Pertukaran
<b>Dukungan Keuangan</b>		
✓ Disediakan langsung	Hibah	Pinjaman yang dapat dibayar; suntikan modal, pemberian solusi inovasi oleh pemerintah
✓ Disediakan tidak langsung melalui pihak ketiga	Voucher yang diterima dari layanan pihak lain	Equitas dalam dana
<b>Keringan Pajak atau Pembayaran wajib pajak lainnya</b>		
✓ Disediakan langsung	Pajak Kredit, Pembebasan retribusi	Pembebasan retribusi bagi perusahaan yang menyediakan layanan pemerintah lainnya

✓ Disediakan tidak langsung melalui pihak ketiga	Pajak kredit kepada penyedia layanan inovasi bagi perusahaan dan keringan pajak bagi pengguna bisnis inovatif	
<b>Barang, Jasa atau aset non keuangan yang disediakan dalam bentuk barang</b>		
✓ Disediakan langsung	Bebas menggunakan HKI Pemerintah atau fasilitas lain yang dimiliki pemerintah	Akses ke fasilitas Research and Development pemerintah dan jaminan pinjaman kepada pihak ketiga dengan biaya berdasarkan harga pasar
✓ Disediakan tidak langsung melalui pihak ketiga	Akses bersubsidi ke fasilitas R & D independen	

Sumber: OECD, 2023

Dukungan pemerintah dalam inovasi bisnis ini bertujuan untuk memberikan penilaian dan evaluasi atas kebijakan publik yang terkait dengan inovasi bisnis, membantu dalam mengidentifikasi factor internal dan eksternal yang mempengaruhi inovasi bisnis, memfasilitasi dan memahami bagaimana negara menerapkan dukungan pada inovasi bisnis serta berfokus pada identifikasi apakah dukungan diberikan secara khusus dan terdapat sumber dukungan pemerintah yang terlibat dalam inovasi bisnis tersebut sehingga pengukuran ini sangat penting bagi pengembangan

program dukungan pemerintah yang efektif dan terarah dalam meningkatkan kemampuan inovasi bisnis.

#### **D. PERANAN PEMERINTAH DAN UMKM**

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan pilar terpenting dalam perekonomian Indonesia. Sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 7 tahun 2021, tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Komperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah pada Bab III sebagaimana yang dikemukakan oleh Hidayat, (2023) UMKM didefinisikan sebagai berikut:

1. Usaha Mikro: adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha pereorangan yang memenuhi kriteria usaha Mikro sebagaimana diatur dalam pemerintah ini.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi Usaha Kecil.
3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha Kecil atau Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan.

Kriteria suatu usaha termasuk Mikro, Kecil dan, Menengah dapat dilihat dari kriteria modal usaha dan hasil penjualan tahunannya sebagaimana tertera pada Pasal 35 PP No 7/2021 berikut ini.

<b>Katagori</b>	<b>Modal Usaha</b>	<b>Hasil Penjualan Tahunan</b>
Usaha Mikro	s.d. Rp.1.000.000.000,00	s.d. Rp.2.000.000.000,00

Usaha Kecil	Lebih dari Rp.1000.000.000, 00 s.d. Rp.5000.000.000,00	Lebih dari Rp.2000.000.000, 00 s.d. Rp.15000.000.000,00
Usaha Menengah	Lebih dari Rp.5000.000.000, 00 s.d. Rp.10.000.000.000,00	Lebih dari Rp.15.000.000.000, 00 s.d. Rp.50.000.000.000,00

Sumber: PP Nomor 7 tahun 2021

Peran UMKM sangat besar pengaruhnya bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia. Adapun Jumlah UMKM di Indonesia saat ini mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% atau senilai Rp.8.573,89 Trilyun, memiliki kemampuan menyerap 97% total tenaga kerja serta dapat menghimpun sampai 60,42% dari total investasi (www:ekon.go.id, 2024).

Adapun peran UMKM menurut KEMENKOPUKM, 2020 adalah:

1. Menyediakan jaring pengaman untuk menjalankan kegiatan ekonomi
2. Membentuk produk domestik bruto
3. Memperluas penyerapan dan kesempatan kerja
4. Menciptakan lowongan pekerjaan.

Bentuk program pemerintah untuk UMKM di Indonesia (umkmindonesia.id, 2024) antara lain:

1. Kemudahan akses perizinan melalui *Online Single Submission* (OSS) yakni laman situs secara online yang bertujuan untuk mengakses perijinan misalnya pembuatan NIB, IMB, PIRT
2. Pemberian sertifikat halal dan hak kekayaan intelektual (HAKI) bagi UMKM yang memenuhi persyaratan secara gratis.
3. Sistem pengadaan barang dan jasa pemerintah (SPSE) melalui LPSE untuk terlibat dalam pengadaan barang dan jasa pemerintah.

Sementara itu, terdapat 5 program pemerintah yang dijalankan Kementerian Keuangan dalam rangka memajukan bisnis UMKM di Indonesia seperti yang tercantum dalam Keputusan Menteri Keuangan (KMK) Nomor 396/KMK.01/2022 mengenai Program Sinergi Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam usahanya untuk melakukan pembinaan dan pendampingan bagi UMKM di Indonesia. Adapun bentuk program, Kementerian Keuangan dalam rangka memajukan bisnis UMKM antara lain:

1. Aspek Pembiayaan bagi UMKM; untuk meningkatkan perkembangan dan pengembangan bisnis UMKM melalui modal/pembiayaan
2. Fasilitas Fiskal bagi UMKM; yang mana UMKM diarahkan untuk dapat menjadi pelaku bisnis yang memahami system dan prosedur yang berkaitan dengan pelaporan perpajakan serta masalah kepastian.
3. Strategi pemasaran para UMKM, dengan memberikan pemahaman mengenai pemasaran baik di dalam negeri dan diluar negeri serta pengenalan website bagi tambahan pemahaman dalam meningkatkan bisnisnya. Diantaranya, mendorong UMKM untuk bergabung dalam ekosistem *digipay* atau ekosistem *e commerce* lainnya.
4. Pelatihan dan pendampingan bagi UMKM, yang bertujuan untuk meningkatkan skill dan manajerial pelaku UMKM sehingga dapat menjadikan UMKM go internasional.
5. Peningkatan kerjasama sinergi serta kolaborasi; sebagai salah satu strategi bagi pelaku bisnis dalam kegiatan pameran UMKM yang berada dibawah koordinasi Kementerian Keuangan sehingga diharapkan bisnis UMKM dapat berkembang lebih baik.

## **E. PENUTUP**

Secara keseluruhan peranan pemerintah dalam ekonomi dan bisnis sangat penting, baik dalam mengatur stabilitas ekonomi melalui

Kebijakan Fiskal dan Moneter maupun dalam mempengaruhi pengeluaran dan investasi melalui pajak dan pengeluaran pemerintah.

Peranan pemerintah dalam ekonomi dan bisnis dapat mempengaruhi tingkat pendapatan melalui pengeluaran langsung untuk barang dan jasa serta melalui pembayaran transfer. Pembayaran transfer dapat meningkatkan pengeluaran otonom, meskipun dampaknya lebih kecil dibandingkan dengan pengeluaran pemerintah langsung hal ini karena sebagian dari pembayaran tersebut cenderung akan ditabung.

Peningkatan tariff pajak dapat mengurangi permintaan agregat karena pajak yang lebih tinggi dapat mengurangi pendapatan yang dapat dibelanjakan. Selain itu, pajak penghasilan yang proporsional berfungsi sebagai stabilisator otomatis yang berarti bahwa ketika pendapatan meningkat maka proporsi pendapatan yang diterima sebagai pendapatan yang dapat dibelanjakan menjadi lebih kecil. Kebijakan fiskal dapat digunakan untuk menstabilkan perekonomian. Dalam masa resesi, pemerintah mungkin perlu mengurangi pajak atau meningkatkan pengeluaran untuk mendorong pertumbuhan ekonomi. Sebaliknya, dalam kondisi booming pemerintah mungkin perlu meingkatkan pajak atau mengurangi pengeluaran untuk menghindari inflasi yang berlebihan.

## **BAGIAN 5**

### **LINGKUNGAN EKONOMI GLOBAL**

Perubahan dalam lingkungan ekonomi merupakan tantangan bagi perusahaan. Itu bisa membawa ketidakpastian pada operasi mereka. Memprediksi tren dan pengaruhnya terhadap bisnis adalah tugas yang sulit karena perubahannya tidak pasti dan di luar kendali perusahaan. Guncangan seperti resesi global 2008 dan 2009 memiliki konsekuensi parah bagi bisnis. Krisis ini menimbulkan banyak masalah bagi perusahaan di seluruh dunia, seperti memperketat akses ke sumber daya keuangan dan mengurangi permintaan konsumen. Perusahaan komoditas juga terpukul karena pemulihan ekonomi global yang lambat.

Di permulaan tahun 2024, ekonomi global menghadapi tantangan yang semakin rumit. Ekonomi global merujuk pada sistem ekonomi yang melibatkan ketergantungan dan interaksi antara berbagai negara di seluruh dunia. Aktivitas ekonomi seperti perdagangan internasional, investasi lintas batas, dan pergerakan modal antar negara menjadi elemen utama yang membentuk dinamika ekonomi global. Lingkupnya mencakup pertukaran barang, jasa, dan sumber daya di antara negara-negara, dengan mempertimbangkan faktor-faktor seperti fluktuasi mata uang, kebijakan perdagangan internasional, dan dinamika pasar keuangan yang berdampak pada kesejahteraan ekonomi secara global. Dalam laporan “Indonesia Economic Prospects” yang diterbitkan oleh Bank Dunia pada bulan Desember 2023 menyatakan bahwa, “Risiko perlambatan ekonomi di Indonesia akan semakin meningkat dalam beberapa tahun ke depan, walaupun secara keseluruhan, kondisi perekonomian dalam negeri masih dianggap solid. Pada akhirnya, tahun 2024 menandai periode awal yang penuh tantangan dalam dunia ekonomi global.

Bank Dunia telah memberikan peringatan tentang risiko perlambatan ekonomi di Indonesia, walaupun secara keseluruhan kondisi ekonomi domestik tetap dianggap kokoh. Faktor-faktor

seperti ketidakpastian geopolitik, fluktuasi nilai mata uang, dan perubahan harga komoditas global menjadi penyebab utama dari penurunan ekonomi secara global. Dalam menghadapi proyeksi penurunan permintaan global, Indonesia diharapkan semakin bergantung pada faktor-faktor GDP domestik. Meskipun perkiraan pertumbuhan ekspor dan impor menunjukkan penurunan, strategi yang cermat dengan peningkatan pengeluaran fiskal dan eksploitasi peluang pertumbuhan di berbagai negara, termasuk Amerika Utara, Amerika Selatan, dan Asia, menjadi langkah yang penting untuk menanggapi dampak negatif pelemahan ekonomi global pada tahun 2024.

## **A. EKONOMI MAKRO GLOBAL**

### **1. Pertumbuhan Ekonomi**

Menurut teori klasik Adam Smith, pertumbuhan ekonomi dipengaruhi oleh dua faktor utama yakni pertumbuhan output total dan pertumbuhan penduduk. Pada pertumbuhan output total sistem produksi suatu negara dibagi menjadi tiga, yaitu sumber daya alam yang tersedia, sumber daya insani, dan stok barang modal. Pertumbuhan ekonomi merupakan proses kenaikan output per kapita yang terus menerus dalam jangka panjang. Pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu indikator keberhasilan pembangunan. Pertumbuhan ekonomi yang tinggi dan berkelanjutan merupakan kondisi penting atau suatu keharusan bagi kelangsungan pembangunan ekonomi dan peningkatan kesejahteraan, karena jumlah penduduk terus bertambah setiap tahun sehingga kebutuhan konsumsi sehari-hari juga bertambah setiap tahun. Jadi, dibutuhkan penambahan pendapatan setiap tahun. Pertumbuhan ekonomi dapat menurunkan tingkat kemiskinan dengan menciptakan lapangan pekerjaan dan pertumbuhan jumlah pekerja yang cepat serta merata. Pertumbuhan ekonomi juga harus disertai dengan program pembangunan sosial. Dalam kegiatan perekonomian yang sebenarnya, pertumbuhan ekonomi merupakan perkembangan

fisikal produksi barang dan jasa yang berlaku disebuah daerah, seperti pertambahan dan jumlah produksi barang industri, perkembangan infrastruktur, pertambahan jumlah sekolah, pertambahan produksi sektor jasa dan pertambahan produksi barang modal. Indikator yang digunakan untuk mengukur pertumbuhan ekonomi adalah tingkat pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB). Dalam konteks ekonomi regional, ukuran yang sering dipergunakan adalah Produk Domestik Regional Bruto (PDRB), yaitu jumlah nilai tambah bruto yang dihasilkan oleh seluruh sektor perekonomian di suatu wilayah. Dari uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan ekonomi merupakan pergerakan yang menunjukkan aktifitas perekonomian suatu negara atau daerah, dimana untuk mengetahui sejauh mana perekonomian terus membaik dan memberikan kesejahteraan pada masyarakat.

## 2. Perdagangan Internasional

Perdagangan Internasional erat kaitannya dengan hubungan internasional perdagangan internasional juga membahas tentang keseimbangan neraca perdagangan internasional, blok perdagangan dan kebijakan pemerintah suatu negara dalam mengatur perdagangan internasional. Perdagangan internasional berusaha mempelajari masalah-masalah yang berkaitan dengan hubungan ekonomi antara suatu negara dengan negara yang lain, kegiatan pertukaran hasil *output* satu negara dengan yang lain, pertukaran sarana dan faktor produksi, hubungan kredit (konsekuensi utang- piutang).

Dalam sudut pandang para ahli disimpulkan bahwa perdagangan internasional adalah: kegiatan perekonomian dan perdagangan yang dilakukan oleh penduduk suatu negara dengan penduduk negara lain atas dasar kesepakatan Bersama. Penduduk yang dimaksud dapat berupa:

- a. Antar perorangan (individu dengan individu)
- b. Antara individu dengan pemerintah suatu negara
- c. Pemerintah suatu negara dengan pemerintah negara lain.

Dalam perdagangan internasional tidak luput dari permasalahan yang timbul diantaranya:

- a. Pola perdagangan (ekspor-impor)
- b. Harga dasar ekspor-impor
- c. Manfaat perdagangan internasional
- d. Pengaruh makro perdagangan internasional
- e. Mekanisme neraca pembayaran
- f. Politik perdagangan luar negeri
- g. Persekutuan perdagangan dan modal luar negeri
- h. Pengalihan teknologi

Setiap negara melakukan perdagangan internasional memberikan manfaat dari setiap negara yang melakukan perdagangan dengan negara lain diantaranya :

- a. Memperoleh barang yang tidak dapat diproduksi di negara sendiri.
- b. Memperoleh keuntungan dari spesialisasi
- c. Memperluas pasar dan menambah keuntungan

Dalam perdagangan internasional juga memberikan berbagai macam cara yang berlaku pada perdagangan internasional

- a. Ekspor
- b. Barter
- c. Konsinyasi (*consignment*)
- d. *Package deal*
- e. Penyeludupan (*Smuggling*)
- f. *Border Crossing*

### 3. Kerjasama Ekonomi Regional

Mengingat manusia di seluruh muka bumi ini adalah makhluk sosial yang saling bergantung satu sama lain untuk menjalani hidup. Lagi pula, dengan adanya kerjasama ekonomi internasional ini justru akan mempererat hubungan kerjasama di aspek bidang lain dengan negara tetangga. Kerja sama Ekonomi Regional adalah bentuk kolaborasi antarnegara dalam wilayah geografis tertentu untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, memperkuat perdagangan,

dan mendorong stabilitas di kawasan. Kerja sama ini diwujudkan melalui perjanjian atau organisasi yang mengatur hubungan ekonomi, perdagangan, investasi, dan kebijakan lainnya di antara anggota. Pada dasarnya, negara itu tidak akan dapat berdiri sendiri tanpa bantuan dari negara lain. Sama halnya dengan manusia sebagai makhluk sosial yang sekaligus sebagai penduduk dari suatu negara. Itulah mengapa, kerjasama antar negara terutama di bidang ekonomi harus dijalin secara sebaik-baiknya. Terlebih lagi, kerjasama ekonomi pastinya bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat bersama. Terutama bagi negara-negara berkembang seperti Indonesia, hubungan kerjasama ekonomi sangatlah penting untuk membangun kesejahteraan rakyat yang sesuai dengan tujuan Undang-Undang Dasar 1945.

Nah, bentuk-bentuk kerjasama internasional ini bermacam-macam. Mulai dari kerjasama ekonomi bilateral, kerjasama ekonomi multilateral, kerjasama ekonomi regional, dan kerjasama ekonomi internasional. Kerjasama regional yang dilakukan oleh beberapa negara di suatu kawasan, tentu saja memiliki tujuan yang disesuaikan dengan kepentingan dari masing-masing negara. Tujuan utamanya tentu saja memajukan perekonomian di negara-negara anggota. Sementara itu, dilansir dari [ilmugeografi.com](http://ilmugeografi.com), tujuan lain dalam pelaksanaan kerjasama ekonomi internasional ini adalah:

- a. Untuk meningkatkan stabilitas kawasan dan meningkatkan hubungan perekonomian antara negara-negara anggota.
- b. Untuk memasarkan produk barang maupun jasa dari negara-negara anggota.
- c. Untuk menjalin hubungan persahabatan dengan negara-negara anggota.
- d. Untuk mendapatkan bahan kebutuhan yang diperlukan, terutama jika negara sendiri tidak dapat memproduksinya.

Kerja sama ekonomi regional menjadi fondasi penting untuk menghadapi tantangan global. Dengan memanfaatkan keunggulan geografis dan memperkuat solidaritas, kerja sama ini dapat

mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan beberapa contoh kerjasama regional

a. ASEAN (Association of Southeast Asian Nations)

Tujuan: Meningkatkan kerja sama ekonomi, sosial, dan budaya di Asia Tenggara.

Capaian: Pembentukan ASEAN Economic Community (AEC) yang menciptakan pasar tunggal untuk memperlancar perdagangan.

b. Uni Eropa (EU)

Integrasi ekonomi yang mencakup mata uang tunggal (Euro) dan kebijakan perdagangan bersama. Uni Eropa mempermudah mobilitas tenaga kerja, barang, dan modal di antara negara-negara anggotanya.

c. NAFTA (North American Free Trade Agreement)

Kerja sama antara Amerika Serikat, Kanada, dan Meksiko yang menghilangkan tarif di kawasan Amerika Utara. Kini digantikan oleh USMCA (United States-Mexico-Canada Agreement).

d. MERCOSUR (Mercado Común del Sur) Perjanjian perdagangan bebas di Amerika Selatan untuk meningkatkan integrasi ekonomi kawasan.

#### 4. Teknologi dan Inovasi

Teknologi dan inovasi adalah katalis dalam lingkungan ekonomi global, memberikan peluang besar untuk pertumbuhan ekonomi dan pengentasan kemiskinan. Namun, dampak positifnya hanya dapat dirasakan secara maksimal jika ada upaya kolektif untuk mengatasi tantangan, termasuk ketimpangan akses teknologi dan risiko disrupsi sosial. "Mengelola teknologi dengan bijak adalah kunci untuk memastikan bahwa inovasi membawa manfaat bagi semua, bukan hanya segelintir pihak."

Inovasi teknologi adalah produk atau proses baru yang karakteristik teknologinya sangat berbeda dan lebih baik dari sebelumnya. Inovasi produk teknologi yang diterapkan adalah produk baru atau proses dalam aplikasi yang telah dibawa ke pasar. Produk atau

proses dianggap sebagai inovasi jika mencapai keuntungan tertentu bagi perusahaan yang bersangkutan.

Sementara inovasi adalah konsep yang cukup terdefinisi dengan baik, ia memiliki arti luas bagi banyak orang, dan khususnya banyak pemahaman di dunia akademik dan bisnis. Inovasi mengacu pada penambahan langkah ekstra untuk mengembangkan layanan dan produk baru di pasar atau di publik yang memenuhi kebutuhan yang belum tertangani atau memecahkan masalah yang tidak ada di masa lalu. Inovasi teknologi dapat digunakan untuk mendukung berbagai kebutuhan perusahaan termasuk pengembangan atau peningkatan produk, proses, atau model bisnis. Oleh karena itu, berikut beberapa manfaat yang diharapkan dari inovasi teknologi.

a. Meningkatkan keunggulan kompetitif

Inovasi teknologi menciptakan keunggulan kompetitif yang lebih besar bagi bisnis karena tujuannya adalah untuk memecahkan masalah dan mengembangkan produk baru yang tidak tersedia di pasar.

b. Mengurangi biaya

Inovasi teknologi juga biasanya membawa serta cara-cara baru agar bisnis dapat mengotomatiskan dan menyederhanakan proses, yang mengarah pada pengurangan biaya operasional bagi mereka yang memanfaatkannya, dan proposisi nilai yang lebih baik bagi mereka yang menyediakannya.

c. Meningkatkan kepuasan pelanggan

Inovasi teknologi dapat mengarah pada pengembangan saluran layanan pelanggan baru dan peningkatan keterlibatan dengan pelanggan. Hal ini dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Optimalisasi proses bisnis. Inovasi teknologi dapat membantu bisnis untuk mengoptimalkan proses dan alur kerja internal mereka, yang mengarah pada peningkatan efisiensi dan produktivitas.

d. Perbaikan terus menerus Terakhir,

inovasi teknologi memberikan jalan bagi perusahaan untuk terus berkembang melalui pengembangan produk inovatif yang

menyelesaikan hambatan bagi organisasi dan memberikan nilai lebih. Sayangnya, ada juga beberapa tantangan yang melekat pada inovasi teknologi yang harus diperhatikan.

Inovasi teknologi memberi arti bekerja pada teknologi demi teknologi. Inovasi teknologi lebih mencerminkan pertimbangan bisnis untuk meningkatkan nilai bisnis dengan mengerjakan aspek teknologi dari produk atau layanan. Selain itu, di sebagian besar produk dan layanan, tidak ada satu pun teknologi unik yang menjadi inti sistem. Ini adalah kombinasi, integrasi, dan interaksi dari berbagai teknologi yang membuat produk atau layanan berhasil. Inovasi teknologi telah menjadi agen utama perubahan sosial, di seluruh dunia, sejak akhir 1700-an, berfungsi sebagai saluran perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi ke dalam masyarakat. Dengan demikian, itu telah menjadi pusat masalah etika mulai dari moralitas dan keadilan awal Revolusi Industri hingga konsekuensi rekayasa genetika, nanoteknologi, dan kecerdasan buatan (AI). Terlepas dari visibilitas sosialnya yang luar biasa tinggi, bagaimanapun, inovasi hampir secara universal disalahpahami dan disalahartikan, biasanya identik dengan penemuan. Penemuan, pada gilirannya, disajikan sebagai aplikasi pengetahuan teknis baru atau yang sudah ada yang bebas nilai, karenanya netral secara etis.

Memperlakukan inovasi sebagai penemuan menyiratkan bahwa masalah etika yang terkait dengan penerapannya tidak berasal dari faktor intrinsik inovasi, tetapi dari bagaimana masyarakat memilih untuk menerapkannya. Penafsiran semacam itu membebaskan para inovator dari tanggung jawab moral atas konsekuensi yang bermasalah secara etis dari aktivitas mereka, serta melindungi aktivitas ini dari penilaian publik.

Teknologi dan inovasi berdampak pada hampir semua sektor ekonomi, termasuk:

- a. Sektor Keuangan  
Fintech: Layanan keuangan berbasis teknologi, seperti mobile banking dan pembayaran digital (contoh: Gojek dan Grab di Asia Tenggara).Blockchain: Memungkinkan transaksi yang aman dan transparan, terutama dalam perdagangan internasional.
- b. Sektor Manufaktur  
Revolusi Industri 4.0: Melibatkan penggunaan Internet of Things (IoT), AI, dan big data untuk meningkatkan efisiensi produksi.
- c. Sektor Energi  
Teknologi Energi Bersih: Panel surya, kendaraan listrik, dan baterai penyimpanan besar berkontribusi pada keberlanjutan ekonomi global.
- d. Sektor Pendidikan dan Kesehatan  
EdTech (Teknologi Pendidikan): Platform pembelajaran daring seperti Coursera memperluas akses pendidikan.  
HealthTech (Teknologi Kesehatan): Teknologi medis seperti telemedicine dan perangkat wearables meningkatkan pelayanan kesehatan.

## Dampak Teknologi dan Inovasi dalam Ekonomi Global

1. Dampak Positif
  - a. Peningkatan Produktivitas: Otomasi dan efisiensi meningkatkan output ekonomi.
  - b. Akses yang Lebih Luas: Teknologi menghubungkan pasar global, memungkinkan UMKM bersaing dengan perusahaan besar.
  - c. Inklusi Keuangan: Inovasi seperti mobile banking membuka akses ke layanan keuangan di negara berkembang.
2. Dampak Negatif
  - a. Kesenjangan Teknologi: Negara maju cenderung memiliki akses lebih baik ke teknologi baru, menciptakan kesenjangan dengan negara berkembang.
  - b. Disrupsi Lapangan Kerja: Otomasi menggantikan pekerjaan manusia, terutama di sektor tradisional.

- c. Keamanan dan Privasi Data: Teknologi baru meningkatkan risiko pelanggaran privasi dan serangan siber.

## **B. FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LINGKUNGAN EKONOMI GLOBAL**

### **1. Kebijakan Ekonomi Internasional**

Lingkup perekonomian tidak hanya dalam negeri namun bisa menjadi lebih besar hingga luar negeri yang sering kita sebut dengan ekonomi internasional. Dalam ekonomi internasional terdapat banyak kerjasama yang dilakukan oleh beberapa negara untuk mencapai sebuah tujuan yang sama. Tentu hal ini membutuhkan sebuah kebijakan yang bisa mengatur segala aktivitas di dalamnya yakni kebijakan ekonomi internasional. Kebijakan ekonomi internasional dalam artian luas adalah sebuah tindakan atau kebijakan ekonomi yang dilakukan oleh pemerintah yang secara langsung maupun tidak langsung akan mempengaruhi segala bentuk perdagangan dan pembayaran internasional baik itu dari sisi komposisi, arah dan lainnya. Perlu digaris bawahi bahwasannya kebijakan ini tidak berfokus pada tarif, kuota, namun juga mencakup kebijakan pemerintah dalam negeri yang secara tidak langsung akan memberikan pengaruh terhadap roda perdagangan serta pembayaran internasional, misalnya peran kebijakan fiskal dan peran kebijakan moneter.

Sedangkan arti kebijakan ekonomi internasional secara sempit yakni sebuah tindakan atau kebijakan yang dilaksanakan oleh pemerintah dan memberikan dampak dan pengaruh secara langsung pada perdagangan dan pembayaran internasional. selanjutnya kita akan membahas poin-poin penting yang ada dalam kebijakan ekonomi internasional, antara lain:

#### **a. Instrumen Kebijakan Ekonomi Internasional**

Ruang lingkup kebijakan perdagangan internasional meliputi segala tindakan yang dilakukan oleh pemerintah terhadap

sebuah rekening yang masih atau sedang berjalan transaksinya dari neraca pembayaran internasional, khususnya hal-hal yang berhubungan dengan kegiatan ekspor dan impor suatu produk baik barang ataupun jasa. Jenis dari kebijakan ini seperti kebijakan tarif terhadap impor, bilateral trade agreement dan masih banyak lainnya

b. Kebijakan pembayaran internasional

Untuk kebijakan pembayaran ini mencakup beberapa hal mengenai kebijakan pemerintah terhadap rekening modal dalam neraca pembayaran internasional tepatnya pada pengawasan terhadap pembayaran internasional. Contoh dari kebijakan ini seperti pengawasan yang dilakukan oleh pemerintah terhadap lalu lintas devisa atau pengawasan terhadap lalu lintas modal jangka Panjang

c. Kebijakan bantuan luar negeri

Kebijakan bantuan luar negeri merupakan sebuah tindakan atau kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah yang berhubungan dengan bantuan, pinjaman dan lainnya. Bantuan itu berupa bantuan dengan tujuan untuk membantu rehabilitasi serta pembangunan dan bantuan militer kepada negara lain

2. Macam-macam Bentuk Kebijakan Ekonomi Internasional

a. Tarif

Yang dimaksud dengan tarif adalah suatu pajak yang dikenakan kepada semua barang yang telah melewati batas suatu negara. Tarif juga sering disebut dengan bea masuk, dimana bertujuan untuk melindungi atau memberi proteksi terhadap industri-industri yang ada dalam negeri. Sebenarnya bukan hanya bertujuan untuk memberikan proteksi, pengenaan tarif biasanya juga merupakan kebutuhan yang sudah diatur dalam APBN yang bertujuan untuk menambah jumlah pemasukan

- 1) Bea Ekspor Untuk tarif jenis ini adalah pajak atau bea yang dikenakan kepada barang-barang yang diangkut atau dikirim ke negara lainnya. Batas wilayah barang-

barang tidak kena pajak adalah di custom area dimana semua barang bebas bergerak tanpa terkena bea, namun jika sudah melewati batas ini maka barang-barang tersebut akan terkena bea ekspor sesuai dengan aturan yang ada

- 2) Bea Transito Merupakan salah satu jenis tarif atau bea yang dikenakan kepada barang-barang yang telah melewati batas wilayah suatu negara dengan ketentuan bahwasannya barang-barang tersebut memang tujuan akhirnya akan dikirim ke negara lainnya. Sesuai dengan namanya yakni transito maka bea ini dikenakan saat barang-barang ini transit di suatu wilayah sebelum menuju negara tujuannya
- 3) Bea Inpor Sedangkan bea impor adalah pajak atau bea yang dikenakan kepada barang-barang yang masuk ke dalam custom area yang dimana tujuan akhirnya adalah dalam negeri. Dengan demikian segala bentuk barang yang masuk ke dalam negeri akan dikenakan pajak sesuai dengan aturan yang berlaku

b. Kuota

Yang dimaksud dengan kuota adalah sebuah pembatasan yang diberlakukan kepada barang-barang impor dan jumlah barang-barang ekspor. Kuota ini ditentukan sesuai dengan ketentuan yang dibuat oleh pemerintah, bisa jadi di setiap negara memiliki batasan-batasannya sendiri. Ada dua jenis kuota yaitu:

- 1) Kuota impor merupakan batasan yang diberikan dan diberlakukan kepada setiap barang impor, ada beberapa jenis kuota impor antara lain kuota absolut dimana batasan ditentukan oleh negara yang bersangkutan, kuota negosiasi dimana batasannya ditentukan dari perjanjian dua pihak yang bersangkutan, tarif kuota yang merupakan gabungan dari tarif dan kuota itu sendiri, dan kuota campuran yakni kuota yang murni dibebankan

untuk melindungi industri dalam negeri agar tetap bisa bersaing

2) Kuota Ekspor Kuota yang biasanya diberlakukan kepada bahan-bahan mentah yang termasuk ke dalam komoditas perdagangan penting.

c. Subsidi

Subsidi merupakan sebuah bantuan yang diberikan kepada masyarakat yang diambil dari alokasi dana atau anggaran yang diberikan kepada perusahaan yang memproduksi, menjual dan kegiatan lainnya. Dengan adanya subsidi ini harga jual suatu produk akan menjadi lebih murah. Contoh subsidi BBM

d. Dumping

Merupakan sebuah kebijakan yang dilakukan oleh suatu negara dengan cara menjual barang-barang ke luar negeri dengan harga yang jauh lebih murah dari harga jual dalam negeri.

### 3. Peran negara dalam lingkungan ekonomi global

Dalam era globalisasi, negara memiliki peran strategis dalam membentuk, mengelola, dan beradaptasi dengan dinamika ekonomi global. Peran negara mencakup fungsi sebagai regulator, fasilitator, penghubung, dan pelindung kepentingan nasional di tengah persaingan global yang semakin kompleks. Negara memainkan peran yang kompleks dalam lingkungan ekonomi global, sebagai regulator, fasilitator, penghubung, dan pelindung kepentingan nasional. Untuk berhasil, pemerintah harus menciptakan kebijakan yang adaptif, mendukung inovasi, serta menjaga keseimbangan antara integrasi global dan perlindungan domestik. "Di tengah arus globalisasi, peran negara adalah memastikan bahwa keterbukaan ekonomi membawa manfaat bagi semua warga negara, tanpa mengorbankan kedaulatan nasional."

Beberapa pemerintah sangat ingin mendukung perusahaan dalam negeri, baik secara langsung maupun tidak langsung. Banyak

perusahaan milik negara mulai melakukan ekspansi ke luar negeri. Sukses di pasar lokal adalah sumber dayanya untuk juga sukses di pasar luar negeri. Itu adalah salah satu bentuk partisipasi pemerintah dalam bisnis internasional.

Kasus lain adalah munculnya sovereign wealth funds (SWF). Ini juga mewakili peran pemerintah dalam bisnis global. Banyak SWF berinvestasi di berbagai perusahaan di luar negeri untuk memberi manfaat bagi ekonomi dan warga negara. Pendanaannya berasal dari cadangan bank sentral, privatisasi, dan pendapatan dari mengeksport sumber daya alam.

#### 4. Peluang dan Tantangan dalam Lingkungan Ekonomi Global

##### a. Peluang

- 1) Akses ke pasar yang lebih luas: Membuka peluang ekspor dan investasi.
- 2) Diversifikasi ekonomi: Mengurangi ketergantungan pada satu sektor.
- 3) Transfer teknologi: Memacu inovasi di negara berkembang.

##### b. Tantangan

- 1) Ketimpangan ekonomi: Negara-negara berkembang sering menghadapi kesenjangan dalam akses teknologi dan modal.
- 2) Dampak lingkungan: Perdagangan global dapat meningkatkan emisi karbon.
- 3) Proteksionisme: Kebijakan perdagangan yang membatasi aliran barang dan jasa.

## **BAGIAN 6**

### **PASAR UANG DAN PASAR MODAL**

#### **A. PENDAHULUAN**

##### **1. Latar Belakang Pasar Uang dan Pasar Modal**

Pasar uang dan pasar modal adalah dua komponen utama dalam sistem keuangan yang memainkan peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi suatu negara. Pasar uang merupakan tempat untuk transaksi keuangan jangka pendek, biasanya kurang dari satu tahun, dan sering kali melibatkan instrumen seperti surat berharga negara, sertifikat deposito, dan komersial paper. Transaksi yang terjadi di pasar uang biasanya berorientasi pada kebutuhan likuiditas jangka pendek baik untuk pemerintah, perusahaan, maupun institusi keuangan. Oleh karena itu, pasar uang menjadi sumber utama bagi entitas-entitas tersebut untuk mengelola kebutuhan kas dalam waktu singkat serta mengatasi kesenjangan likuiditas yang terjadi.

Pasar modal, di sisi lain, difokuskan pada transaksi instrumen keuangan jangka panjang seperti saham dan obligasi. Pasar modal menyediakan wadah bagi perusahaan dan pemerintah untuk mendapatkan dana jangka panjang yang dibutuhkan untuk ekspansi, pengembangan infrastruktur, atau pembiayaan proyek. Melalui pasar modal, perusahaan dapat menjual saham kepada publik untuk mengumpulkan modal, yang nantinya digunakan untuk meningkatkan kapasitas bisnis dan meningkatkan daya saing. Pemerintah juga sering memanfaatkan pasar modal dengan menerbitkan obligasi sebagai bentuk utang jangka panjang untuk membiayai proyek-proyek nasional yang besar.

Keberadaan pasar uang dan pasar modal sangat penting karena keduanya berfungsi sebagai penggerak utama dari roda perekonomian. Pasar uang yang berfungsi untuk menstabilkan kondisi moneter jangka pendek membantu dalam menjaga

kelancaran likuiditas di dalam sistem keuangan, terutama bagi bank dan lembaga keuangan lainnya. Sementara itu, pasar modal mendukung kegiatan investasi dan pertumbuhan ekonomi jangka panjang dengan mengalirkan dana dari investor kepada perusahaan yang membutuhkannya untuk ekspansi dan pengembangan produk. Oleh karena itu, kedua pasar ini saling melengkapi dalam menyediakan likuiditas dan modal untuk berbagai kebutuhan ekonomi.

Sejarah perkembangan pasar uang dan pasar modal sangat erat kaitannya dengan kebutuhan pemerintah dan perusahaan akan sumber dana alternatif di luar sistem perbankan. Pada awalnya, pemerintah dan perusahaan mengandalkan pinjaman dari bank untuk memenuhi kebutuhan modal mereka. Namun, seiring berkembangnya ekonomi dan bertambahnya skala proyek, diperlukan sumber pendanaan yang lebih fleksibel dan luas, sehingga pasar uang dan pasar modal mulai berkembang pesat. Di negara-negara maju, pasar modal telah menjadi pusat utama dalam pengumpulan dana untuk perusahaan dan investasi yang dapat diakses oleh investor dari berbagai kalangan, baik institusional maupun individu.

Di Indonesia, perkembangan pasar uang dan pasar modal dimulai pada era kolonial, ketika perusahaan-perusahaan asing membutuhkan dana untuk mendanai eksploitasi sumber daya alam di Hindia Belanda. Setelah Indonesia merdeka, barulah muncul lembaga-lembaga yang secara resmi mengelola kegiatan pasar modal dan pasar uang, seperti Bursa Efek Indonesia (BEI) dan Bank Indonesia. Sejak itu, perkembangan pasar modal di Indonesia semakin pesat, terutama setelah era deregulasi di tahun 1980-an yang membuka kesempatan lebih luas bagi masyarakat untuk berpartisipasi di pasar modal.

Peran pemerintah dalam mengatur dan mengawasi pasar uang dan pasar modal sangat krusial untuk memastikan transparansi dan stabilitas pasar. Melalui regulasi yang ketat dan sistem pengawasan

yang efektif, pemerintah berupaya melindungi kepentingan investor serta menjaga integritas pasar agar bebas dari praktik-praktik manipulasi dan penipuan. Di Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) memiliki tugas penting dalam mengawasi pasar modal dan memberikan panduan bagi pelaku pasar agar sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Instrumen-instrumen keuangan yang diperjualbelikan di pasar uang dan pasar modal pun memiliki karakteristik unik yang membedakan keduanya. Di pasar uang, instrumen cenderung lebih likuid dan mudah dicairkan, sementara di pasar modal, instrumen umumnya memiliki risiko dan potensi imbal hasil yang lebih besar karena berjangka panjang. Saham, misalnya, memberikan potensi keuntungan dari apresiasi harga dan dividen, sedangkan obligasi memberikan kupon bunga secara berkala hingga jatuh tempo.

Pasar uang dan pasar modal juga berperan penting dalam mengendalikan inflasi dan menjaga stabilitas nilai tukar. Melalui operasi pasar terbuka yang dilakukan oleh bank sentral, likuiditas di pasar uang dapat diatur, sehingga membantu menstabilkan inflasi dan nilai tukar mata uang. Dengan pengendalian yang efektif, pasar uang membantu menjaga daya beli masyarakat dan kestabilan ekonomi secara keseluruhan.

Kedua pasar ini juga memberikan kesempatan bagi investor untuk mendapatkan keuntungan melalui berbagai instrumen investasi. Investor di pasar modal dapat memperoleh keuntungan jangka panjang dengan berinvestasi dalam saham perusahaan yang potensial, sedangkan di pasar uang, investor dapat memilih instrumen yang lebih aman dan likuid, meski dengan potensi imbal hasil yang lebih rendah. Dengan beragam pilihan ini, pasar uang dan pasar modal mampu menarik minat berbagai jenis investor sesuai dengan profil risiko dan kebutuhan keuangan mereka.

## **2. Permasalahan Pasar Uang dan Pasar Modal**

Pasar uang dan pasar modal merupakan dua komponen penting dalam sistem keuangan yang mendukung kelancaran

perekonomian. Meskipun keduanya berfungsi sebagai tempat bertemunya permintaan dan penawaran dana, namun masing-masing pasar ini memiliki karakteristik yang berbeda dan permasalahan tersendiri. Pasar uang adalah pasar yang memperjualbelikan instrumen keuangan jangka pendek dengan jangka waktu kurang dari satu tahun, seperti Sertifikat Bank Indonesia (SBI), Surat Berharga Pasar Uang (SBPU), dan deposito. Sementara itu, pasar modal berfokus pada instrumen jangka panjang, seperti saham, obligasi, dan instrumen ekuitas lainnya. Permasalahan dalam pasar uang dan pasar modal bisa disebabkan oleh berbagai faktor, seperti ketidakstabilan ekonomi, inflasi, kebijakan moneter, hingga perubahan teknologi yang mengubah dinamika pasar tersebut.

### **3. Kontribusi Ilmuwan dan Perkembangan Pasar Uang dan Pasar Modal**

Kontribusi ilmuwan dalam perkembangan pasar uang dan pasar modal sangat berpengaruh terhadap bagaimana instrumen keuangan ini berfungsi dan berkembang. Para ilmuwan ekonomi dan finansial telah mengembangkan berbagai teori, model, dan strategi investasi yang memperdalam pemahaman kita tentang pasar uang dan pasar modal. Sebagai contoh, kontribusi dari ekonom seperti Irving Fisher dengan teori kuantitas uangnya memberikan dasar bagi pemahaman tentang hubungan antara jumlah uang beredar dan tingkat harga. Fisher menunjukkan bahwa peran uang sangat penting dalam mempengaruhi inflasi dan nilai tukar, yang kemudian menjadi landasan bagi kebijakan moneter di banyak negara.

Selanjutnya, John Maynard Keynes mengembangkan teori makroekonomi yang menyebutkan pentingnya peran investasi dan ekspektasi dalam perekonomian. Dalam bukunya, *The General Theory of Employment, Interest, and Money*, Keynes menjelaskan bahwa ekspektasi pelaku pasar sangat menentukan pergerakan harga di pasar modal. Teorinya memberikan wawasan bahwa pasar modal tidak selalu efisien dan bahwa faktor psikologis dapat

memainkan peran besar. Hal ini mengarah pada pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana kebijakan fiskal dan moneter dapat memengaruhi stabilitas ekonomi dan fluktuasi harga di pasar modal.

Kontribusi lain datang dari Harry Markowitz melalui teori portofolio yang memperkenalkan konsep diversifikasi risiko. Menurut Markowitz, investor dapat memaksimalkan pengembalian investasi dengan memilih kombinasi aset yang optimal. Dengan mengurangi risiko melalui diversifikasi, portofolio menjadi lebih stabil. Teori ini mempengaruhi bagaimana reksa dana dan manajemen investasi bekerja, serta menjadi landasan bagi pengembangan model yang lebih kompleks seperti Capital Asset Pricing Model (CAPM) yang diusulkan oleh William Sharpe.

Perkembangan di bidang teknologi informasi juga didorong oleh ilmuwan dalam memahami data pasar dan menganalisis perilaku pasar. Dengan penggunaan statistik dan pemodelan matematika, ilmuwan seperti Eugene Fama mengembangkan hipotesis pasar efisien (Efficient Market Hypothesis), yang menyatakan bahwa harga pasar mencerminkan semua informasi yang tersedia. Konsep ini memberikan pandangan bahwa sulit untuk mengalahkan pasar melalui analisis fundamental atau teknikal, karena semua informasi sudah tercermin dalam harga saham.

#### **4. Kekhawatiran Peneliti terhadap Pasar Uang dan Pasar Modal**

Kekhawatiran para peneliti terhadap pasar uang dan pasar modal terutama berkaitan dengan potensi risiko volatilitas dan ketidakstabilan yang dapat berdampak luas terhadap ekonomi global. Pasar uang yang menjadi pusat likuiditas jangka pendek sering kali rentan terhadap perubahan mendadak dalam kondisi ekonomi, seperti perubahan suku bunga atau fluktuasi nilai tukar mata uang. Dalam kondisi ini, ketidakstabilan pasar uang dapat berdampak pada sektor perbankan dan lembaga keuangan yang sangat bergantung pada pinjaman jangka pendek. Hal ini dikhawatirkan dapat memicu ketidakpastian bagi para investor,

yang akan bereaksi cepat dalam menarik atau mengalihkan investasinya.

Pasar modal juga tidak lepas dari kekhawatiran peneliti karena potensi gelembung aset yang sering terjadi di pasar saham dan obligasi. Ketika harga saham atau obligasi naik secara drastis tanpa didukung oleh fundamental yang kuat, potensi terjadinya koreksi besar menjadi tinggi. Hal ini bisa menyebabkan kerugian besar bagi para investor, yang pada akhirnya juga akan berdampak pada konsumsi dan pertumbuhan ekonomi. Selain itu, ketidakstabilan harga di pasar modal juga dapat mempengaruhi keputusan investasi perusahaan dalam jangka panjang, karena perusahaan cenderung lebih berhati-hati ketika kondisi pasar tidak menentu.

## **B. FUNGSI DAN TUJUAN PASAR UANG DAN PASAR MODAL**

Pasar uang dan pasar modal memiliki fungsi serta tujuan yang penting dalam perekonomian. Berikut penjelasan mengenai masing-masing:

### **1. Pasar Uang**

**Pasar uang** adalah tempat bertemunya permintaan dan penawaran dana jangka pendek (kurang dari satu tahun), dengan instrumen yang biasanya berbentuk sertifikat deposito, commercial paper, surat berharga pasar uang, dan instrumen lainnya.

#### **a. Fungsi Pasar Uang:**

- 1) **Sumber Pendanaan Jangka Pendek:** Menyediakan dana untuk kebutuhan likuiditas atau operasional perusahaan dan pemerintah dalam jangka pendek.
- 2) **Memudahkan Likuiditas:** Memberikan akses pada lembaga keuangan untuk memenuhi kebutuhan dana segera (likuiditas), sehingga menjaga kestabilan operasionalnya.

- 3) **Mengatur Kebijakan Moneter:** Pasar uang membantu bank sentral dalam mengontrol jumlah uang beredar dan suku bunga jangka pendek.
  - 4) **Sarana Investasi Jangka Pendek:** Memberikan opsi bagi investor untuk menanamkan dana dalam jangka pendek dengan risiko lebih rendah.
- b. **Tujuan Pasar Uang:**
- 1) **Stabilitas Moneter:** Menciptakan kestabilan dalam perekonomian dengan pengaturan likuiditas melalui kebijakan moneter.
  - 2) **Penjagaan Likuiditas Jangka Pendek:** Memenuhi kebutuhan dana cepat bagi perusahaan dan institusi yang membutuhkan dana dalam waktu singkat.
  - 3) **Pengendalian Inflasi:** Melalui instrumen pasar uang, bank sentral dapat mengendalikan tingkat inflasi dengan mengatur suku bunga dan jumlah uang beredar.

## 2. Pasar Modal

**Pasar modal** adalah tempat untuk memperjualbelikan instrumen keuangan jangka panjang (lebih dari satu tahun), seperti saham, obligasi, dan reksa dana.

### a. Fungsi Pasar Modal:

- 1) **Sumber Pendanaan Jangka Panjang:** Menyediakan dana untuk perusahaan atau pemerintah dalam membiayai proyek-proyek besar atau ekspansi.
- 2) **Sarana Investasi:** Memberikan peluang bagi investor untuk memperoleh keuntungan jangka panjang melalui berbagai instrumen investasi.
- 3) **Memfasilitasi Pemerataan Kepemilikan:** Pasar modal memungkinkan masyarakat untuk berpartisipasi dalam kepemilikan perusahaan, terutama dalam bentuk saham.
- 4) **Penggerak Perekonomian:** Pasar modal mendukung pertumbuhan ekonomi dengan membantu perusahaan memperoleh modal untuk ekspansi dan inovasi.

b. **Tujuan Pasar Modal:**

- 1) **Mendukung Pertumbuhan Ekonomi:** Dengan menyediakan sumber modal, pasar modal berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi melalui pengembangan bisnis.
- 2) **Memperluas Akses Pendanaan:** Pasar modal memberi alternatif pendanaan bagi perusahaan selain melalui pinjaman bank, khususnya untuk jangka panjang.
- 3) **Mengoptimalkan Investasi Masyarakat:** Memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk mengembangkan aset dengan berinvestasi pada instrumen pasar modal yang lebih menguntungkan.

Secara keseluruhan, baik pasar uang maupun pasar modal berperan penting dalam memfasilitasi kebutuhan likuiditas dan investasi dalam perekonomian. Pasar uang lebih berfokus pada pendanaan jangka pendek, sementara pasar modal menyediakan pendanaan jangka panjang yang membantu pembangunan dan ekspansi bisnis.

### **C. INSTRUMEN DALAM PASAR UANG DAN PASAR MODAL**

Pasar uang dan pasar modal adalah dua jenis pasar keuangan yang berperan penting dalam menyediakan sumber dana dan investasi bagi berbagai pihak. Berikut adalah penjelasan tentang instrumen yang ada di masing-masing pasar:

#### **1. Instrumen Pasar Uang**

Pasar uang adalah tempat bertemunya pihak-pihak yang memiliki kelebihan dana (lender) dengan pihak-pihak yang membutuhkan dana (borrower) dalam jangka pendek, umumnya kurang dari satu tahun. Beberapa instrumen utama dalam pasar uang antara lain:

##### **a. Sertifikat Bank Indonesia (SBI)**

SBI adalah instrumen utang jangka pendek yang diterbitkan oleh Bank Indonesia untuk mengendalikan jumlah uang

beredar dan stabilitas ekonomi. SBI biasanya berjangka waktu 1 hingga 3 bulan.

b. **Surat Berharga Pasar Uang (SBPU)**

SBPU adalah instrumen yang diterbitkan oleh bank umum atau lembaga keuangan lainnya dan dibeli oleh Bank Indonesia dalam operasi pasar terbuka. SBPU memiliki jangka waktu pendek dan digunakan untuk mengatur likuiditas perbankan.

c. **Commercial Paper (CP)**

Commercial Paper adalah surat utang jangka pendek yang diterbitkan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dana jangka pendek. Instrumen ini biasanya tanpa jaminan dan memiliki jangka waktu hingga 270 hari.

d. **Deposito Berjangka**

Deposito berjangka adalah instrumen simpanan di bank yang memiliki jangka waktu tertentu, misalnya 1 bulan, 3 bulan, atau 1 tahun. Nasabah mendapatkan bunga sesuai kesepakatan pada akhir periode.

**2. Instrumen Pasar Modal**

Pasar modal adalah tempat transaksi instrumen keuangan dengan jangka waktu lebih dari satu tahun. Instrumen-instrumen ini digunakan untuk investasi jangka panjang, baik oleh individu maupun institusi. Instrumen utama dalam pasar modal meliputi:

a. **Saham**

Saham adalah tanda kepemilikan seseorang atau badan terhadap suatu perusahaan. Dengan memiliki saham, investor memiliki hak atas sebagian aset dan keuntungan perusahaan. Saham diperdagangkan di bursa efek, dan nilainya bisa naik atau turun tergantung kinerja perusahaan dan kondisi pasar.

b. **Obligasi**

Obligasi adalah surat utang jangka panjang yang diterbitkan oleh perusahaan atau pemerintah untuk memperoleh dana. Investor akan menerima bunga (kupon) secara periodik

hingga jatuh tempo, dan pada akhir masa investasi, investor akan mendapatkan kembali pokok pinjaman.

c. **Reksa Dana**

Reksa dana adalah instrumen investasi yang mengumpulkan dana dari banyak investor untuk diinvestasikan ke dalam portofolio efek seperti saham, obligasi, atau instrumen pasar uang, yang dikelola oleh manajer investasi profesional.

d. **Exchange-Traded Fund (ETF)**

ETF adalah instrumen yang mirip dengan reksa dana tetapi diperdagangkan di bursa efek seperti saham. ETF mencakup sekumpulan aset seperti saham atau obligasi yang mengikuti indeks tertentu.

e. **Right Issue**

Right Issue adalah hak yang diberikan kepada pemegang saham lama untuk membeli saham baru yang diterbitkan perusahaan pada harga yang lebih rendah dari harga pasar sebelum saham tersebut ditawarkan kepada publik.

Setiap instrumen di pasar uang dan pasar modal memiliki karakteristik dan risiko yang berbeda. Pasar uang lebih berfokus pada pendanaan jangka pendek dengan risiko yang lebih rendah, sementara pasar modal memungkinkan investasi jangka panjang dengan potensi keuntungan yang lebih tinggi namun dengan risiko yang lebih besar.

## **D. PELAKU DI PASAR UANG DAN PASAR MODAL**

Pelaku di pasar uang dan pasar modal memiliki peran yang berbeda-beda sesuai dengan fungsi dan tujuan dari masing-masing pasar. Berikut ini adalah penjelasan mengenai pelaku-pelaku utama di pasar uang dan pasar modal:

## **Pelaku di Pasar Uang**

Pasar uang adalah pasar untuk instrumen keuangan jangka pendek (umumnya kurang dari satu tahun). Tujuan utamanya adalah untuk memenuhi kebutuhan likuiditas jangka pendek bagi pelaku di pasar tersebut. Beberapa pelaku di pasar uang antara lain:

### **1. Bank Sentral**

Sebagai pengatur kebijakan moneter, bank sentral (seperti Bank Indonesia) melakukan intervensi di pasar uang untuk mengendalikan jumlah uang yang beredar. Bank sentral menggunakan instrumen seperti Sertifikat Bank Indonesia (SBI) atau operasi pasar terbuka untuk mengontrol inflasi dan stabilitas ekonomi.

### **2. Bank Umum**

Bank umum juga menjadi pelaku aktif di pasar uang. Mereka meminjam atau meminjamkan dana jangka pendek untuk mengelola kebutuhan likuiditas harian. Instrumen yang sering digunakan oleh bank umum di pasar uang meliputi Sertifikat Deposito, Commercial Paper, dan Call Money.

### **3. Perusahaan Keuangan dan Asuransi**

Perusahaan keuangan dan asuransi sering memanfaatkan pasar uang untuk mengelola kas jangka pendek mereka. Mereka biasanya mencari instrumen yang memiliki risiko rendah dan likuiditas tinggi, seperti Treasury Bills dan Sertifikat Bank Indonesia.

## **Pelaku di Pasar Modal**

Pasar modal adalah tempat perusahaan dan pemerintah memperoleh pendanaan jangka panjang melalui instrumen seperti saham dan obligasi. Berikut pelaku-pelaku di pasar modal:

### **1. Emiten**

Emiten adalah pihak yang membutuhkan dana dan menerbitkan instrumen seperti saham atau obligasi di pasar modal. Emiten bisa berupa perusahaan swasta, Badan Usaha Milik Negara (BUMN), atau bahkan pemerintah yang menerbitkan obligasi untuk pembiayaan proyek tertentu.

## 2. **Investor**

Investor adalah individu atau institusi yang membeli instrumen di pasar modal dengan tujuan memperoleh keuntungan. Terdapat dua jenis investor utama:

- a. **Investor Ritel:** Individu yang membeli saham atau obligasi dengan dana pribadinya.
- b. **Investor Institusi:** Perusahaan atau institusi yang mengelola dana dalam jumlah besar, seperti dana pensiun, asuransi, dan reksa dana.

## 3. **Perusahaan Sekuritas**

Perusahaan sekuritas bertindak sebagai perantara antara emiten dan investor. Mereka menawarkan jasa penjamin emisi, perantara perdagangan efek, dan jasa konsultasi. Perusahaan sekuritas membantu emiten untuk mengeluarkan saham atau obligasi dan juga membantu investor dalam membeli atau menjual instrumen tersebut.

Secara umum, pelaku di pasar uang lebih berfokus pada pemenuhan likuiditas jangka pendek, sedangkan pelaku di pasar modal berorientasi pada investasi jangka panjang dan pembiayaan proyek atau ekspansi perusahaan.

## **E. MEKANISME DAN PROSES TRANSAKSI**

Pasar uang dan pasar modal adalah dua komponen penting dalam sistem keuangan yang memiliki peran vital dalam mendukung aktivitas ekonomi. Pasar uang adalah tempat terjadinya transaksi surat-surat berharga jangka pendek yang memiliki jatuh tempo kurang dari satu tahun, seperti Sertifikat Bank Indonesia (SBI), Surat Berharga Pasar Uang (SBPU), dan deposito berjangka. Pasar uang menjadi alat penting bagi institusi-institusi keuangan, pemerintah, dan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan likuiditas jangka pendek dan mengelola risiko keuangan. Mekanisme transaksi di pasar uang melibatkan interaksi antara pihak yang memiliki dana lebih dan pihak yang membutuhkan dana, di mana

transaksi ini biasanya dilakukan over-the-counter (OTC) tanpa perlu melalui bursa resmi.

Proses transaksi di pasar uang dimulai ketika perusahaan atau lembaga keuangan membutuhkan dana likuid dalam jangka pendek. Misalnya, bank dapat mencari pendanaan untuk memenuhi kewajiban likuiditas melalui instrumen pasar uang. Pihak yang ingin meminjam atau meminjamkan dana akan melakukan penawaran dan permintaan di pasar uang. Instrumen pasar uang, seperti SBPU dan surat komersial, diperjualbelikan dengan imbal hasil berupa diskon atau bunga yang dihitung berdasarkan jangka waktu dan risiko dari instrumen tersebut. Nilai nominal instrumen ini lebih kecil daripada harga jualnya, dan keuntungan investor diperoleh dari selisih nilai nominal dengan harga beli saat jatuh tempo.

## **F. REGULASI DAN PENGAWASAN**

Regulasi dan pengawasan pasar uang dan pasar modal memiliki peran yang sangat penting dalam menjaga stabilitas dan kepercayaan investor dalam sistem keuangan suatu negara. Pasar uang dan pasar modal adalah tempat di mana transaksi keuangan, seperti pembelian dan penjualan surat berharga, dilakukan. Pasar uang adalah pasar yang menyediakan fasilitas untuk transaksi jangka pendek, sementara pasar modal adalah tempat berlangsungnya transaksi jangka panjang, misalnya saham dan obligasi. Untuk memastikan operasionalnya berjalan dengan baik dan melindungi kepentingan publik, pemerintah dan lembaga pengawas keuangan mengatur dan mengawasi kegiatan di kedua pasar ini. Tujuan utama dari regulasi adalah menciptakan transparansi, keadilan, dan efisiensi dalam transaksi keuangan serta meminimalkan risiko yang dapat memengaruhi ekonomi secara keseluruhan.

Dalam regulasi pasar uang, pemerintah dan bank sentral, seperti Bank Indonesia di Indonesia, memainkan peran utama. Bank

sentral mengeluarkan kebijakan moneter yang berdampak pada suku bunga, likuiditas, dan volume transaksi di pasar uang. Misalnya, jika bank sentral ingin mengurangi inflasi, mereka dapat menaikkan suku bunga untuk mengurangi pinjaman dan mendorong masyarakat menabung. Selain itu, bank sentral juga mengawasi kegiatan perbankan yang terlibat dalam pasar uang untuk memastikan bahwa tidak ada perilaku yang merugikan ekonomi atau stabilitas keuangan negara.

Di pasar modal, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) di Indonesia bertindak sebagai pengawas utama. OJK memiliki kewenangan untuk mengatur dan mengawasi semua aktivitas di pasar modal, termasuk perusahaan sekuritas, manajer investasi, dan emiten. OJK berperan memastikan bahwa seluruh aktivitas di pasar modal berjalan sesuai aturan, melindungi investor dari praktik yang tidak adil, serta menjaga integritas pasar. OJK mengeluarkan peraturan yang mencakup transparansi informasi, mekanisme perlindungan investor, hingga peraturan mengenai transaksi jual beli saham yang dilakukan oleh pihak-pihak tertentu.

## G. PENUTUP

Berikut ini adalah intisari mengenai **pasar uang** dan **pasar modal** adalah sebagai berikut :

### 1. Pasar Uang

Pasar uang adalah tempat terjadinya transaksi jual beli instrumen keuangan jangka pendek, biasanya kurang dari satu tahun. Tujuan utama pasar uang adalah untuk menyediakan likuiditas jangka pendek bagi perusahaan atau pemerintah. Instrumen yang diperdagangkan di pasar uang meliputi:

- a. **Sertifikat Bank Indonesia (SBI)**: Instrumen yang diterbitkan oleh bank sentral untuk mengendalikan jumlah uang yang beredar.
- b. **Surat Berharga Pasar Uang (SBPU)**: Instrumen utang jangka pendek yang diterbitkan oleh lembaga keuangan.

- c. **Deposito berjangka:** Tabungan berjangka dengan bunga tetap untuk jangka waktu tertentu.
- d. **Commercial Paper (CP):** Surat utang jangka pendek yang diterbitkan oleh perusahaan besar.

Keunggulan pasar uang terletak pada tingkat likuiditas yang tinggi, risiko rendah, dan jangka waktu yang pendek. Pasar uang juga banyak diminati oleh investor yang mencari keamanan dan fleksibilitas dalam jangka pendek.

## 2. Pasar Modal

Pasar modal adalah tempat transaksi instrumen keuangan jangka panjang, yang memiliki jangka waktu lebih dari satu tahun. Pasar modal memberikan kesempatan kepada perusahaan untuk mendapatkan dana dari masyarakat dan investor untuk mendapatkan keuntungan. Instrumen yang diperdagangkan meliputi:

- a. **Saham:** Surat kepemilikan sebagian perusahaan yang memungkinkan pemegangnya mendapat dividen dan hak suara dalam rapat umum.
- b. **Obligasi:** Surat utang jangka panjang yang diterbitkan oleh perusahaan atau pemerintah.
- c. **Reksa Dana:** Investasi kolektif di mana dana dari banyak investor dikumpulkan dan dikelola oleh manajer investasi untuk diinvestasikan ke dalam berbagai instrumen.
- d. **Derivatif:** Kontrak keuangan yang nilainya bergantung pada aset dasar, seperti saham atau obligasi.

Pasar modal berperan penting dalam perekonomian dengan mempertemukan perusahaan yang membutuhkan dana dengan investor yang ingin memperoleh imbal hasil jangka panjang. Pasar modal juga memberikan akses kepada publik untuk berpartisipasi dalam kepemilikan perusahaan dan memiliki peran signifikan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi.

### **Perbedaan Pasar Uang dan Pasar Modal**

- a. **Jangka Waktu:** Pasar uang berfokus pada jangka pendek, sedangkan pasar modal berfokus pada jangka panjang.
- b. **Risiko dan Keuntungan:** Pasar uang cenderung memiliki risiko lebih rendah dengan imbal hasil yang lebih kecil, sedangkan pasar modal memiliki risiko lebih tinggi tetapi juga potensi keuntungan yang lebih besar.
- c. **Tujuan:** Pasar uang umumnya untuk memenuhi kebutuhan likuiditas, sedangkan pasar modal untuk memperoleh modal dalam jangka panjang.

Kedua pasar ini sangat penting dalam sistem keuangan, karena mendukung stabilitas dan pertumbuhan ekonomi dengan cara yang berbeda.

## **BAGIAN 7**

### **PENGANTAR BIDANG PERILAKU ORGANISASI**

#### **A. PENDAHULUAN**

##### **1. Latar Belakang Perilaku Konsumen dan Produsen**

Pemahaman mendalam mengenai perilaku konsumen dan produsen merupakan kunci untuk mengurai dinamika pasar yang kompleks. Evolusi historis perilaku ini telah membentuk landasan bagi teori-teori ekonomi modern. Sejak era barter hingga munculnya pasar global, interaksi antara pencari dan pemberi suatu produk atau jasa terus berevolusi. Pada era barter, transaksi dilakukan secara langsung dengan menukar barang atau jasa yang dimiliki dengan barang atau jasa yang diinginkan. Hal ini terjadi karena keterbatasan alat tukar yang bernilai universal. Seiring dengan perkembangan zaman, sistem barter mengalami pergeseran dengan diperkenalkannya mata uang sebagai alat tukar yang lebih efisien, yang kemudian membuka jalan bagi ekonomi yang lebih terstruktur dan kompleks.

Perubahan teknologi, sosial, dan budaya telah secara signifikan mengubah cara konsumen membuat keputusan pembelian dan bagaimana produsen merancang strategi pemasaran mereka. Di zaman modern ini, dengan kemajuan teknologi informasi, konsumen memiliki akses yang lebih mudah dan cepat untuk membandingkan produk dan harga, membaca ulasan, dan mencari rekomendasi, yang semuanya mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Sementara itu, produsen harus beradaptasi dengan perubahan tersebut dengan mengembangkan strategi pemasaran yang lebih canggih dan terpersonalisasi untuk tetap relevan di pasar yang kompetitif.

Seperti yang ditekankan oleh Kotler dan Armstrong (2021), perilaku konsumen adalah proses pengambilan keputusan yang dilakukan individu dan kelompok untuk memilih, membeli, menggunakan, dan

membuang produk, jasa, ide, atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Ini mencakup berbagai faktor seperti motivasi, persepsi, pembelajaran, dan sikap yang mempengaruhi pilihan konsumen. Sementara itu, perilaku produsen mencakup segala aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk menciptakan, berkomunikasi, dan menyampaikan nilai kepada pelanggan (Kotler & Armstrong, 2021). Produsen tidak hanya harus memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, tetapi juga harus terus berinovasi dan menyesuaikan diri dengan tren pasar yang dinamis. Pemahaman mendalam mengenai perilaku konsumen dan produsen adalah esensial untuk menciptakan pasar yang efisien dan adil, di mana semua pihak dapat mendapatkan keuntungan maksimal dari transaksi yang terjadi. Pengetahuan ini memungkinkan produsen untuk menargetkan konsumen dengan lebih tepat dan membantu konsumen membuat keputusan yang lebih informasi. Namun, ada pandangan yang mengemukakan bahwa terlalu fokus pada perilaku konsumen dapat mengarah pada manipulasi pasar dan eksploitasi psikologis konsumen. Strategi pemasaran yang terlalu agresif dan pemanfaatan data pribadi secara berlebihan dapat menimbulkan masalah etika dan mengikis kepercayaan konsumen terhadap produsen.

## **2. Permasalahan Perilaku Konsumen dan Produsen**

Perilaku konsumen dan produsen menghadapi masalah seperti fluktuasi harga yang dipengaruhi permintaan, biaya produksi, atau kebijakan pemerintah, mengganggu daya beli dan stabilitas pasar. Kesenjangan informasi antara produsen dan konsumen juga menjadi tantangan, seringkali menyebabkan keputusan pembelian tidak rasional dan ketidakpercayaan. Pergeseran tren dan produk baru membuat keputusan pembelian sulit. Produsen harus berinovasi dan mengikuti tren untuk tetap kompetitif. Pemahaman perilaku konsumen dan produsen penting untuk pasar efisien dan adil, membantu produsen menargetkan konsumen dan konsumen membuat keputusan yang tepat. Namun, fokus berlebihan pada perilaku konsumen dapat mengarah pada manipulasi pasar dan masalah etika, serta mengikis kepercayaan konsumen.

### **3. Kontribusi Ilmuan dan Perkembangan Perilaku Konsumen dan Produsen**

Para ilmuwan dan peneliti telah memberikan kontribusi yang signifikan dalam memahami perilaku konsumen dan produsen. Teori-teori seperti teori kebutuhan Maslow (Maslow, 1943), teori disonansi kognitif Festinger (1957), dan model perilaku konsumen Blackwell, Miniard, dan Engel (2001) telah menjadi landasan bagi penelitian lebih lanjut. Teori kebutuhan Maslow mengklasifikasikan kebutuhan manusia dalam hierarki yang mencakup kebutuhan fisiologis, keamanan, sosial, penghargaan, dan aktualisasi diri. Teori ini membantu memahami motivasi di balik keputusan pembelian konsumen. Sementara itu, teori disonansi kognitif Festinger menjelaskan bahwa ketidaknyamanan psikologis yang dirasakan seseorang ketika menghadapi informasi yang bertentangan dapat memengaruhi keputusan mereka. Model perilaku konsumen Blackwell, Miniard, dan Engel memberikan kerangka kerja yang komprehensif untuk menganalisis proses pengambilan keputusan konsumen.

Penelitian-penelitian empiris juga telah menghasilkan temuan-temuan yang berharga tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen, seperti pengaruh referensi sosial, persepsi risiko, dan emosi (Shiv & Fedorikhin, 1999). Pengaruh referensi sosial menunjukkan bahwa keputusan konsumen sering kali dipengaruhi oleh pendapat dan perilaku orang lain, baik dari lingkungan terdekat maupun masyarakat luas. Persepsi risiko mencakup berbagai jenis risiko, seperti risiko finansial, fungsional, dan psikologis yang mungkin dirasakan konsumen saat membeli produk atau jasa. Emosi juga memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan, di mana emosi positif atau negatif dapat memengaruhi pilihan konsumen secara signifikan. Perkembangan teknologi informasi juga telah membuka peluang baru untuk mempelajari perilaku konsumen melalui analisis data besar dan pemanfaatan algoritma pembelajaran mesin. Dengan analisis data besar, peneliti dapat mengidentifikasi pola-pola perilaku konsumen

yang sebelumnya tidak terlihat. Algoritma pembelajaran mesin memungkinkan pemrosesan dan analisis data yang lebih cepat dan akurat, memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai preferensi dan kebiasaan konsumen. Memahami teori-teori dan penelitian empiris tentang perilaku konsumen dan produsen sangat penting untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif dan inovatif. Pengetahuan ini memungkinkan perusahaan untuk menargetkan konsumen dengan lebih tepat dan memenuhi kebutuhan mereka secara lebih baik. Namun, ada pandangan yang mengemukakan bahwa penerapan teori dan analisis data besar dalam pemasaran dapat menimbulkan masalah etika. Pemanfaatan data pribadi konsumen secara berlebihan dan manipulasi psikologis untuk mendorong pembelian dapat mengikis kepercayaan konsumen dan menimbulkan kekhawatiran privasi.

#### **4. Kekhawatiran Peneliti Perilaku Konsumen dan Produsen**

Seiring dengan perkembangan zaman, para peneliti semakin menyadari adanya sejumlah kekhawatiran terkait perilaku konsumen dan produsen. Salah satu kekhawatiran utama adalah dampak negatif dari kemajuan teknologi, seperti maraknya iklan yang bersifat manipulatif dan pelanggaran privasi konsumen. Kemajuan teknologi telah memudahkan perusahaan untuk mengumpulkan dan menganalisis data pribadi konsumen, yang kemudian digunakan untuk menargetkan iklan yang sangat spesifik dan sering kali bersifat manipulatif. Hal ini dapat menyebabkan konsumen membuat keputusan pembelian yang tidak sepenuhnya rasional dan informatif. Selain itu, etika pemasaran juga menjadi isu yang perlu diperhatikan. Praktik-praktik pemasaran yang tidak bertanggung jawab, seperti iklan yang menyesatkan atau klaim berlebihan, tidak hanya merugikan konsumen secara finansial tetapi juga dapat merusak reputasi perusahaan dan menurunkan tingkat kepercayaan konsumen. Di sisi lain, menjaga keseimbangan antara pasokan dan permintaan merupakan tantangan yang kompleks. Fluktuasi dalam permintaan konsumen dapat menyebabkan ketidakpastian bagi produsen dalam merencanakan produksi dan distribusi. Kelebihan pasokan dapat menyebabkan

penurunan harga dan kerugian finansial bagi produsen, sedangkan kekurangan pasokan dapat menyebabkan kenaikan harga dan ketidakpuasan konsumen. Oleh karena itu, pemahaman mendalam tentang perilaku konsumen dapat membantu produsen dalam merancang strategi yang lebih adaptif dan responsif terhadap perubahan pasar. Teori perilaku konsumen dapat memberikan wawasan untuk merancang strategi pemasaran yang efektif. Misalnya, dengan memahami motivasi dan preferensi konsumen, produsen dapat mengembangkan produk dan layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar. Namun, perlu diimbangi dengan pertimbangan etika dan keberlanjutan. Meskipun strategi pemasaran yang agresif dapat meningkatkan penjualan dalam jangka pendek, praktik ini harus dilakukan dengan mempertimbangkan dampak jangka panjang terhadap kepercayaan konsumen dan reputasi perusahaan. Memahami teori dan perkembangan terkait perilaku konsumen dan produsen sangat penting dalam mengembangkan strategi pemasaran yang tidak hanya efektif tetapi juga etis dan berkelanjutan. Pengetahuan ini memungkinkan perusahaan untuk mencapai keseimbangan antara memenuhi kebutuhan konsumen dan menjaga reputasi serta keberlanjutan bisnis.

## **B. LANDASAN TEORI PERILAKU KONSUMEN DAN PRODUSEN**

### **1. Teori Perilaku Konsumen**

Memahami alasan konsumen memilih produk penting bagi bisnis. Berbagai teori, termasuk teori utilitas, menjelaskan motivasi keputusan pembelian mencakup faktor psikologis, sosial, dan ekonomi. (Marshall, 1890). Namun, teori ini tidak sepenuhnya menjelaskan kompleksitas perilaku konsumen dalam dunia nyata. Teori-teori lain seperti teori kebutuhan Maslow (Maslow, 1943) menekankan pentingnya pemenuhan kebutuhan manusia dalam hierarki tertentu, mulai dari kebutuhan fisiologis hingga aktualisasi

diri. Teori atribusi membantu memahami penyebab kejadian, memengaruhi sikap konsumen. (Weiner, 1985). Perkembangan psikologi konsumen memperdalam pemahaman perilaku konsumen: persepsi, sikap, motivasi. Misalnya, penelitian oleh Ajzen (1985) mengenai Teori Tindakan Beralasan: Niat perilaku dipengaruhi oleh sikap, norma, persepsi kontrol, dan emosi. Penelitian oleh Damasio (1994) menunjukkan bahwa emosi seringkali menjadi pemicu keputusan yang cepat dan intuitif, terutama dalam situasi yang kompleks.

## **2. Teori Perilaku Produsen**

Di sisi lain, teori perilaku produsen memfokuskan keputusan perusahaan dalam menghasilkan dan memasarkan produk, menekankan input-output, biaya, struktur pasar, dan interaksi persaingan. Teori ini menyatakan perusahaan memilih strategi maksimalisasi keuntungan, mempertimbangkan pesaing, kurva permintaan, elastisitas harga, dan diferensiasi produk.

## **C. DINAMIKA INTERAKSI ANTARA KONSUMEN DAN PRODUSEN**

### **1. Hubungan Konsumen dan Produsen**

Hubungan antara konsumen dan produsen saling memengaruhi. Konsumen memiliki kekuatan untuk mempengaruhi keputusan bisnis dengan memberikan umpan balik berupa ulasan, rating, atau saran. Produsen juga mempengaruhi konsumen melalui strategi pemasaran seperti iklan, promosi, dan branding. Seperti yang ditekankan oleh Kotler dan Armstrong (2021), tujuan utama pemasaran adalah menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan mereka.

### **2. Respon Produsen Terhadap Perubahan Perilaku Konsumen**

Perilaku konsumen dipengaruhi oleh teknologi, sosial, dan budaya. Produsen harus berinovasi untuk tetap relevan, dengan memantau tren dan melakukan riset pasar guna menciptakan produk sesuai

kebutuhan dan mengidentifikasi peluang bisnis baru. Kemudian strategi pemasaran berperan penting dalam merespons perubahan perilaku konsumen. Pemasaran digital memungkinkan target konsumen lebih spesifik dan personal. Data perilaku online konsumen digunakan untuk pesan pemasaran yang relevan. Media sosial memungkinkan interaksi langsung dengan konsumen untuk memahami kebutuhan mereka.

## **D. TREN TERKINI PERILAKU KONSUMEN DAN PRODUSEN**

### **1. Dampak Teknologi Terhadap Perilaku Konsumen**

Kemajuan teknologi mengubah interaksi konsumen dengan produk, membuat belanja lebih efisien, dan media sosial memengaruhi keputusan pembelian. Seperti yang ditekankan oleh Kapsaskis, Vo, and Bove (2014), Media sosial telah mengubah konsumen menjadi produsen konten, memengaruhi opini publik. Teknologi mobile mengubah perilaku konsumen dengan aplikasi belanja, pembayaran digital, dan *augmented reality*. Konsumen menginginkan pengalaman belanja yang lebih personal dan interaktif. Menurut Zhu, Zhang, and Duan (2016), teknologi *mobile* telah memungkinkan perusahaan untuk memberikan pengalaman belanja yang lebih disesuaikan dengan kebutuhan individu.

### **2. Respon Produsen Terhadap Tren Konsumen**

Untuk tetap relevan di era digital, produsen harus beradaptasi dengan perubahan cepat perilaku konsumen melalui pemasaran digital dan fokus pada pengalaman pelanggan. Pemasaran digital memungkinkan penargetan spesifik dan personal melalui data perilaku online, serta penggunaan data analitik untuk mengukur efektivitas kampanye dan membuat penyesuaian. Dengan alat-alat seperti Google Analytics dan platform media sosial, perusahaan dapat melacak interaksi konsumen dan memahami pola perilaku mereka, sehingga kampanye pemasaran dapat disesuaikan secara real-time. Selain itu, produsen juga mengembangkan aplikasi mobile, website yang user-friendly, dan layanan pelanggan yang

responsif. Aplikasi mobile dan website yang mudah digunakan meningkatkan kenyamanan konsumen dalam berinteraksi dengan merek, sementara layanan pelanggan yang responsif memastikan masalah konsumen ditangani dengan cepat. Produsen juga mengadopsi konsep omnichannel untuk interaksi konsumen melalui berbagai saluran, baik online maupun offline. Strategi ini menciptakan pengalaman konsumen yang mulus dan konsisten, apakah mereka berbelanja di toko fisik, website, atau aplikasi mobile.

## **E. STUDI KASUS PERILAKU KONSUMEN DAN PRODUSEN**

### **1. Analisis Studi Kasus Terpilih**

Studi kasus membantu memahami perilaku konsumen dan produsen. Dengan menganalisis contoh nyata, kita dapat melihat bagaimana teori-teori diterapkan dalam situasi konkret dan mendapatkan wawasan praktis. Contoh menarik adalah kegagalan produk baru karena kurang memahami kebutuhan konsumen dan keberhasilan merek dalam membangun loyalitas pelanggan melalui strategi pemasaran efektif serta pengalaman pelanggan memuaskan. Misalnya, kegagalan produk Google Glass sering kali dikaitkan dengan kurangnya pemahaman terhadap kebutuhan dan preferensi konsumen, serta isu privasi yang tidak diantisipasi dengan baik. Sebaliknya, keberhasilan merek seperti Apple dalam membangun loyalitas pelanggan dapat dilihat dari strategi pemasaran yang fokus pada inovasi, kualitas, dan pengalaman pengguna yang konsisten.

Selain itu, krisis ekonomi membuat konsumen lebih berhati-hati dan mencari produk terjangkau, sehingga produsen menyesuaikan strategi. Selama krisis ekonomi global 2008, banyak konsumen yang beralih ke merek-merek yang menawarkan nilai lebih tinggi dengan harga lebih terjangkau.

Hal ini memaksa produsen untuk menyesuaikan strategi mereka, seperti mengurangi biaya produksi, meningkatkan efisiensi, dan memperkenalkan produk dengan harga yang lebih kompetitif. Studi kasus menunjukkan pentingnya fleksibilitas dan inovasi bagi perusahaan untuk bertahan dan tumbuh. Perusahaan yang mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan kondisi pasar, seperti Zara dengan model bisnis fast fashion-nya, cenderung lebih berhasil dalam mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar mereka.

## **2. Pembelajaran Dari Studi Kasus**

Dari berbagai studi kasus yang telah dianalisis, kita dapat menarik beberapa pelajaran penting. Pertama, perusahaan harus memahami kebutuhan konsumen. Kedua, membangun hubungan kuat dengan konsumen adalah kunci keberhasilan jangka panjang. Ketiga, fleksibilitas dan inovasi penting untuk menghadapi tantangan pasar yang dinamis.

Selain itu, studi kasus menunjukkan pentingnya teknologi dalam membentuk perilaku konsumen dan produsen. Perusahaan yang memanfaatkan teknologi, seperti data analitik, memiliki keunggulan kompetitif dan memberikan penawaran personal.

## **F. IMPLIKASI DAN REKOMENDASI**

### **1. Implikasi bagi Peneliti dan Praktisi**

Temuan penelitian tentang perilaku konsumen dan produsen berdampak luas pada akademisi dan praktisi. Peneliti dapat mengembangkan teori baru dan penelitian inovatif, sementara praktisi, seperti manajer pemasaran, bisa merancang strategi bisnis efektif berdasarkan pemahaman preferensi konsumen dan tren pasar untuk menciptakan produk yang sesuai kebutuhan. Seperti yang ditekankan oleh Kotler dan Armstrong (2021), pemahaman yang mendalam tentang perilaku konsumen adalah kunci untuk membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dan mencapai keberhasilan bisnis.

## 2. Rekomendasi untuk Penelitian Selanjutnya

Penelitian perilaku konsumen dan produsen terus berkembang dengan area menarik, seperti:

- a. **Pengaruh AI terhadap konsumen:** Memersonalisasi pengalaman belanja dan keputusan.
- b. **Perilaku konsumen berkelanjutan:** Faktor pendorong pemilihan produk ramah lingkungan.
- c. **Dampak COVID-19:** Mengubah kebiasaan belanja konsumen dan strategi bisnis.
- d. **Etika dalam pemasaran:** Bagaimana perusahaan dapat melakukan pemasaran yang etis dan tidak manipulatif.

## 5. Pengembangan Kebijakan untuk Meningkatkan Hubungan Konsumen dan Produsen

Untuk meningkatkan hubungan antara konsumen dan produsen, diperlukan kebijakan yang mendukung praktik bisnis yang sehat dan melindungi hak-hak konsumen. Beberapa rekomendasi kebijakan antara lain:

- a. **Penguatan perlindungan konsumen:** Regulasi ketat melindungi konsumen dari praktik bisnis tidak adil.
- b. **Promosi persaingan sehat:** Kebijakan mencegah monopoli dan oligopoli, memberikan pilihan konsumen.
- c. **Dukungan untuk UMKM:** Kebijakan mendukung UMKM meningkatkan daya saing dan lapangan kerja.
- d. **Pendidikan konsumen:** Tingkatkan kesadaran konsumen tentang hak dan keputusan pembelian.

## G. PENUTUP

Pembahasan perilaku konsumen dan produsen memperdalam pemahaman interaksi dalam sistem ekonomi. Faktor psikologis, sosial, dan ekonomi memengaruhi keputusan pembelian. Produsen harus berinovasi dan menyesuaikan strategi pemasaran. Teknologi membuka peluang baru. Studi kasus menekankan pentingnya memahami konsumen, beradaptasi, dan memanfaatkan teknologi.

Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk pengaruh AI, perilaku konsumen berkelanjutan, dan dampak pandemi COVID-19. Kebijakan yang efektif diperlukan untuk meningkatkan hubungan konsumen dan produsen.

## BAGIAN 8

### MANAJEMEN KEUANGAN DALAM BISNIS

#### A. PENDAHULUAN

##### 1. Deskripsi Perusahaan Bisnis

Perusahaan Bisnis adalah sentral yang penting dalam sistem ekonomi kita. Beberapa organisasi bisnis menyediakan suatu rencana kerja untuk menyelenggarakan berbagai aktifitas ekonomi. Bagaimana kita dapat menguraikan beberapa perusahaan tersebut dan membedakannya antara satu dengan yang lainnya.

Pertama, kita dapat menguraikannya sesuai dengan produk (output) perusahaan tersebut (produk-produk dan pelayanan yang perusahaan bersangkutan hasilkan).

Kedua, kita dapat menguji berbagai macam bentuk dari organisasi perusahaan bisnis yang dapat diambil.

##### a. Output Perusahaanaan (*The Output of Firms*)

Menurut bentuk produknya, perusahaan bisnis dapat dibagi dalam 2 (dua) jenis :

- 1) Perushaaan yang memproduksi jasa dan
- 2) Perusahaan yang memproduksi barang-barang.

Contoh perusahaan jasa (*service firm*) adalah jasa akuntan, dokter, pengacara, notaris, barber shop, jasa laundry dan sejenisnya. Sedangkan yang kedua adalah Perusahaan yang memperdagangkan barang - barang (*merchandising firm*) dan perusahaan yang memproduksi barang-barang (*manufacturing firm*).

Beberapa bisnis perusahaan yang menghasilkan barang - barang dapat disebut perusahaan perdagangan. Perusahaan perdagangan yang membeli barang - barang untuk dijual kembali dengan maksud untuk memperoleh keuntungan, contohnya adalah perusahaan dagang atau toko makanan dan

minuman, perusahaan pakaian dan sebagainya. Perusahaan manufaktur memperoleh bahan baku/ mentah dan kemudian mengubah atau mengolah bahan baku/mentah tersebut menjadi barang jadi, contohnya perusahaan industri otomotif, perusahaan industri makanan dan pengolahan susu. Perusahaan manufaktur menggunakan tenaga kerja dan membiayai berbagai macam proses dan pelayanan yang lain untuk membantu dalam memproduksi dan menjual hasil produksi. Beberapa organisasi atau entitas bisnis individual memproduksi baik barang-barang maupun pelayanan. contohnya suatu toko kecantikan atau usaha *skin care* akan mengusahakan sebagai jasa dan penjual kosmetik dan produk lain.

b. Bentuk Perusahaan (*The Form of Firms*)

Beberapa perusahaan bisnis dapat diklasifikasikan menurut bentuk legal organisasinya ke dalam 3 (tiga) kelompok sebagai berikut :

- 1) Firma (*proprietorsheep*)
- 2) Persekutuan(*the partnersheep*)
- 3) Perseroan terbatas(*corporation*)

Ketiga bentuk tersebut mempunyai fungsi khusus dalam sistem ekonomi di Indonesia.

Jenis organisasi yang paling sederhana adalah bentuk Firma (*proprietorsheep*) yaitu suatu organisasi atau entitas bisnis yang hanya dimiliki oleh satu orang saja yang biasa disebut juga sebagai perusahaan perorangan. Sasaran dan tujuan perusahaan perorangan/firma bergantung pada keluasan tujuan pemiliknnya secara individu. Informasi yang diperlukan dalam mengambil keputusan dalam firma berdasarkan atas keputusan-keputusan yang sesuai dengan tujuan pemiliknnya dan berdasarkan manajemen internal bisnis.

Persekutuan (*the partnersheep*) adalah suatu bentuk organisasi yang sedikit lebih kompleks daripada Firma. Pemiliknnya adalah

gabungan dari 2 orang atau lebih yang mengumpulkan modalnya dalam suatu organisasi atau suatu entitas perusahaan. contohnya adalah beberapa dokter bergabung dalam suatu persekutuan dalam praktek medis. *Partnership* biasanya mempunyai perjanjian tertentu secara rinci diantara para partner mengenai perilaku bisnis mereka. Perjanjian tertulis tersebut disebut *articles of partnership* yang memuat tentang:

- 1) Tujuan utama perusahaan
- 2) Modal perusahaan
- 3) Pengelolaan perusahaan
- 4) Pembagian keuntungan atau kerugian
- 5) Pengkoordinasian perusahaan

Seperti halnya firma, informasi yang diperlukan untuk keputusan-keputusan dalam persekutuan seyogyanya berdasarkan beberapa keputusan mengenai tujuan-tujuan pemiliknya dan berdasarkan manajemen internal bisnis.

Perseroan Terbatas (*the corporation*) adalah bentuk yang ketiga dan sangat dominan dalam organisasi bisnis. Dengan membahas beberapa pendapat yang populer mengenai bentuk Perseroan terbatas ini, kita akan sampai pada definisi tentang Perseroan terbatas.

Pendapat pertama ke-1 (satu) bahwa Perseroan terbatas dapat memperoleh modal (capital) yaitu uang atau dana yang ditanam oleh pemiliknya dan melengkapi berkembangnya dalam suatu cara yang efektif. Suatu Perseroan terbatas didirikan dengan suatu keputusan pemerintah. Karena itu prosedur untuk kelompok individu yang ingin memulai perusahaan adalah menetapkan suatu peraturan dalam suatu piagam perseroan (*Charter*). Piagam adalah suatu dokumen resmi yang diciptakan oleh perseroan terbatas. Piagam juga memuat secara rinci tentang maksud perusahaan dan metode penetapan persiapan untuk operasi perusahaan. Perseroan terbatas

mengeluarkan sertifikat saham (*stock certificates*) yang merupakan bukti tertulis dari pemilik modal (*owners*) atau pemegang saham (*stock holders*) yang menanamkan modal atau membeli sahamnya dalam perusahaan. Karena itu perseroan terbatas dicirikan dengan suatu pemilik modal yang dibagi ke dalam saham-saham para pemiliknya.

Pendapat ke-2 (dua) dari bentuk perusahaan perseroan terbatas adalah bercirikan tanggungjawab yang terbatas (*limited liability*). Hal ini dimaksudkan sebagai satu kesatuan atau unit legal yang terpisah. Perseroan terbatas bertanggungjawab atas seluruh utang-utang dan obligasi lainnya yang diambil atas namanya sendiri. Pemegang saham secara perorangan tidak bertanggungjawab atas utang-utang dan obligasi dari perseroan terbatas.

## **2. Sifat dasar Bisnis perusahaan**

Tujuan perusahaan adalah mencari laba dan mempertahankan keberlangsungan hidup perusahaan dengan mempertimbangkan *going concern and sustainability* perusahaan. Dalam kegiatannya mencari laba, pemilik memberi wewenang kepada manajemen untuk melaksanakannya. Dalam usahanya memperoleh Laba, manajemen harus berperilaku :

- a. Memaximumkan nilai perusahaan , artinya manajemen harus menghasilkan laba yang lebih besar dari biaya modal yang digunakannya.
- b. Mempunyai tanggungjawab sosila, artinya dalam mencari laba, manajemen tidak boleh merusak lingkungan alam, sosial dan budaya.
- c. Beretika, artinya manajemen dalam mengusahakan laba, harus tunduk pada norma -norma sosial di sekitar lingkungan mereka berusaha dan tidak boleh merugikan masyarakat konsumen.

## **3. Manajemen Keuangan dalam Bisnis.**

Manajemen Keuangan adalah semua aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan usaha-usaha mendapatkan dana perusahaan

dengan biaya yang murah dan mengalokasikan dana secara efisien. (Sutrisno, 2013). Dalam pengertian yang lain Manajemen Keuangan adalah sebuah studi tentang bagaimana orang dan dunia usaha melakukan evaluasi atas investasi yang mereka lakukan dan bagaimana cara menambah modal untuk mendanai kegiatan investasi tersebut.

Sehingga dari definisi dan pengertian Manajemen Keuangan tersebut, bisa dimaknai bahwa Manajemen Keuangan dalam Bisnis adalah praktek fungsi fungsi dari manajemen yang telah diuraikan sebelumnya di atas dikaitkan dengan aspek pengelolaan keuangan khususnya dalam mengelola dan memanaj operasional dan kegiatan perusahaan bisnis yang bertujuan untuk meningkatkan profit dengan melakukan efisien biaya dan seefektif mungkin dalam mencapai tujuan perusahaan.

Manajemen Keuangan dalam Bisnis lebih menekankan terhadap usaha perusahaan yang sangat memperhatikan siklus bisnis dan pencatatan pelaporan keuangan perusahaan. Dalam Bisnis perusahaan, kunci utama dalam perusahaan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan, dengan memaksimalisasi profit, mensejahterahkan para pemegang saham dan menjaga kelangsungan hidup bisnis perusahaan.

Sebenarnya ada 3 aktivitas mendasar yang terkait dengan manajemen keuangan yaitu :

- a. Aktivitas Investasi
- b. Akirtbis Pendanaan
- c. Aktivitas Operasional, khususnya terkait bagaimana para manajer sebagai representasi dari manajemen untuk mengelola arus kas untuk kegiatan operasional perusahaannya.

Dalam kegiatan oprasional Perusahaan kaitannya dengan manajemen keuangan dalam bisnis perusahaan, maka semua kegiatan dan pencatatan bisnis perusahaan itu terdapat dalam Laporan keuangan Perusahaan, sehingga manajemen keuangan

dalam bisnis sangat memerlukan adanya laporan Keuangan Perusahaan yang lengkap, yang terdiri dari:

a. Laporan Posisi Keuangan (Neraca),

Laporan Keuangan ini menggambarkan posisi keuangan bisnis kita setiap akhir periode baik periodik bulanan, periodik triwulan, periodik semesteran maupun akhir periode tahunan. Laporan keuangan ini berguna untuk memberikan informasi keuangan kepada pemilik usaha bisnis. Informasi meliputi kepemilikan aset baik aset lancar maupun aset tetap dan bahkan aset lainnya serta juga menginformasikan jumlah utang dan modal dalam bisnis usaha tersebut. Laporan Keuangan ini dalam hal ini Posisi Keuangan (Neraca) bisnis usaha adalah potret dari kondisi eksisting dari kekayaan usaha bisnis pada akhir tahun periode berjalannya usaha.

b. Laporan Perhitungan Laba-Rugi,

Laporan Perhitungan laba rugi usaha bisnis dalam suatu periode memperlihatkan hasil kinerja usaha dalam mendapatkan omzet penjualan atau hasil pendapatan yang maksimal sehingga dapat menghasilkan laba atau Rugi tergantung dari pengendalian dan efisiensi biaya yang dilakukan oleh entitas bisnis usaha tersebut.

c. Laporan Perubahan Modal atau Ekuitas,

Laporan Keuangan perubahan Modal ini mencerminkan apakah Modal akhir Tahun usaha kita bertambah atau berkurang, hal itu bergantung dari hasil laporan Perhitungan laba Rugi yang diperoleh. Jika usaha bisnis usaha kita memperoleh laba, maka Modal akhir usaha bisnis kita pasti akan menjadi naik, sedangkan jika hasil kinerja laporan laba rugi berjalan mengalami kerugian, maka yakinlah bahwa modal akhir tahun usaha bisnis kita akan menjadi berkurang dan Modalnya menjadi menurun dari tahun sebelumnya.

d. Laporan Arus Kas

Laporan arus kas ini mencakup aliran kas masuk dan aliran kas keluar usaha bisnis kita meliputi arus kas yang mempengaruhi aktivitas operasi, aktivitas investasi, dan aktivitas

pendanaan sehingga kita dapat mengetahui apakah usaha bisnis kita bertambah saldo kas dan setara kasnya ataukah menurun Saldo kas dan setara kasnya pada akhir tahun periode.

e. Catatan Atas Laporan Keuangan

Catatan atas laporan keuangan ini adalah penjelasan detail dari akun pos pos yang terdapat pada laporan posisi keuangan (Neraca), pada laporan perhitungan Laba Rugi, Laporan Perubahan Modal atau Ekuitas serta laporan arus kas. Catatan atas laporan Keuangan ini juga memuat gambaran umum usaha bisnis perusahaan serta ikhtisar kebijakan akuntansi pencatatan yang diberlakukan pada usaha bisnis yang bersangkutan.

Dengan adanya laporan keuangan yang lengkap tersebut, maka diharapkan manajemen keuangan dalam bisnis bisa berjalan dengan baik, sehingga tujuan bisnis perusahaan bisa dapat tercapai sesuai dengan rencana dan dapat dipantau keberlanjutannya dengan analisa -analisa bisnis yang terpotret dalam laporan keuangan yang pada akhirnya kelangsungan bisnis dan keberlanjutan perusahaan bisa direalisasikan.

## **B. PENGERTIAN MANAJEMEN KEUANGAN DALAM BISNIS**

Pengertian Manajemen Keuangan dalam bisnis adalah aktivitas pemilik manajemen perusahaan untuk memperoleh sumber modal yang semurah mudahnya dan menggunakannya secara efisien dan efektif untuk meningkatkan produktifitas dan menghasilkan laba yang maksimal.

Aktivitas itu meliputi :

1. Aktivitas Pembiayaan (*Financing activity*),
2. Aktivitas Investasi (*Investment activity*), dan
3. Aktivitas Bisnis (*Business activity*)

Aktivitas Pembiayaan (*financing activity*) adalah kegiatan pemilik dan manajemen perusahaan untuk mencari sumber modal baik

sumber internal maupun sumber eksternal untuk membiayai kegiatan bisnis.

1. Sumber Internal adalah laba ditahan (*Retained earnings*), nilai penyusutan dan amortisasi serta deplesi (*Depretiation, amortization and depletion*), dan lain-lain misalnya penjualan harta tetap yang tidak produktif.
2. Sumber Eksternal adalah Modal pemilik atau modal sendiri (*owner capital and owner equity*), modal saham (*capital stock*) yang terdiri dari saham istimewa (*preferen stock*) dan saham biasa (*commom stock*), utang(*debt*) baik utang jangka pendek (*short term debt*) maupun utang jangka panjang (*long term debt*) dan lain-lainnya misalnya hibah dan waqaf.

Aktivitas Investasi (*Investment Activity*) adalah kegiatan penggunaan dana berdasarkan pemikiran hasil yang sebesar-besarnya dan resiko yang sekecil-kecilnya, aktivitas ini meliputi :

1. Modal kerja (*Working capital*) dan harta lancar (*current asets*)
2. Harta keuangan (*Financial assets*) yang terdiri dari investasi pada saham (stock) dan obligasi (*bonds*)
3. Harta tetap (*Real fixed assets*) yang terdiri dari tanah, gedung dan mesin serta peralatan
4. Harta tidak berwujud( *Intangible assets*) terdiri dari hak paten, hak pengelolaan hutan, hak pengelolaan tambang, *good will*.

Aktivitas Bisnis (*Business activity*) adalah kegiatan untuk mencari laba melalaui efektivitas penjualan barang atau jasa, dan efisiensi biaya yang akan menghasilkan laba. Aktivitas itu dapat dilihat dari Laporan Laba Rugi perusahaan yang terdiri dari unsur :

1. Pendapatan (*sales atau revenue*)
2. Beban (*expenses*)
3. Laba Rugi (*Profit- Loss*)

Tanggungjawab Manajemen Keuangan dalam hal ini aktivitas perusahaan ditinjau dari sudut manajemen keuangan menjadi tugas pengelola keuangan (manager keuangan). Tugasnya antara lain

adalah sebagai berikut :

1. Perolehan dana dengan biaya murah
2. Penggunaan dana dengan efisien dan efektif
3. Menganalisis laporan keuangan
4. Menganalisis lingkungan internal dan eksternal yang berhubungan dengan keputusan rutin dan khusus

Berdasarkan tugas tersebut manajemen keuangan memiliki tujuan antara lain :

1. Memaksimalkan nilai perusahaan
2. Membina relasi dengan pasar modal dan pasar uang

### **C. FUNGSI MANAJEMEN KEUANGAN DALAM BISNIS**

Sebelum kita membahas lebih lanjut tentang fungsi manajemen keuangan dalam bisnis, terlebih dahulu akan diuraikan beberapa fungsi dasar dari manajemen sebagai berikut:

Sebagaimana diketahui bersama bahwa fungsi-fungsi manajemen itu terdiri dari 6 point, yaitu:

1. Perencanaan (*Planning*)
2. Pengorganisasian (*Organizing*)
3. Pengarahan (*Directing*)
4. Pelaksanaan (*Actuating*)
5. Pengawasan/Pengendalian (*Controlling*)
6. Evaluasi/Penilaian (*Evaluation*)

Ad 1. *Planning* (Perencanaan) langkah awal menentukan tujuan dan cara untuk mencapai tujuan tersebut. Perencanaan yang baik berpedoman pada 5 W dan 1 H yakni *What, Why, Where, When, Who and How*. *What* (apa) yang akan dikerjakan?, *Why* (mengapa) pekerjaan itu harus dilakukan?, *Where* (dimana) pekerjaan akan dilakukan?, *When* (kapan) pekerjaan itu akan dilakukan?, *Who* (siapa) yang melakukan pekerjaan itu dan *How* (bagaimana) cara pelaksanaan pekerjaan itu. Menurut T Hanny Handoko, ada 4 (empat) tahap yang harus dilalui dalam proses perencanaan, yaitu:

1. Penetapan tujuan
2. Analisis keadaan
3. Identifikasi kemudahan dan hambatan, dan
4. Pengembangan rencana untuk mencapai tujuan

Ad 2. *Organizing* (Pengorganisasian) adalah merupakan proses penyusunan struktur organisasi yang dilanjutkan dengan pembagian tugas, wewenang, tanggungjawab serta sumber daya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dalam pengorganisasian perlu memegang prinsip-prinsip yang utama antara lain :

1. Penetapan tujuan yang jelas
2. Pembagian kerja
3. Pelimpahan wewenang
4. Kesatuan komando
5. Rentangan kekuasaan dan
6. Tingkat kekuasaan serta koordinasi

Ad 3. *Directing* (pengarahan) setelah adanya pengorganisasian serta tupoksi pembagian tugas masing masing, maka diperlukan adanya petunjuk dan pengarahan dari atasan dalam hal ini pimpinan untuk selalu mengarahkan, melihat dan memantau dari semua unsur organisasi untuk melakukan tugasnya dalam koridor kerja yang telah ditetapkan, dan jika ada yang terjadi mis komunikasi atau mis understanding, maka selalu diingatkan untuk tetap berjalan dan menjalankan tugasnya dan tupoksi dari job kerjanya serta work instruction masing - masing dalam mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan.

Ad 4. *Actuating* (Pelaksanaan/Penggerakkan) adalah tindakan mengusahakan agar semua anggota tim bekerja secara dasar mencapai tujuan. Pelaksanaan atau Penggerakkan mengandung arti definisi sebagai:

1. *Commanding*
2. *Motivating*
3. *Staffing*, dan

#### 4. *Leading*

*Commanding* yaitu menggerakkan orang lain melalui perintah atau komando.

*Motivating* adalah menggerakkan orang lain dengan memberi alasan-alasan, bimbingan, nasehat dan dorongan.

*Staffing* adalah menggerakkan orang lain dengan menempatkannya pada fungsi-fungsi yang sesuai dengan jabatan-jabatan tertentu.

*Leading* adalah yaitu menggerakkan orang lain dengan memberikan contoh atau teladan yang baik untuk mencapai tujuan.

Penggerakkan akan berhasil bila memegang prinsip-prinsip sebagai berikut :

1. Memberlakukan manusia dengan sebaik-baiknya melalui perilaku etika dan ahlak terbaik
2. Mendorong pertumbuhan dan perkembangan manusia dalam kehidupan dan karirnya
3. Menanamkan pada manusia keinginan untuk melebihi capaian target, harapan dan cita-cita
4. Menghargai hasil pekerjaan yang baik dan sempurna
5. Mengusahakan adanya keadilan dan tanpa pilih kasih
6. Memberikan kesempatan yang tepat dan bantuan yang cukup
7. Memberikan dorongan untuk mengembangkan potensi diri.

Ad 5. *Controlling* (pengawasan/pengendalian) adalah proses pengamatan, menilai pelaksanaan, pengendalian proses kerja dan jika perlu mengambil tindakan korektif sehingga pelaksanaan dapat berjalan sesuai tujuan yang ditetapkan.

Pengawasan memiliki beberapa fungsi, yaitu mencegah penyimpangan, memperbaiki kesalahan dan menindak penyelewengan, mendinamisasikan organisasi dan seluruh kegiatan

manajemen dan meningkatkan rasa tanggung jawab serta mendidik pegawai/karyawan agar jujur.

Pengawasan dapat dilakukan dengan langkah langkah sebagai berikut: menetapkan standar untuk pengawasan, mengukur kinerja, membandingkan hasil dengan standar dan memperbaiki penyimpangan dengan tindakan korektif.

Ada beberapa metode yang dapat dilakukan dalam pengawasan antara lain sistem kopmaratif yaitu membandingkan antara hasil dengan rencana , inspektif yaitu sistem pemeriksaan setempat yang berguna untuk mengetahui secara langsung keadaan sebenarnya mengenai pelaksanaan suatu pekerjaan, verikatif adalah suatu sistem pengawasan dengan pemeriksaan, investigatif adalah sistem pengawasan dengan melakukan penyelidikan.

Ad 6. *Evaluation* (pengevaluasian/penilaian) adalah mengevaluasi hasil kerja, apakah sudah berhasil atau belum mencapai tujuan yang telah ditetapkan. untuk mengetahui fungsi manajemen yang berhasil adalah diantaranya karyawan atau pegawai sudah bahagia, perusahaan maju dan berkembang dan income pendapatan bertambah.

\* Fungsi manajemen keuangan dalam bisnis meliputi 3 (tiga) fungsi pokok yaitu :

1. Keputusan untuk pengalokasian investasi ke dalam aktiva lancar dan aktiva tidak lancar (*investment decision*)
2. Keputusan tentang pendanaan, menentukan bauran sumber pembiayaan atau pendanaan utang jangka pendek, utang jangka panjang dan modal sendiri (*Financing decision*)
3. Keputusan tentang pengelolaan assets, kebijakan deviden yakni memutuskan berapa bagian jumlah dari laba bersih yang akan didistribusikan sebagai deviden dan berapa bagian jumlah laba yang ditahan (*Asset management decision*)

Fungsi pokok manajemen keuangan dalam bisnis tersebut ditujukan untuk memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham (*maximize welfare of stake holders*) atau memaksimalkan nilai perusahaan (*maximize value of firm*) yang ditunjukkan oleh peningkatan harga saham baik di pasar ekonomi maupun di pasar bursa efek jika sudah *go publik*.

Peningkatan harga saham atau adanya keuntungan yang surplus (*gain*) merupakan persyaratan pertama (*necessary condition*) untuk memaksimalkan nilai perusahaan, akan tetapi keuntungan surplus (*gain*) saja belumlah cukup memadai, namun harus tetap memperhitungkan tingkat imbal balik hasil (*required rate return*) yang diminta atau dipersyaratkan oleh pemodal yang disesuaikan dengan waktu dan resiko investasi sebagai persyaratan yang cukup (*sufficient condition*).

Memaksimalkan nilai perusahaan akan terwujud apabila harga saham meningkat untuk memperoleh keuntungan saham (*capital gain*) sebagai bagian dari imbalan hasil saham.

Imbalan hasil saham (*return*) terdiri dari deviden dan keuntungan saham (*capital gain*). Keuntungan saham berupa selisih positif dari harga jual dengan harga beli atau harga jual lebih besar dari harga beli saham.

Harga saham akan meningkat apabila para pemodal memperkirakan bahwa bisnis perusahaan menunjukkan prospek yang baik di masa yang akan datang. Prospek bisnis perusahaan tidak terlepas dari keputusan dari pengelolaan keuangan yang dilakukan oleh manajemen yang tercermin dalam laporan keuangan perusahaan.

Keputusan keuangan pada bidang penempatan aset atau investasi, seyogianya manajemen akan menempatkan pada aset yang memberikan manfaat yang optimal dalam pengertian bahwa penempatan aset atau investasi harus memperhatikan kendala yang ada dan yang akan dihadapi.

Optimal artinya bahwa fungsi tujuan memaksimalkan manfaat atau hasil telah memperhitungkan fungsi kendala, sebagai contoh : bahwa manajemen perusahaan akan lebih suka pada penjualan tunai karena ada kepastian arus kas, akan tetapi harus tetap menyadari bahwa keinginan tersebut terkendala oleh usaha para pesaing dalam merebut pelanggan atau konsumen dan perlu diperhatikan juga keterbatasan pelanggan atau konsumen dalam membayar secara tunai.

Manajemen tentu juga mempunyai keinginan yang besar untuk memperoleh keuntungan yang banyak dengan meningkatkan harga , akan tetapi akan terkendala dengan harga jual dari para pesaing atas kemampuan daya beli pelanggan atau konsumen.

Demikian juga pada penempatan aset atau investasi pada aktiva tetap, dengan mempertimbangkan dan menganalisis dengan perhitungan man yang lebih murah membeli aktiva tetap atau hanya menyewa aktiva tetap tersebut, akan tetapi karena lain hal, sehubungan dengan pemanfaatan aset tetap atau aktiva tetap tersebut tida optimal ,maka manajemen memutuskan akan lebih menguntungkan apabila aktiva tersebut dilakukan dengan cara menyewa.

Keputusan keuangan pada bidang pembiayaan , manajemen akan berupaya mencari sumber pendanaan dengan biaya yang paling murah,efisien dan efektif, akan tetapi tetap memperhatikan dan memperhitungkan kendala yang dihadapi perusahaan. Contoh : Apabila tersedia alternatif pembiayaan atau sumber pendanaan bank dengan bunga 12% dan 15% per tahun , tentunya secara sepintas akan lebih baik memilih pembiayaan atau sumber pendanaan bank yang 12% karena lebih murah dan tingkat bunganya lebih rendah. Namun sekiranya pembiayaan atau sumber pendanaan bank dengan bunga 12% itu meminta adanya jaminan , sementara perusahaan tidak memiliki jaminan yang dipersyaratkan dan hal inilah yang menjadi kendala yang dihadapi perusahaan, maka pilihan terbaik adalah memilih pembiayaan atau sumber

pendanaan dengan bunga 15% tanpa jaminan, meskipun pengenaan bunganya lebih yakni 15%. Contoh berikutnya adalah meminjam dana jangka panjang dengan bunga 15% akan lebih baik daripada meminjam dana dalam jangka pendek dengan bunga 12% apabila perusahaan membutuhkan dana tersebut untuk membeli aktiva tetap atau alasan tingkat kesulitan likuiditas yang dihadapi perusahaan. Menambah utang jangka pendek otomatis akan menurunkan tingkat kesulitan likuiditas perusahaan.

Keputusan keuangan pada bidang kebijakan deviden, yaitu menentukan jumlah laba yang akan didistribusikan kepada pemegang saham akan memperhatikan beberapa faktor antara lain, tersedianya kas, kesempatan dan peluang investasi, pembatasan dari kreditor jangka panjang atau keinginan sebagian pemegang saham yang menginginkan pembagian deviden yang besar dan perbedaan pengenaan tingkat pajak penghasilan (Pph) dengan pajak pertambahan nilai (PPN).

#### **D. PERANAN MANAJEMEN KEUANGAN DALAM BISNIS**

\* Peranan manajemen Keuangan dalam Bisnis

Manajemen keuangan dalam bisnis memiliki peranan dalam kehidupan bisnis perusahaan ditentukan oleh perkembangan ekonomi kapitalisme. Pada awal lahirnya kapitalisme sebagai sistem ekonomi pada abad 18, manajemen keuangan hanya membahas topik Rugi laba Perusahaan, selanjutnya secara berturut-turut manajemen keuangan memiliki peranan antara lain sebagai berikut:

1. Tahun 1900 awal : Penerbitan Surat Berharga
2. Tahun 1930-1940 : Kebangkrutan, reorganisasi
3. Tahun 1940-1950 : Anggaran dan Internal Audit
4. Tahun 1950-1970 : Eksternal Perusahaan
5. Tahun 1970- 1980: Inflasi
6. Tahun 1980- 1990: Krisis ekonomi keuangan
7. Tahun 1990- sekarang : Globalisasi

Perkembangan manajemen keuangan sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor antara lain kebijakan moneter, kebijakan pajak, kondisi ekonomi, kondisi sosial dan kondisi politik. Kebijakan moneter berhubungan dengan tingkat suku bunga dan inflasi. Khususnya inflasi mempunyai dampak langsung terhadap manajemen keuangan antara lain yang berkaitan dengan :

1. Masalah akuntansi
2. Kesulitan perencanaan
3. Permintaan terhadap modal
4. Suku bunga
5. Harga obligasi menurun

Kondisi ekonomi juga mempunyai dampak langsung terhadap manajemen keuangan, antara lain yang berkaitan dengan:

1. Persaingan Internasional
2. Keuangan Internasional
3. Kurs pertukaran yang berfluktuasi
4. Merger, Pengambil alihan dan restrukturisasi
5. Inovasi keuangan dan rekayasa keuangan

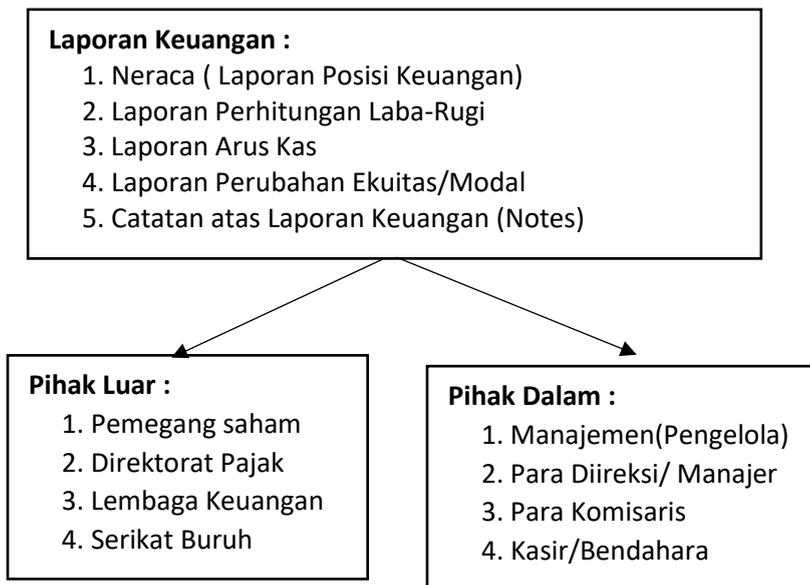
\* Beberapa pihak yang memerlukan Laporan Keuangan Perusahaan

Dalam dunia bisnis , ada beberapa pihak yang memerlukan laporan keuangan, yaitu pihak internal perusahaan dan pihak eksternal perusahaan. Pihak Internal perusahaan adalah para manager pada semua tingkatan. laporan keuangan ini dijadikan alat untuk mengambil keputusan rutin dan keputusan khusus. Keputusan rutin meliputi keputusan-keputusan yang berhubungan dengan kegiatan operasi perusahaan sehari-hari sedangkan keputusan khusus meliputi keputusan-keputusan yang berhubungan dengan investasi jangka panjang, misalnya untuk ekspansi perusahaan mendirikan pabrik baru, memproduksi produk dan varian baru, mendirikan anak perusahaan, melakukan riset pemasaran dan lain sebagainya yang membutuhkan kapital atau modal yang besar.

Pihak eksternal yang membutuhkan laporan keuangan antara lain adalah pemegang saham, kantor Pajak, pasar modal, lembaga keuangan, serikat buruh dan sebagainya. Mereka mempunyai kepentingan yang berbeda-beda dalam menggunakan informasi laporan keuangan. Pemegang saham untuk menilai investasi dan perkembangan dana yang telah disetorkan pada perusahaan, kantor pajak untuk menentukan besarnya pajak penghasilan perusahaan dan pajak pertambahan nilai baik yang terkait pada usaha perusahaan maupun kewajiban pajak dari karyawan perusahaan tersebut, pasar modal untuk memperkirakan harga saham, serikat buruh untuk memperkirakan bonus yang akan diterimanya dari hasil kinerja dan capaian produktivitas perusahaan.

Pihak-pihak yang memerlukan laporan keuangan disajikan dalam gambar berikut:

### **Pihak yang Memerlukan Laporan Keuangan**



## **E. PENUTUP**

Sebagai rangkuman dari materi ini atau kesimpulan dari bahasan Manajemen Keuangan dalam bisnis bahwa setelah diberikan terlebih dahulu tentang gambaran awal dari deskripsi perusahaan bisnis dan sifat dasar dari perusahaan bisnis dengan uraian pengertian dan definisi manajemen keuangan, fungsi-fungsi dari manajemen, peranan manajemen keuangan dan manajemen keuangan dalam bisnis yang dilengkapi dengan bahasan pentingnya pencatatan dan pelaporan keuangan yang lengkap, sehingga mulai dari perencanaan bisnis perusahaan, pengorganisasian manajemen perusahaan, pelaksanaan operasional perusahaan sampai kepada pengawasan dan pengendalian operasional perusahaan yang berakhir pada evaluasi penilaian dari kegiatan bisnis perusahaan tercermin dalam laporan keuangan yang meliputi, neraca posisi keuangan, laporan perhitungan laba rugi, laporan perubahan modal ekuitas, laporan arus kas dan catatan atas laporan keuangan memperlihatkan secara utuh manajemen keuangan dalam bisnis perusahaan yang terpadu satu dengan yang lainnya, tujuan perusahaan bisnis tersebut bisa diikuti dengan cermat mulai dari awal kronologis kegiatan perencanaan sampai dengan hasil kinerja setiap periode kegiatan operasional perusahaan bisnis tersebut sehingga diharapkan adanya keberlangsungan usaha dan pencapaian target serta rencana yang telah ditetapkan. Dengan demikian, manajemen keuangan dalam bisnis dapat dilaksanakan dengan baik dan sempurna dan menghasilkan profit (laba) yang diharapkan dari tahun ke tahun.

## **BAGIAN 9**

### **MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA**

#### **A. MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA BERBASIS EKONOMI UNTUK KINERJA OPTIMAL**

**Manajemen Sumber Daya Manusia Berbasis Ekonomi untuk Kinerja Optimal** adalah konsep pengelolaan SDM yang menggabungkan prinsip-prinsip ilmu ekonomi untuk mengoptimalkan kinerja organisasi. Pendekatan ini melihat pengelolaan sumber daya manusia tidak hanya sebagai fungsi administratif, tetapi sebagai investasi strategis yang dapat meningkatkan produktivitas dan efisiensi perusahaan.

Ada beberapa aspek dalam MSDM Berbasis Ekonomi untuk Kinerja Optimal ini, sebagai berikut:

##### **1. Prinsip-Prinsip Ekonomi dalam Pengelolaan Sumber Daya Manusia**

Prinsip-prinsip ekonomi, seperti efisiensi, produktivitas, dan pengalokasian sumber daya, sangat relevan dalam manajemen SDM. Dengan memahami faktor-faktor ekonomi ini, organisasi dapat merencanakan penggunaan sumber daya manusia yang lebih bijaksana dan efektif. Misalnya, perusahaan dapat mengoptimalkan biaya tenaga kerja dengan menerapkan analisis biaya-manfaat pada proses rekrutmen, pelatihan, serta sistem insentif yang diberikan kepada karyawan.

##### **2. Pengelolaan Kinerja Karyawan dari Perspektif Ekonomi**

Kinerja karyawan sangat penting untuk mencapai tujuan perusahaan. Dalam pendekatan berbasis ekonomi, perusahaan menerapkan metrik kinerja yang jelas dan terukur, seperti output kerja, kualitas kerja, dan produktivitas individual serta tim. Selain itu, perusahaan dapat menggunakan teknik analisis ekonomi untuk menghitung Return on Investment (ROI) pada pengeluaran terkait SDM, seperti pelatihan dan program

pengembangan karyawan. Dengan begitu, perusahaan dapat memahami apakah investasi pada SDM memberikan dampak positif atau negatif terhadap hasil bisnis.

### **3. Kompensasi dan Insentif Berbasis Ekonomi**

Ekonomi berbasis SDM berfokus pada struktur kompensasi yang dirancang untuk memaksimalkan kinerja karyawan sekaligus efisiensi biaya. Berdasarkan teori insentif, perusahaan dapat menyesuaikan gaji dan bonus agar sejalan dengan tujuan perusahaan dan meningkatkan produktivitas. Misalnya, skema insentif berbasis kinerja seperti komisi penjualan, bonus target, atau saham perusahaan dapat menjadi alat motivasi yang kuat. Perusahaan juga dapat mengukur efektivitas program insentif ini melalui analisis biaya-manfaat.

### **4. Strategi Ekonomi untuk Retensi Karyawan di Era Kompetitif**

Retensi karyawan adalah faktor penting dalam mengurangi biaya perekrutan dan pelatihan tenaga kerja baru. Dengan menggunakan analisis ekonomi, perusahaan dapat mengevaluasi biaya retensi karyawan dan menciptakan strategi yang paling efektif, seperti meningkatkan kepuasan kerja melalui program kesejahteraan, penawaran paket gaji kompetitif, dan kebijakan kerja fleksibel. Perusahaan dapat menggunakan data dari survei kepuasan karyawan atau turnover analysis untuk memprediksi risiko kehilangan karyawan dan melakukan intervensi yang diperlukan.

### **5. Implementasi Teknologi dalam Meningkatkan Efisiensi SDM**

Teknologi memiliki peran besar dalam meningkatkan efisiensi SDM. Alat seperti perangkat lunak manajemen SDM, sistem penilaian kinerja digital, dan platform pelatihan online dapat mengurangi beban kerja administratif serta memberikan data yang berguna untuk keputusan strategis. Dengan alat digital ini, perusahaan dapat mengurangi biaya dan waktu yang diperlukan dalam mengelola SDM. Analisis berbasis data juga membantu dalam memprediksi kebutuhan tenaga kerja dan mengoptimalkan jadwal serta sumber daya.

## **6. Studi Kasus Implementasi Manajemen SDM Berbasis Ekonomi di Perusahaan Global**

Beberapa perusahaan global telah berhasil menerapkan pendekatan ini untuk meningkatkan kinerja dan efisiensi SDM. Sebagai contoh, Google menggunakan analisis data dalam penempatan karyawan, kompensasi, dan pengembangan karir karyawan. Mereka juga menerapkan sistem insentif berbasis kinerja yang transparan untuk mendorong inovasi dan efektivitas tim.

Pendekatan manajemen SDM berbasis ekonomi adalah salah satu strategi yang dapat meningkatkan kinerja perusahaan secara signifikan. Dengan mengaplikasikan prinsip-prinsip ekonomi pada pengelolaan SDM, perusahaan dapat mengoptimalkan investasi pada karyawan, meningkatkan efisiensi, dan mengurangi biaya. Pendekatan ini juga menekankan pentingnya data dalam pengambilan keputusan dan perencanaan SDM yang strategis.

## **B. FUNDAMENTAL SUMBER DAYA MANUSIA DALAM PERSPEKTIF EKONOMI**

**Fundamental Sumber Daya Manusia dalam Perspektif Ekonomi** adalah pendekatan yang memandang sumber daya manusia (SDM) sebagai aset yang sangat berharga dan investasi jangka panjang yang dapat meningkatkan nilai organisasi serta daya saing ekonomi. Perspektif ini berfokus pada bagaimana prinsip-prinsip ekonomi diterapkan dalam pengelolaan SDM untuk mencapai produktivitas tinggi, efisiensi, dan pertumbuhan berkelanjutan.

Beberapa aspek fundamental SDM dalam perspektif ekonomi.

### **1. Pengertian dan Peran SDM dalam Ekonomi**

Dalam perspektif ekonomi, SDM mencakup semua individu yang terlibat dalam organisasi dan berkontribusi pada pencapaian tujuan perusahaan. SDM bukan hanya sekadar tenaga kerja, tetapi merupakan modal manusia (human capital)

yang memiliki kemampuan, keterampilan, pengalaman, dan potensi untuk menghasilkan nilai bagi organisasi. Ekonomi melihat SDM sebagai faktor produksi yang memerlukan pengelolaan efektif agar organisasi dapat meningkatkan output dan mencapai efisiensi.

## **2. Human Capital Theory: SDM sebagai Investasi Ekonomi**

Teori modal manusia (Human Capital Theory) menyatakan bahwa individu atau organisasi yang berinvestasi dalam pengembangan SDM—melalui pendidikan, pelatihan, dan pengalaman—akan mendapatkan keuntungan jangka panjang berupa peningkatan produktivitas dan daya saing. Peningkatan modal manusia berkontribusi pada inovasi dan efektivitas operasional yang pada akhirnya menguntungkan perusahaan. Misalnya, perusahaan yang memberikan pelatihan berkala kepada karyawan akan memiliki SDM yang lebih terampil dan mampu mengikuti perubahan teknologi atau dinamika pasar.

## **3. Produktivitas dan Efisiensi SDM dalam Perspektif Ekonomi**

Produktivitas SDM merupakan ukuran dari seberapa efektif tenaga kerja dapat menghasilkan output yang sesuai dengan standar perusahaan. Dari perspektif ekonomi, produktivitas karyawan adalah salah satu indikator penting yang menentukan tingkat efisiensi dan daya saing perusahaan. Ekonomi dalam manajemen SDM berfokus pada strategi untuk meningkatkan produktivitas ini dengan memperhatikan motivasi, lingkungan kerja yang mendukung, serta kompensasi yang sepadan dengan kontribusi karyawan.

## **4. Teori Insentif dan Motivasi Berbasis Ekonomi**

Salah satu prinsip ekonomi yang diterapkan dalam manajemen SDM adalah teori insentif, yang menyatakan bahwa karyawan akan lebih termotivasi untuk bekerja keras jika terdapat insentif yang menarik, baik dalam bentuk materi (seperti bonus dan komisi) maupun non-materi (seperti pengakuan dan kesempatan promosi). Perusahaan dapat merancang sistem kompensasi berbasis kinerja untuk memastikan bahwa karyawan termotivasi secara maksimal, yang pada akhirnya

akan meningkatkan produktivitas dan efisiensi organisasi secara keseluruhan.

5. **Alokasi dan Pengelolaan SDM Berdasarkan Prinsip Efisiensi Ekonomi**

Pengalokasian SDM yang tepat sangat penting untuk mencapai efisiensi ekonomi. Prinsip alokasi ini melibatkan penempatan karyawan pada posisi yang paling sesuai dengan keterampilan mereka untuk memaksimalkan produktivitas. Dalam praktiknya, ini mencakup proses seleksi yang ketat, penempatan yang sesuai dengan kompetensi karyawan, dan analisis kebutuhan tenaga kerja yang berkelanjutan. Analisis ini membantu perusahaan menyesuaikan kebutuhan tenaga kerja dengan permintaan pasar atau siklus bisnis yang sedang dihadapi.

6. **Investasi dalam Pendidikan dan Pelatihan SDM**

Investasi dalam pendidikan dan pelatihan SDM merupakan langkah strategis yang membawa dampak jangka panjang bagi perusahaan. Perspektif ekonomi menekankan pentingnya pembekalan karyawan dengan keterampilan yang relevan untuk memenuhi kebutuhan pasar yang terus berkembang. Dengan memberikan pelatihan berkualitas, perusahaan tidak hanya meningkatkan kemampuan individu tetapi juga meningkatkan daya saing kolektif organisasi. Pengembangan SDM ini memungkinkan perusahaan untuk tetap kompetitif dan adaptif terhadap perubahan pasar.

7. **Return on Investment (ROI) dalam Pengelolaan SDM**

Dalam perspektif ekonomi, efektivitas pengelolaan SDM diukur melalui Return on Investment (ROI). Ini adalah metrik yang digunakan untuk menilai sejauh mana pengeluaran untuk SDM, seperti pelatihan atau rekrutmen, menghasilkan nilai balik yang lebih tinggi daripada biaya awal. Dengan memahami ROI, manajemen dapat membuat keputusan yang lebih baik tentang alokasi anggaran untuk SDM, memprioritaskan program yang memberikan dampak signifikan, dan menghindari investasi yang kurang efektif.

#### 8. **Pemanfaatan Teknologi dalam Optimalisasi SDM**

Teknologi menjadi faktor penting dalam meningkatkan efisiensi ekonomi dalam pengelolaan SDM. Dengan memanfaatkan perangkat lunak manajemen SDM, perusahaan dapat mengotomatisasi berbagai fungsi administratif seperti perekrutan, pelatihan, dan penilaian kinerja. Teknologi juga memungkinkan manajemen berbasis data (data-driven management) untuk menganalisis kinerja dan kebutuhan SDM secara lebih mendalam, yang pada akhirnya membantu perusahaan membuat keputusan yang lebih efektif.

#### 9. **Dampak Ekonomi Global terhadap Manajemen SDM**

Perspektif ekonomi pada SDM juga mencakup analisis dampak ekonomi global terhadap pasar tenaga kerja. Faktor seperti globalisasi, perubahan teknologi, dan tren ekonomi global dapat mempengaruhi ketersediaan tenaga kerja, upah, serta persyaratan kompetensi yang dibutuhkan. Organisasi perlu memiliki strategi adaptif untuk menangani dampak ini, seperti merancang program pelatihan yang relevan dengan perubahan ekonomi atau menerapkan strategi rekrutmen internasional untuk mendapatkan tenaga kerja yang kompeten.

Perspektif ekonomi dalam pengelolaan SDM menekankan bahwa karyawan adalah aset yang tidak hanya dapat menghasilkan nilai tambah, tetapi juga memerlukan pengelolaan yang efisien agar dapat memberikan kontribusi optimal. Pendekatan ini berfokus pada investasi dalam pendidikan dan pelatihan, pengelolaan berbasis data, serta pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi. Dengan mengadopsi prinsip-prinsip ekonomi dalam manajemen SDM, perusahaan tidak hanya mampu meningkatkan daya saing di pasar tetapi juga membangun fondasi SDM yang kokoh untuk pertumbuhan jangka panjang.

### C. POLA REKRUTMEN DAN SELEKSI SUMBER DAYA MANUSIA (SDM) BERDASARKAN PERSPEKTIF EKONOMI

**Pola Rekrutmen dan Seleksi SDM Berdasarkan Perspektif Ekonomi** adalah pendekatan yang mengintegrasikan prinsip-prinsip ekonomi untuk mencapai efektivitas, efisiensi, dan daya saing dalam proses perekrutan dan seleksi tenaga kerja. Pendekatan ini berfokus pada cara-cara yang dapat menurunkan biaya dan memaksimalkan keuntungan melalui pengelolaan rekrutmen dan seleksi yang berbasis analisis ekonomi. Berikut adalah uraian mendalam tentang pola rekrutmen dan seleksi SDM dari perspektif ekonomi.

Berikut adalah Pola Rekrutmen dan Seleksi Sumber Daya Manusia (SDM) Berdasarkan Perspektif Ekonomi :

ASPEK	PENJELASAN
Tujuan Rekrutmen dan Seleksi	Memastikan karyawan yang direkrut memiliki keterampilan yang sesuai untuk menghasilkan produktivitas dan efektivitas yang optimal, serta menjaga keseimbangan biaya dalam proses rekrutmen agar mencapai efisiensi ekonomi.
Analisis Permintaan dan Penawaran SDM	Dalam perspektif ekonomi, permintaan SDM didasarkan pada kebutuhan perusahaan terhadap keterampilan tertentu, sedangkan penawaran SDM berkaitan dengan ketersediaan tenaga kerja yang memenuhi kualifikasi. Proses ini melibatkan pemetaan pasar tenaga kerja, termasuk analisis gaji.
Biaya Rekrutmen	Meliputi biaya iklan lowongan kerja, seleksi, pelatihan awal, dan waktu yang dihabiskan tim HR. Perspektif ekonomi menekankan

	<p>analisis biaya-manfaat (cost-benefit analysis) untuk memastikan proses rekrutmen yang hemat biaya tanpa mengurangi kualitas.</p>
<p><b>Metode Rekrutmen</b></p>	<p>Memilih metode rekrutmen yang paling efisien secara ekonomi, misalnya melalui jaringan profesional, platform online, atau agensi perekrutan untuk menghemat waktu dan biaya. Metode yang dipilih harus mempertimbangkan anggaran serta efektivitas jangka panjang.</p>
<p><b>Kualifikasi dan Kompetensi SDM</b></p>	<p>Kualifikasi yang dicari harus mencerminkan kebutuhan ekonomi perusahaan dan relevansi keterampilan untuk produktivitas. Ekonomi dalam SDM mendorong seleksi yang ketat untuk memastikan kandidat memiliki kompetensi yang bernilai tinggi bagi perusahaan.</p>
<p><b>Seleksi Berbasis Ekonomi</b></p>	<p>Proses seleksi melibatkan tes psikometrik, wawancara berbasis kompetensi, dan analisis rekam jejak untuk mengidentifikasi kandidat yang memiliki nilai ekonomi tertinggi bagi perusahaan. Fokusnya adalah pada efektivitas biaya dan potensi kontribusi produktif kandidat.</p>
<p><b>Penilaian Biaya dan Risiko Turnover</b></p>	<p>Perspektif ekonomi memperhitungkan risiko turnover untuk menghindari biaya tambahan rekrutmen dan pelatihan berulang. Dengan analisis risiko ini, perusahaan dapat memprioritaskan kandidat yang memiliki potensi untuk jangka panjang.</p>

<b>Pengaruh Ekonomi Global</b>	<p>Dinamika ekonomi global dapat memengaruhi ketersediaan tenaga kerja di berbagai sektor. Perusahaan yang menggunakan pendekatan ekonomi akan mempertimbangkan tren global, seperti digitalisasi dan otomatisasi, dalam menyusun kualifikasi dan kriteria seleksi SDM.</p>
<b>ROI Rekrutmen dan Seleksi</b>	<p>Proses ini diukur dari segi Return on Investment (ROI) dengan mengevaluasi hasil produktivitas kandidat baru terhadap biaya rekrutmen dan pelatihan. Rekrutmen yang efisien secara ekonomi menghasilkan ROI yang positif dan berkontribusi pada pertumbuhan perusahaan.</p>
<b>Teknologi dan Data dalam Rekrutmen</b>	<p>Pemanfaatan teknologi, seperti Applicant Tracking System (ATS) dan analisis berbasis data, membantu mempercepat proses rekrutmen dan seleksi serta menurunkan biaya operasional. Data memungkinkan HR untuk membuat keputusan yang lebih akurat dan hemat biaya.</p>
<b>Studi Kasus dan Benchmarking</b>	<p>Pendekatan ekonomi mendorong perusahaan untuk mempelajari praktik terbaik dari organisasi lain yang sukses dalam rekrutmen dan seleksi, untuk memahami cara-cara menekan biaya sambil mempertahankan kualitas.</p>

Tabel ini memberikan gambaran lengkap tentang pola rekrutmen dan seleksi SDM dengan perspektif ekonomi yang bertujuan

meningkatkan efisiensi dan produktivitas dalam setiap tahapnya, mulai dari perencanaan hingga evaluasi.

## **D. DINAMIKA SUMBER DAYA MANUSIA DALAM EKONOMI GLOBAL**

**Dinamika Sumber Daya Manusia dalam Ekonomi Global** mencakup perubahan, tantangan, serta peluang dalam pengelolaan SDM di era globalisasi. Perubahan global, seperti integrasi ekonomi, perkembangan teknologi, dan tren pasar tenaga kerja internasional, berdampak besar pada cara perusahaan mengelola tenaga kerja mereka. Berikut adalah uraian rinci tentang berbagai aspek yang memengaruhi dinamika SDM dalam ekonomi global:

### **1. Globalisasi dan Mobilitas Tenaga Kerja**

Globalisasi memungkinkan perusahaan memperluas pasar dan operasi mereka ke berbagai negara. Sebagai hasilnya, mobilitas tenaga kerja lintas negara meningkat, baik dalam bentuk pengiriman karyawan ke luar negeri maupun perekrutan tenaga kerja asing. Mobilitas ini memberikan manfaat berupa peningkatan pengetahuan dan keterampilan melalui transfer antarbudaya, tetapi juga menghadirkan tantangan dalam hal pengelolaan perbedaan budaya, bahasa, serta kebijakan ketenagakerjaan.

Mobilitas global juga memengaruhi persaingan tenaga kerja, di mana perusahaan dapat mencari talenta terbaik dari seluruh dunia. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk membentuk tim global yang multikultural, tetapi membutuhkan strategi SDM yang mampu menyelaraskan berbagai latar belakang karyawan agar tetap produktif dan harmonis.

### **2. Perubahan Struktur Kerja dan Keterampilan**

Dinamika ekonomi global mendorong perubahan besar dalam struktur pekerjaan dan kebutuhan keterampilan. Transformasi digital dan otomatisasi membuat beberapa pekerjaan menjadi usang, sementara menciptakan kebutuhan akan keterampilan

baru, terutama dalam teknologi informasi, analisis data, dan keterampilan digital lainnya. Perusahaan global kini semakin membutuhkan karyawan yang tidak hanya memiliki keterampilan teknis, tetapi juga keterampilan adaptif seperti fleksibilitas, kreativitas, dan kemampuan bekerja dalam lingkungan virtual.

Perubahan ini membuat perusahaan harus menginvestasikan lebih banyak dalam pelatihan dan pengembangan SDM untuk meningkatkan keterampilan karyawan yang relevan dengan kebutuhan pasar global. Tantangan bagi perusahaan adalah mengidentifikasi keterampilan yang akan dibutuhkan di masa depan dan menyiapkan strategi pelatihan yang efektif agar karyawan siap menghadapi perubahan tersebut.

### **3. Tantangan Regulasi dan Kebijakan Ketenagakerjaan Internasional**

Setiap negara memiliki kebijakan ketenagakerjaan yang berbeda, termasuk terkait upah minimum, perlindungan karyawan, dan aturan kontrak kerja. Perusahaan multinasional harus mematuhi regulasi di berbagai yurisdiksi, yang dapat menambah kompleksitas pengelolaan SDM. Perusahaan perlu menyesuaikan kebijakan mereka untuk mematuhi hukum ketenagakerjaan lokal sambil mempertahankan keseragaman standar operasional.

Selain itu, perjanjian perdagangan internasional dan organisasi, seperti Organisasi Perburuhan Internasional (ILO), juga memengaruhi kebijakan SDM, terutama dalam hal standar kerja yang layak dan keadilan bagi tenaga kerja. Perusahaan harus memastikan kebijakan SDM mereka sesuai dengan prinsip-prinsip global ini untuk menghindari risiko hukum dan menjaga reputasi mereka.

### **4. Keseimbangan Kerja dan Kehidupan Pribadi di Pasar Tenaga Kerja Global**

Dengan semakin berkembangnya ekonomi global, tuntutan kerja meningkat, dan peran teknologi membuat batas antara

kerja dan kehidupan pribadi menjadi semakin kabur. Perusahaan global kini menghadapi tantangan dalam membantu karyawan menjaga keseimbangan kerja-hidup (work-life balance), yang menjadi faktor penting dalam mempertahankan karyawan. Keseimbangan ini memengaruhi kepuasan dan produktivitas karyawan, sehingga perusahaan perlu mengembangkan kebijakan yang mendukung fleksibilitas waktu kerja, seperti kerja jarak jauh (remote working) atau waktu kerja fleksibel.

Penerapan kebijakan yang mendukung work-life balance dapat membantu perusahaan mengurangi tingkat stres dan burnout di kalangan karyawan, yang pada akhirnya meningkatkan retensi dan kepuasan kerja.

#### **5. Kompetisi Global untuk Talenta Terbaik**

Di era ekonomi global, perusahaan bersaing ketat untuk mendapatkan talenta terbaik dari seluruh dunia. Kompetisi ini semakin intensif terutama di industri yang mengandalkan keterampilan tinggi, seperti teknologi, keuangan, dan penelitian ilmiah. Perusahaan perlu menerapkan strategi yang efektif untuk menarik dan mempertahankan talenta, seperti memberikan kompensasi kompetitif, kesempatan pengembangan karir, dan budaya kerja yang inklusif.

Kompetisi untuk mendapatkan talenta global membuat perusahaan fokus pada branding sebagai “employer of choice,” dengan menawarkan nilai lebih dibandingkan kompetitor. Hal ini meliputi kebijakan yang mendukung keragaman dan inklusi serta menciptakan lingkungan kerja yang memberdayakan karyawan.

#### **6. Pemanfaatan Teknologi Digital dalam Pengelolaan SDM**

Ekonomi global memanfaatkan teknologi digital untuk mengelola SDM dengan lebih efisien. Teknologi seperti platform rekrutmen online, sistem manajemen kinerja berbasis cloud, serta alat pelatihan digital membantu perusahaan dalam menemukan, mengelola, dan mengembangkan SDM di

berbagai lokasi. Digitalisasi memungkinkan perusahaan mengurangi biaya operasional dan mempercepat proses manajemen SDM.

Selain itu, teknologi analitik data memungkinkan HR untuk membuat keputusan yang lebih baik berdasarkan data mengenai kebutuhan pelatihan, kinerja karyawan, dan tren turnover. Pemanfaatan data ini juga membantu HR dalam merancang program pengembangan SDM yang lebih efektif.

#### **7. Etika dan Keadilan dalam Pengelolaan SDM Global**

Ekonomi global juga membawa perhatian pada isu etika dan keadilan dalam pengelolaan SDM. Perusahaan yang beroperasi di berbagai negara perlu memastikan bahwa kebijakan SDM mereka mendukung kesejahteraan dan keadilan, tanpa memandang latar belakang budaya atau asal geografis karyawan. Ini mencakup kebijakan yang menjamin kesetaraan gender, keragaman budaya, dan upah yang adil.

Pengelolaan SDM berbasis etika sangat penting bagi perusahaan yang ingin membangun citra yang baik di mata publik. Perusahaan perlu memastikan bahwa mereka tidak hanya mematuhi regulasi tetapi juga memperjuangkan kesejahteraan karyawan sebagai bagian dari tanggung jawab sosial mereka.

## BAGIAN 10

# ANALISIS RISIKO DAN MANAJEMEN RISIKO

### A. PENGANTAR MANAJEMEN RISIKO

#### 1. Definisi dan Konsep Dasar Risiko

Risiko dapat didefinisikan sebagai kemungkinan terjadinya peristiwa yang dapat memberikan dampak negatif atau menghalangi pencapaian tujuan. Risiko mencakup ketidakpastian yang dapat memengaruhi proses bisnis, proyek, atau keputusan individu. Beberapa konsep dasar risiko meliputi:

- a. **Ketidakpastian:** Perbedaan antara ekspektasi dan kenyataan yang dapat membawa potensi kerugian.
- b. **Sumber Risiko:** Faktor-faktor yang menyebabkan timbulnya risiko, seperti perubahan ekonomi, bencana alam, kesalahan manusia, dan perkembangan teknologi.
- c. **Kategori Risiko:** Risiko dapat diklasifikasikan menjadi berbagai kategori, seperti risiko keuangan, operasional, strategis, hukum, dan reputasi.

#### 2. Pentingnya Manajemen Risiko

Manajemen risiko sangat penting dalam berbagai aspek organisasi karena membantu mengidentifikasi, menganalisis, dan mengendalikan potensi ancaman. Beberapa alasan pentingnya manajemen risiko meliputi:

- a. **Perlindungan Aset:** Mengurangi potensi kerugian finansial dan kerusakan pada aset penting organisasi.
- b. **Keberlanjutan Operasional:** Memastikan kelangsungan operasional dengan mengurangi gangguan.
- c. **Kepatuhan:** Memenuhi persyaratan hukum dan peraturan yang mengatur operasi bisnis.
- d. **Pengambilan Keputusan yang Lebih Baik:** Menyediakan informasi yang relevan untuk membuat keputusan yang tepat, berdasarkan evaluasi risiko dan manfaat.

- e. **Meningkatkan Kepercayaan Stakeholder:** Memperkuat hubungan dengan investor, pelanggan, dan mitra bisnis dengan menunjukkan komitmen terhadap pengelolaan risiko.

### 3. Tujuan dan Manfaat Manajemen Risiko

Manajemen risiko memiliki tujuan utama untuk melindungi organisasi dari kerugian yang tidak diinginkan dan memaksimalkan peluang keberhasilan. Tujuan dan manfaat dari manajemen risiko meliputi;

- a. **Mengidentifikasi dan Mengelola Risiko:** Memahami potensi ancaman dan bagaimana menanganinya.
- b. **Meningkatkan Stabilitas Operasional:** Mengurangi dampak dari risiko yang terwujud dan menjaga kelangsungan bisnis.
- c. **Mengoptimalkan Penggunaan Sumber Daya:** Mengalokasikan sumber daya secara efisien untuk menangani risiko yang paling signifikan.
- d. **Meningkatkan Daya Saing:** Mengelola risiko secara proaktif untuk menciptakan keunggulan kompetitif di pasar.
- e. **Meningkatkan Kesejahteraan Karyawan:** Melindungi kesehatan, keselamatan, dan kesejahteraan karyawan melalui mitigasi risiko yang berpotensi membahayakan.

## B. IDENTIFIKASI RISIKO

Identifikasi risiko adalah langkah kritis dalam manajemen risiko yang bertujuan untuk mengenali dan mendeskripsikan risiko yang mungkin memengaruhi keberhasilan suatu proyek. Proses ini membantu mengidentifikasi semua potensi ancaman dan peluang yang relevan, sehingga organisasi dapat merencanakan strategi mitigasi atau pengoptimalan yang tepat. Tujuan identifikasi risiko adalah untuk mengidentifikasi semua risiko yang relevan yang dapat berdampak pada proyek dan mengembangkan daftar risiko yang komprehensif untuk dianalisis lebih lanjut dalam proses manajemen risiko. Langkah ini bertujuan untuk membangun pemahaman yang mendalam tentang konteks proyek, sehingga

dapat mengantisipasi potensi dampak risiko terhadap pencapaian tujuan proyek. Dengan demikian, proses ini membantu mempersiapkan langkah-langkah mitigasi yang efektif dalam menjaga stabilitas dan kelancaran proyek.

Metodologi identifikasi risiko melibatkan pendekatan sistematis yang dimulai dengan pengumpulan data, termasuk informasi proyek yang relevan, seperti desain, rencana pelaksanaan, dan lingkungan proyek. Setelah data terkumpul, analisis konteks dilakukan untuk memahami faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi risiko. Kemudian, teknik identifikasi risiko yang sesuai diterapkan untuk memetakan berbagai risiko yang mungkin muncul. Semua risiko yang teridentifikasi didokumentasikan secara terstruktur untuk memudahkan proses analisis dan pengelolaan risiko di tahap berikutnya. Berikut adalah beberapa teknik umum yang digunakan dalam proses identifikasi risiko:

### **1. Brainstorming**

Brainstorming adalah teknik yang melibatkan sekelompok orang untuk bersama-sama mengemukakan ide dan mengidentifikasi risiko potensial. Dalam pelaksanaannya, brainstorming sering dipandu oleh seorang fasilitator yang bertugas memastikan bahwa setiap anggota tim memiliki kesempatan untuk menyampaikan gagasan tanpa rasa takut akan kritik. Keuntungan dari metode ini terletak pada kemampuannya untuk menghasilkan banyak ide dalam waktu singkat, mendorong kreativitas di antara anggota tim, dan memastikan partisipasi yang merata. Dengan cara ini, brainstorming dapat membuka jalan bagi solusi inovatif dan perspektif yang beragam. Namun, teknik ini juga memiliki keterbatasan, seperti risiko munculnya bias kelompok, di mana anggota cenderung mengikuti pendapat yang dominan, serta kemungkinan mengabaikan risiko yang kurang jelas atau yang memerlukan pemahaman mendalam. Langkah-langkah dalam brainstorming mencakup pengumpulan tim yang terdiri dari individu dengan keahlian yang relevan, mendefinisikan tujuan sesi secara jelas, dan menciptakan

suasana yang mendukung kreativitas. Selama proses brainstorming, semua ide dicatat tanpa evaluasi atau kritik, dan setelah sesi selesai, ide-ide tersebut dikelompokkan dan dievaluasi untuk menentukan yang paling layak atau relevan untuk dikembangkan lebih lanjut.

## **2. Checklist**

Checklist adalah alat yang digunakan untuk mengidentifikasi risiko potensial dengan menyusun daftar risiko yang telah teridentifikasi dari pengalaman proyek-proyek sebelumnya. Checklist ini bertujuan untuk meminimalkan kelalaian dan meningkatkan konsistensi dalam proses identifikasi risiko. Dengan memastikan semua risiko yang relevan telah dipertimbangkan, penggunaan checklist dapat memperkuat keandalan manajemen risiko. Proses penyusunan checklist dimulai dengan mengumpulkan data dari proyek-proyek terdahulu yang serupa, kemudian meninjau daftar tersebut bersama dengan tim proyek guna memastikan kelengkapannya. Meskipun bermanfaat, checklist memiliki keterbatasan dalam hal fleksibilitas, terutama dalam menghadapi risiko baru yang belum pernah diidentifikasi sebelumnya. Oleh karena itu, checklist harus dikembangkan secara dinamis dengan penambahan risiko-risiko baru yang ditemukan seiring waktu. Hal ini memungkinkan organisasi untuk terus memperbarui daftar risiko dan meningkatkan efektivitas manajemen risiko secara berkelanjutan.

## **3. Delphi Technique**

Delphi Technique adalah metode sistematis yang digunakan untuk mengidentifikasi dan menilai risiko dalam suatu proyek dengan melibatkan para ahli melalui serangkaian survei anonim. Teknik Delphi adalah sebuah proses pengumpulan pendapat para ahli yang dirancang untuk mencapai konvergensi pendapat mengenai suatu permasalahan nyata tertentu ( )

Teknik ini bertujuan untuk mengurangi pengaruh bias individu dan memastikan bahwa pandangan para ahli dievaluasi secara

objektif, tanpa tekanan sosial atau dominasi dari anggota tertentu. Salah satu keunggulan utama Delphi Technique adalah kemampuannya untuk menyatukan berbagai perspektif dari pakar yang memiliki latar belakang dan pengetahuan mendalam, memungkinkan pengumpulan informasi yang komprehensif. Proses ini dimulai dengan memilih panel ahli yang sesuai, kemudian mengedarkan kuesioner awal untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi risiko yang dihadapi proyek. Setelah tanggapan dikumpulkan, hasilnya dianalisis, dan kuesioner diperbarui berdasarkan umpan balik yang diterima untuk mengklarifikasi dan memperdalam penilaian risiko. Tahapan ini diulangi hingga tercapai konsensus di antara para ahli. Meskipun efektif dalam menghasilkan penilaian risiko yang berbobot, Delphi Technique memiliki keterbatasan, seperti kebutuhan akan waktu yang cukup lama dan koordinasi yang baik untuk memastikan partisipasi aktif dari semua ahli serta kelancaran komunikasi dalam proses berulang.

#### **4. SWOT Analysis**

SWOT Analysis adalah metode analisis strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats) yang dapat memengaruhi keberhasilan suatu proyek. Teknik ini bertujuan untuk memberikan pemahaman menyeluruh mengenai faktor internal dan eksternal yang dapat berdampak positif maupun negatif terhadap proyek. Dengan menganalisis kekuatan, seperti sumber daya yang cukup atau keunggulan teknologi, proyek dapat memanfaatkan potensi yang ada. Di sisi lain, mengidentifikasi kelemahan, seperti keterbatasan sumber daya manusia atau ketergantungan pada mitra, memungkinkan perencanaan mitigasi yang lebih baik. Peluang, seperti dukungan kebijakan pemerintah atau kemajuan teknologi, dapat dioptimalkan untuk mendorong keberhasilan, sementara ancaman, seperti perubahan regulasi atau ketidakstabilan pasar, memerlukan strategi antisipasi. Proses SWOT dimulai

dengan menyusun tim analisis yang kompeten untuk mengidentifikasi keempat elemen secara sistematis. Diskusi terstruktur dilakukan untuk memastikan semua faktor terdeteksi dan dicatat dengan jelas. Hasil analisis kemudian digunakan untuk mengembangkan strategi yang memanfaatkan kekuatan dan peluang serta mengurangi dampak kelemahan dan ancaman. Meskipun SWOT Analysis memberikan pandangan yang komprehensif, keterbatasannya adalah bahwa metode ini hanya memberikan gambaran umum tanpa solusi spesifik, sehingga perlu diintegrasikan dengan teknik analisis lain untuk mendapatkan hasil yang lebih mendalam. Implementasi hasil SWOT juga dapat memperkuat perencanaan risiko dan strategi mitigasi proyek.

## C. ANALISIS RISIKO

### 1. Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif dalam Analisis Risiko

Dalam analisis risiko, terdapat dua pendekatan utama yang dapat digunakan, yaitu pendekatan kualitatif dan kuantitatif. **Pendekatan kualitatif** bertujuan untuk memahami risiko berdasarkan persepsi, pengalaman, atau penilaian subyektif, tanpa menggunakan perhitungan numerik yang terperinci. Metode ini biasanya dipilih ketika data yang tersedia terbatas, atau ketika risiko yang ingin diidentifikasi sulit diukur secara langsung. Tujuan utama dari pendekatan ini adalah untuk memberikan penilaian awal yang berguna bagi pengambilan keputusan. Teknik yang sering digunakan dalam pendekatan kualitatif meliputi brainstorming, di mana berbagai pandangan dari para ahli dikumpulkan untuk mengidentifikasi risiko secara komprehensif, serta wawancara dan Focus Group Discussion (FGD) yang memungkinkan penggalian wawasan dari berbagai pemangku kepentingan. Selain itu, pendekatan ini dapat melibatkan penggunaan checklist dan tabel risiko untuk menilai tingkat risiko dengan skala sederhana, seperti

rendah, sedang, dan tinggi, sehingga memudahkan proses klasifikasi dan mitigasi risiko.

Di sisi lain, **pendekatan kuantitatif** mengandalkan data dan analisis numerik untuk memberikan pengukuran yang lebih akurat terkait probabilitas dan dampak risiko. Teknik kuantitatif memerlukan data statistik yang dapat membantu dalam mengukur kemungkinan terjadinya risiko dan dampaknya terhadap organisasi. Beberapa metode yang digunakan dalam pendekatan ini adalah model probabilistik, yang bertujuan untuk mengestimasi distribusi hasil keuangan berdasarkan analisis risiko, serta simulasi Monte Carlo yang memungkinkan pemodelan berbagai skenario dan hasil risiko secara mendetail. Dengan demikian, pendekatan kuantitatif memberikan dasar yang kuat untuk membuat keputusan strategis dengan memperhitungkan volatilitas pasar atau variabel lain yang mempengaruhi risiko keuangan. Contoh implementasi dari pendekatan kuantitatif ini mencakup perhitungan probabilitas risiko yang terjadi dan analisis dampak finansial yang diakibatkannya, serta penggunaan model keuangan yang memperhitungkan faktor-faktor eksternal seperti fluktuasi pasar untuk meminimalkan kerugian yang mungkin terjadi.

## **2. Matriks Risiko dan Profil Risiko**

Matriks Risiko merupakan alat visual yang digunakan untuk mengklasifikasikan risiko berdasarkan dua dimensi utama, yaitu kemungkinan terjadinya (probability) dan dampaknya (impact). Matriks ini biasanya digambarkan dalam bentuk tabel yang memetakan tingkat risiko dalam kategori rendah, sedang, dan tinggi, sehingga memudahkan analisis dan pengambilan keputusan terkait manajemen risiko.

A. Peta

Matriks Analisis Risiko 5 x 5			Tingkat Dampak				
			1 Tidak Signifikan	2 Minor	3 Moderat	4 Signifikan	5 Sangat Signifikan
Tingkat Frekuensi	5	Hampir pasti terjadi	9	15	18	23	25
	4	Sering terjadi	6	12	16	19	24
	3	Kadang terjadi	4	10	14	17	22
	2	Jarang terjadi	2	7	11	13	21
	1	Hampir tidak terjadi	1	3	5	8	20

B. Level Risiko

Level Risiko	Besaran risiko	Warna
Sangat Tinggi (5)	20 s.d 25	Merah
Tinggi (4)	16 s.d 19	Orange
Sedang (3)	12 s.d 15	Kuning
Rendah (2)	6 s.d 11	Hijau
Sangat Rendah (1)	1 s.d 5	Biru

Keterangan :

Pengelola Risiko membubuhkan simbol ● pada Bagian Peta huruf A yang merupakan skor risiko residu setelah pengendalian yang ada perpotongan frekuensi dan dampak)

(Sumber: BPKP, 2021)

Sebagai contoh, Matriks Risiko dapat diatur dalam tabel yang menunjukkan bahwa risiko dengan dampak tinggi dan kemungkinan tinggi akan masuk ke dalam kategori risiko yang sangat kritis, sementara risiko dengan dampak rendah dan kemungkinan rendah dapat diklasifikasikan sebagai risiko yang dapat diabaikan atau ditoleransi. Dengan demikian, Matriks Risiko berfungsi sebagai panduan untuk memprioritaskan tindakan mitigasi.

Profil Risiko, di sisi lain, mencakup deskripsi komprehensif mengenai risiko-risiko yang dihadapi oleh organisasi atau proyek. Profil ini memuat daftar risiko utama yang perlu diantisipasi, memberikan prioritas terhadap risiko berdasarkan tingkat urgensinya, dan merinci langkah-langkah mitigasi yang harus diimplementasikan. Proses penyusunan Profil Risiko melibatkan beberapa tahapan, dimulai dengan identifikasi risiko melalui metode seperti brainstorming atau checklist. Setelah itu, penilaian risiko dilakukan dengan menghitung tingkat kemungkinan dan dampak

setiap risiko. Selanjutnya, risiko diklasifikasikan ke dalam kategori prioritas untuk menentukan urutan penanganan yang efektif. Terakhir, strategi mitigasi disusun sebagai langkah konkret dalam mengurangi atau mengelola risiko yang telah diidentifikasi, guna memastikan bahwa dampak negatifnya terhadap organisasi atau proyek dapat diminimalkan.

#### **D. PENILAIAN RISIKO (RISK ASSESSMENT)**

Penilaian risiko merupakan komponen penting dalam pengelolaan organisasi sektor publik, karena membantu memastikan bahwa potensi ancaman yang dapat menghambat pencapaian tujuan organisasi dapat diidentifikasi dan ditangani secara proaktif. Proses ini melibatkan langkah-langkah sistematis yang mencakup identifikasi, analisis, dan evaluasi risiko. Identifikasi risiko bertujuan untuk mengenali potensi ancaman yang berasal dari sumber informasi internal maupun eksternal, guna memperoleh gambaran yang menyeluruh. Selanjutnya, analisis risiko dilakukan dengan menilai dampak dan probabilitas dari setiap risiko yang telah diidentifikasi, menggunakan model kuantitatif atau kualitatif untuk menentukan tingkat risiko. Evaluasi risiko kemudian dilakukan untuk menetapkan prioritas penanganan, membandingkan hasil analisis risiko dengan kriteria yang telah ditentukan organisasi. Strategi mitigasi dikembangkan untuk mengurangi dampak atau kemungkinan terjadinya risiko, dan penting untuk memantau serta meninjau strategi ini secara berkala guna memastikan efektivitasnya. Mengukur risiko didasarkan pada dua elemen utama: dampak dan probabilitas. Dampak risiko diukur untuk memahami seberapa besar konsekuensi yang mungkin timbul terhadap tujuan organisasi, dikategorikan sebagai tinggi, sedang, atau rendah. Probabilitas risiko menilai kemungkinan terjadinya ancaman, dengan mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi peluangnya, yang dapat dinilai secara kualitatif atau kuantitatif. Matriks risiko digunakan untuk memvisualisasikan

hubungan antara dampak dan probabilitas, memudahkan organisasi dalam memprioritaskan risiko yang memerlukan perhatian dan tindakan lebih lanjut.

## **E. PENGENDALIAN DAN MITIGASI RISIKO**

### **1. Strategi Pengendalian Risiko: Menghindari, Mengurangi, dan Menyalurkan**

Pengendalian risiko merupakan elemen penting dalam manajemen risiko untuk meminimalkan potensi dampak negatif yang bisa ditimbulkan oleh berbagai risiko yang dihadapi organisasi atau proyek. Strategi pengendalian risiko dapat dilakukan melalui tiga pendekatan utama, yaitu menghindari, mengurangi, dan menyalurkan risiko. Menghindari risiko adalah strategi yang diambil dengan mengeliminasi kegiatan atau situasi yang dapat menimbulkan potensi risiko, seperti dengan menghentikan proyek atau mengganti metode yang berisiko tinggi. Mengurangi risiko berfokus pada upaya untuk menurunkan kemungkinan terjadinya risiko atau mengurangi dampaknya, melalui penerapan prosedur yang ketat, penggunaan teknologi yang lebih baik, serta pelatihan bagi karyawan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan dalam menghadapi risiko. Sementara itu, menyalurkan risiko mengacu pada pengalihan dampak risiko kepada pihak lain yang lebih mampu menanganinya, seperti dengan menggunakan asuransi, outsourcing, atau mencantumkan klausul dalam kontrak untuk memindahkan tanggung jawab risiko kepada pihak ketiga. Ketiga pendekatan ini dapat digunakan secara bersama-sama untuk membangun strategi pengelolaan risiko yang lebih efektif dan efisien.

### **2. Pengembangan Rencana Mitigasi Risiko**

Pengembangan rencana mitigasi risiko adalah proses yang penting untuk mengurangi dampak risiko yang teridentifikasi dalam sebuah proyek atau organisasi. Tahapan pertama dalam pengembangan rencana mitigasi adalah identifikasi risiko, yang melibatkan analisis

menyeluruh terhadap berbagai potensi risiko yang dapat mempengaruhi kegiatan atau tujuan yang ingin dicapai. Proses ini melibatkan pemangku kepentingan, pengumpulan data, dan penggunaan teknik pengumpulan informasi seperti brainstorming atau wawancara untuk mengidentifikasi berbagai risiko yang mungkin terjadi. Setelah risiko teridentifikasi, langkah selanjutnya adalah penilaian risiko, yaitu menilai potensi dampak dan kemungkinan terjadinya setiap risiko dengan menggunakan matriks risiko, yang membantu dalam menentukan tingkat keparahan risiko dan prioritas dalam mitigasi. Berdasarkan hasil penilaian ini, strategi mitigasi disusun, yang mencakup langkah-langkah konkret dan terukur untuk mengurangi dampak dan kemungkinan risiko. Strategi mitigasi dapat berupa tindakan pencegahan, persiapan untuk menghadapi risiko yang mungkin terjadi, atau rencana kontinjensi jika risiko tersebut terwujud. Langkah terakhir adalah pengalokasian sumber daya yang diperlukan untuk melaksanakan rencana mitigasi, yang meliputi anggaran, tenaga kerja, teknologi, dan fasilitas yang dibutuhkan untuk implementasi strategi mitigasi secara efektif.

### **3. Implementasi dan Pemantauan Tindakan Mitigasi**

Implementasi dan pemantauan tindakan mitigasi adalah dua langkah krusial dalam memastikan bahwa rencana mitigasi risiko dapat dijalankan dengan efektif dan bahwa risiko dapat dikendalikan dengan baik. Proses implementasi dimulai dengan penetapan tanggung jawab, di mana setiap pihak yang terlibat dalam mitigasi diberikan tugas yang jelas. Langkah selanjutnya adalah melaksanakan tindakan mitigasi yang telah direncanakan, seperti perubahan prosedur, pengenalan teknologi baru, atau pelatihan bagi pihak terkait. Selain itu, komunikasi yang efektif perlu dijalin agar seluruh pihak memahami peran mereka dalam mengelola risiko. Setelah implementasi, pemantauan menjadi bagian penting untuk mengevaluasi apakah tindakan mitigasi yang dilakukan telah berhasil menekan risiko sesuai dengan tujuan yang ditetapkan. Proses pemantauan ini melibatkan pengumpulan data dan informasi terkait hasil dari setiap tindakan mitigasi yang telah

dilaksanakan. Evaluasi kinerja dilakukan dengan membandingkan hasil yang dicapai dengan tujuan yang sudah direncanakan sebelumnya. Jika ditemukan kekurangan dalam pelaksanaan, perlu dilakukan penyesuaian strategi untuk meningkatkan efektivitas mitigasi. Selain itu, pelaporan dan dokumentasi secara teratur juga sangat penting dalam proses ini. Melaporkan status pengendalian risiko serta efektivitas tindakan mitigasi kepada manajemen atau pemangku kepentingan lainnya memastikan adanya akuntabilitas. Dokumentasi yang baik juga menjadi referensi yang berguna untuk evaluasi dan perbaikan langkah mitigasi di masa depan.

## **F. PEMANTAUAN, REVIEW, DAN EVALUASI RISIKO**

### **1. Proses Pemantauan Risiko**

Pemantauan risiko merupakan suatu proses berkelanjutan yang sangat penting dalam mengelola risiko dalam suatu organisasi atau proyek. Proses ini bertujuan untuk memastikan bahwa semua risiko yang mungkin muncul teridentifikasi dan dikelola dengan baik. Pemantauan risiko mencakup beberapa langkah utama, dimulai dengan pengidentifikasian risiko baru yang dapat timbul akibat perubahan lingkungan, teknologi, atau regulasi. Selain itu, pemantauan juga dilakukan terhadap risiko yang sudah dikenali, dengan fokus pada perubahan faktor penyebab dan dampaknya. Evaluasi terhadap strategi mitigasi yang telah diterapkan menjadi langkah krusial, untuk memastikan efektivitasnya dalam mengurangi dampak atau kemungkinan terjadinya risiko. Proses komunikasi risiko yang jelas dan efektif kepada semua pihak terkait juga penting agar pemangku kepentingan memiliki pemahaman yang sama mengenai kondisi risiko yang ada. Semua aktivitas pemantauan harus didokumentasikan dengan baik, guna memastikan bahwa langkah mitigasi telah dilaksanakan sesuai rencana dan sebagai bahan evaluasi lebih lanjut apabila risiko berkembang.

## **2. Evaluasi Keberhasilan Mitigasi Risiko**

Evaluasi keberhasilan mitigasi risiko sangat penting untuk memastikan bahwa langkah-langkah yang telah diambil dalam menghadapi risiko dapat memberikan hasil yang diinginkan. Proses evaluasi ini dimulai dengan pengukuran dampak dan kemungkinan risiko setelah implementasi strategi mitigasi, yang memungkinkan organisasi untuk menilai apakah kedua faktor tersebut telah berkurang sesuai dengan harapan. Selanjutnya, analisis kinerja setiap langkah mitigasi dilakukan untuk memastikan efektivitasnya, dengan perbandingan terhadap tujuan awal yang telah ditetapkan. Apabila hasilnya tidak memadai, evaluasi akan mengidentifikasi langkah yang kurang efektif dan perlu diperbaiki. Umpan balik dari pemangku kepentingan juga sangat penting dalam evaluasi ini, karena memberikan perspektif yang lebih luas mengenai sejauh mana mitigasi tersebut dirasakan manfaatnya. Hasil dari seluruh proses ini digunakan untuk mengidentifikasi area yang perlu perbaikan dan memungkinkan penyesuaian atau pembaruan rencana mitigasi agar lebih adaptif terhadap perubahan kondisi dan risiko yang muncul di masa depan.

## **3. Rencana Tindak Lanjut**

Rencana tindak lanjut dalam pengelolaan risiko harus dilakukan secara berkesinambungan untuk menjaga keberlanjutan dan efektivitas sistem manajemen risiko. Pemantauan dan evaluasi risiko yang terus menerus memerlukan pembaruan kebijakan dan prosedur risiko yang ada, terutama apabila terjadi perubahan dalam lingkungan organisasi. Pembaruan ini bertujuan untuk menyesuaikan dengan perkembangan yang terjadi agar kebijakan tetap relevan. Selain itu, peningkatan kapasitas tim pengelola risiko juga sangat penting, terutama jika hasil evaluasi menunjukkan adanya kekurangan dalam pelaksanaan mitigasi risiko. Oleh karena itu, pelatihan dan pengembangan keterampilan tim perlu diadakan secara berkala. Audit risiko juga menjadi langkah penting yang harus dilakukan secara rutin, untuk memastikan bahwa langkah-langkah mitigasi dan pemantauan risiko berjalan sesuai dengan rencana. Terakhir, pengembangan teknologi dan sistem

pengelolaan risiko harus terus dilakukan, dengan memanfaatkan perangkat lunak analisis risiko atau sistem pelaporan berbasis data yang lebih canggih untuk mempermudah proses pemantauan dan evaluasi. Semua langkah ini bertujuan untuk meningkatkan efektivitas dan ketahanan sistem manajemen risiko dalam menghadapi tantangan yang ada.

## **G. PENUTUP**

Manajemen risiko adalah proses identifikasi, penilaian, dan pengendalian risiko yang dapat mempengaruhi pencapaian tujuan organisasi atau proyek. Risiko ini bisa berasal dari berbagai faktor, seperti ketidakpastian ekonomi, bencana alam, kesalahan manusia, atau perubahan teknologi. Proses manajemen risiko dimulai dengan identifikasi risiko menggunakan teknik seperti brainstorming dan analisis SWOT, dilanjutkan dengan penilaian dampak dan probabilitasnya, dan akhirnya ditentukan strategi mitigasi untuk mengurangi atau mengalihkan risiko tersebut. Manajemen risiko yang efektif membantu organisasi dalam meminimalkan kerugian, melindungi aset, dan memastikan kelangsungan operasional, sambil meningkatkan pengambilan keputusan dan kepercayaan stakeholder.

## BAGIAN 11

### TREN DAN TANTANGAN EKONOMI DI MASA DEPAN

#### A. PENDAHULUAN

Dunia telah mengalami perubahan yang amat pesat dalam berbagai aspek kehidupan. Berbagai perubahan telah mengakibatkan dunia bergerak dengan kecepatan yang belum pernah terjadi sebelumnya. Hal ini yang memaksa negara-negara di berbagai belahan dunia untuk beradaptasi dengan cepat. Di tengah perubahan tersebut, sektor ekonomi menjadi salah satu yang paling terdampak. Transformasi yang terjadi di berbagai sektor perekonomian, dimulai pada sektor industri hingga pasar tenaga kerja, memperlihatkan adanya pengaruh dari perkembangan teknologi, globalisasi, dan perubahan iklim terhadap ekonomi yang semakin besar.

Perkembangan teknologi menjadi salah satu faktor utama yang mengubah tatanan perekonomian global. Teknologi mengalami perkembangan yang sangat dinamis pada tahun-tahun terakhir dengan kemajuan bidang digitalisasi seperti *Internet of Things* (IoT), kecerdasan buatan (AI), dan *blockchain*, yang turut mengubah pola perekonomian secara global dalam skala yang sangat besar. Perangkat-perangkat ini mengakibatkan perubahan besar pada keberlangsungan bisnis, seperti mempermudah komunikasi antar pelaku ekonomi terjadi dan bahkan mengubah cara masyarakat bekerja. Teknologi telah menciptakan peluang baru pada sektor perekonomian.

Namun, keberadaan teknologi juga memperkenalkan tantangan baru. Masyarakat harus berusaha untuk beradaptasi dengan berbagai metode baru yang mengoptimalkan teknologi dalam berbagai kegiatan sehari-hari. Banyak pula pekerjaan yang tidak hanya dimudahkan melalui teknologi, namun dapat digantikan oleh teknologi apabila masyarakat tidak belajar untuk mengoptimalkan

pemanfaatannya. Oleh karena itu, kemampuan untuk mengikuti perkembangan teknologi menjadi sangat penting dalam mempertahankan daya saing dalam perekonomian global.

Selain perkembangan teknologi, arus globalisasi telah menjadi kekuatan besar yang mempercepat aliran barang, jasa, dan informasi antar negara. Konsep dunia yang semakin terhubung ini membuka peluang bagi target pasar yang lebih luas, investasi internasional, dan pertukaran budaya. Saat ini masyarakat dengan mudah mempelajari wawasan baru dari negara asing. Arus globalisasi juga turut memperluas tren yang diciptakan oleh sebuah komunitas yang kemudian meluas secara global.

Terlepas dari keuntungan yang ditawarkan, globalisasi juga membawa dampak negative. Pada sisi ekonomi, ketergantungan ekonomi antar negara seperti hutang dapat mempermudah rentannya system perekonomian terhadap krisis global. Ketika sebuah negara mengalami krisis ekonomi, dampaknya dapat dirasakan baik secara langsung maupun tidak langsung di negara lain yang akan memperburuk ketidakpastian ekonomi global (Khan et al., 2023). Hal ini menunjukkan pentingnya kesadaran akan kerentanan dalam pengelolaan perekonomian, agar dapat memitigasi risiko yang ditimbulkan dari arus globalisasi yang sangat pesat.

Tak kalah pentingnya, perubahan iklim kini menjadi faktor yang tidak bisa diabaikan dalam pembahasan tentang ekonomi global. Dampak dari perubahan iklim seperti bencana alam, kekeringan, dan naiknya permukaan laut semakin nyata. Bencana akibat perubahan iklim memiliki potensi dalam menghambat sektor-sektor ekonomi penting (primer). Keberadaan sumber daya alam yang terbatas serta bencana alam yang semakin sering terjadi dapat merusak infrastruktur dan mengganggu rantai pasokan global (Yang, 2023).

Sebagai contoh, sektor pertanian dan energi terbarukan mengalami tekanan akibat perubahan iklim. Sektor-sektor ini merupakan sektor

yang amat penting dalam kehidupan masyarakat global. Tekanan akibat perubahan iklim pada sektor ini akan mempengaruhi harga dan ketahanan pangan global. Oleh karena itu, mengintegrasikan isu-isu lingkungan ke dalam strategi ekonomi menjadi langkah krusial dalam menciptakan sistem ekonomi yang berkelanjutan.

Dengan segala tantangan yang ada, memahami tren dan dinamika ekonomi saat ini menjadi sangat penting. Masyarakat, pemerintah, dan para pelaku bisnis perlu memiliki pemahaman yang mendalam mengenai faktor-faktor penting yang saat ini mempengaruhi perekonomian global seperti teknologi, globalisasi, dan perubahan iklim. Ketiga faktor ini menjadi bagian utama yang membentuk perekonomian global pada masa kini. Dengan memahami tren dan tantangan pada ekonomi, kita akan mampu merancang kebijakan dan strategi yang tepat pada masa yang akan datang. Menurut Bangsawan (2023), kebijakan yang baik harus dapat memfasilitasi akselerasi digitalisasi sambil memastikan bahwa transisi tersebut tidak meninggalkan sektor-sektor ekonomi tradisional yang rentan terhadap perubahan teknologi.

Memahami tantangan ekonomi juga berarti menyadari kebutuhan untuk beradaptasi dan berinovasi. Dunia yang terus berkembang menuntut masyarakat agar tidak hanya mengikuti perubahan, tetapi juga menciptakan solusi yang dapat mengatasi tantangan-tantangan tersebut. Inovasi dalam teknologi, model bisnis, dan kebijakan ekonomi yang ramah lingkungan adalah beberapa langkah awal yang dapat diambil untuk mempersiapkan perekonomian masa depan yang lebih tangguh. Proses adaptasi ini memerlukan keterlibatan berbagai pihak, baik dari pihak pemerintah maupun swasta (Destiani & Mufiidah, 2024). Tanpa langkah yang proaktif, negara-negara dan perusahaan akan kesulitan untuk mempertahankan daya saingnya di pasar global yang terus berubah.

## **B. TREN EKONOMI DI MASA DEPAN**

### **1. Transformasi Digital dan Ekonomi Berbasis Teknologi**

Transformasi digital telah menjadi kekuatan utama yang mengubah proses masyarakat bekerja. Teknologi yang kini telah berkembang pada konsep digitalisasi, otomatisasi, dan kecerdasan buatan (AI) telah mengambil peran yang semakin besar dalam berbagai kegiatan ekonomi. Digitalisasi memungkinkan berbagai sektor ekonomi untuk beroperasi secara lebih efisien dan terhubung. Sementara itu, otomatisasi telah mengoptimalkan pemanfaatan mesin untuk menggantikan banyak pekerjaan yang memerlukan sumber daya manusia secara manual. Bantuan kecerdasan buatan (AI) kini juga semakin sering digunakan dalam menganalisis data besar dan membantu pengambilan keputusan secara lebih cepat dan akurat. Menurut Rosmayati et al. (2024), transformasi teknologi dengan bantuan perangkat-perangkat tersebut telah memunculkan peluang besar bagi perusahaan untuk meningkatkan produktivitas dan menciptakan model bisnis baru.

Seiring dengan potensi yang ditawarkan oleh perkembangan teknologi pada sektor perekonomian, terdapat pula berbagai tantangan besar yang perlu dihadapi. Salah satu tantangan yang sangat sering dihadapi adalah hilangnya pekerjaan yang bersifat tradisional. Banyak sektor industri yang sebelumnya bergantung pada tenaga kerja manusia kini mulai menggantikan posisi tersebut dengan mesin atau perangkat otomatis yang lebih efisien. Hal ini memicu kekhawatiran mengenai meningkatnya angka pengangguran, terutama pada sektor-sektor yang membutuhkan keterampilan manual atau administratif. Ibrahim et al. (2023) menyebutkan bahwa meskipun teknologi seperti kecerdasan buatan (AI) dapat meningkatkan produktivitas dan efektivitas dalam berbagai aplikasi, potensi penggantian pekerjaan manusia dengan mesin menuntut adanya kebijakan yang tepat untuk mengatasi ketimpangan yang akan terjadi.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, kebutuhan akan keterampilan baru menjadi sangat krusial bagi para tenaga kerja di era digital ini. Teknologi yang terus berkembang mengharuskan pekerja untuk memiliki keterampilan yang relevan. Keterampilan seperti pengoperasian perangkat digital, mengolah data, dan beradaptasi dengan AI, kini menjadi kualifikasi yang penting bagi beberapa pekerjaan pada masa kini. Oleh karena itu, penting bagi penyelenggara pendidikan dan pelatihan untuk menyesuaikan kurikulum pembelajaran. Hal yang perlu diperhatikan pada pembuatan kurikulum adalah upaya untuk mempersiapkan tenaga kerja dengan keterampilan yang dibutuhkan oleh pasar kerja masa depan. Destiani dan Mufiidah (2024) menyoroti bahwa keterampilan dalam bidang teknologi dan digitalisasi akan menjadi kunci utama bagi masyarakat agar mampu beradaptasi dalam pasar kerja yang semakin terhubung secara global.

Dalam mengatasi tantangan ini, pihak swasta dan pemerintah perlu berkolaborasi untuk menyediakan pelatihan keterampilan yang relevan dan mendukung transisi ke pekerjaan baru yang tercipta dari teknologi. Selain itu, kebijakan yang mendorong inovasi dan menyediakan infrastruktur pendukung integrasi teknologi dapat mengantisipasi kekhawatiran hilangnya lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Transformasi digital tidak hanya mempengaruhi cara masyarakat bekerja, tetapi juga cara kita merancang masa depan ekonomi. Diperlukan pendekatan yang inklusif untuk memastikan seluruh lapisan masyarakat dapat memperoleh manfaat dari perubahan pada perkembangan teknologi, tanpa meninggalkan siapa pun di belakang (Rosmayati et al., 2024),

## **2. Peralihan ke Ekonomi Hijau**

Peralihan dari ekonomi konvensional ke ekonomi hijau menjadi salah satu fokus utama dalam upaya mengurangi dampak perubahan iklim dan menciptakan ekonomi berkelanjutan yang ramah lingkungan. Salah satu langkah yang diambil oleh berbagai negara dalam pengoptimalan ekonomi hijau adalah pengurangan emisi karbon. Pengurangan emisi karbon dilakukan melalui

pengurangan ketergantungan pada bahan bakar fosil dan investasi pada sumber energi terbarukan seperti tenaga surya, angin, dan geotermal. Ekonomi sirkular yang memanfaatkan sumber daya secara efisien serta mampu mengurangi limbah menjadi strategi penting pada upaya pelestarian lingkungan. Berbagai negara di seluruh dunia, termasuk Indonesia, semakin fokus pada pengembangan teknologi energi bersih dan menetapkan kebijakan yang mendukung transisi menuju sistem energi yang lebih ramah lingkungan (Yang, 2023).

Namun, peralihan sistem ekonomi menuju ekonomi hijau tidak terlepas dari tantangan bagi industri yang bergantung pada energi fosil. Sektor-sektor krusial seperti minyak, gas, dan batu bara menghadapi penurunan permintaan akibat penerapan ekonomi hijau. Komoditas-komoditas tersebut adalah komoditas unggulan Negara Indonesia. Penurunan ini yang akan berdampak pada pekerja dan masyarakat yang bergantung pada industri tersebut.

Suryadi dan Nasution (2023) mencatat bahwa peralihan pada energi terbarukan memunculkan tantangan dalam menciptakan dan proses transisi pekerjaan baru yang berkelanjutan. Meskipun demikian, transformasi ini juga membuka peluang besar bagi inovasi dan perkembangan sektor energi bersih yang dapat menciptakan lapangan kerja baru serta mendukung pertumbuhan ekonomi yang lebih ramah lingkungan.

Sektor energi bersih menawarkan peluang yang sangat besar, baik dalam pengembangan teknologi baru maupun dalam pengelolaan energi terbarukan. Inovasi dalam energi surya, angin, dan penyimpanan energi membuka ruang bagi investasi yang dapat menciptakan lapangan kerja hijau yang berkelanjutan. Suryadi dan Nasution (2023) menekankan pentingnya investasi dalam peningkatan pendidikan dan pelatihan keterampilan yang relevan pada sektor energi bersih agar dapat mempersiapkan tenaga kerja yang lebih adaptif. Dengan mendukung transisi ekonomi hijau, negara-negara dapat mengurangi ketergantungan mereka pada

energi fosil, sekaligus menciptakan ekonomi yang lebih berkelanjutan dan ramah lingkungan untuk generasi mendatang.

### **3. Globalisasi dan Fragmentasi Ekonomi**

Globalisasi telah menyertai pertumbuhan ekonomi global dengan menciptakan pasar yang lebih besar serta mempercepat aliran barang, jasa, dan modal antar negara. Namun, terdapat pula risiko-risiko terkait proteksionisme dengan ketegangan geopolitik yang semakin meningkat. Berbagai negara mulai menerapkan kebijakan yang lebih proteksionis untuk melindungi industri domestik. Keberlangsungan kebijakan yang terlalu bersifat proteksionis dapat menghambat potensi pertumbuhan ekonomi global. Hal ini dibahas pula oleh Suryadi dan Nasution (2023) yang menyebutkan bahwa meskipun globalisasi membawa peluang besar, berbagai tantangan baru telah muncul seperti ketegangan yang timbul akibat kebijakan ekonomi yang lebih nasionalistik. Proteksionisme dapat memperburuk ketimpangan ekonomi antar negara dan mempengaruhi hubungan perdagangan internasional yang sebelumnya terbuka.

Di sisi lain, ketegangan geopolitik juga memberi dampak negatif pada kestabilan ekonomi global. Negara-negara besar dengan kepentingan politik yang berbeda sering terlibat dalam perselisihan yang mempengaruhi aliran perdagangan dan investasi. Nguyen, Pham, dan Sala (2022) menyoroti bahwa risiko geopolitik seperti persaingan perdagangan antara negara besar dan ketidakpastian politik dapat menurunkan aliran investasi asing langsung (FDI). Hal ini amat penting dalam pembangunan ekonomi, terutama bagi negara-negara berkembang. Ketegangan ini juga dapat memperlambat inovasi teknologi dan adopsi teknologi baru yang dibutuhkan untuk meningkatkan daya saing global.

Rantai pasok global juga memainkan peran yang sangat penting dalam menjaga kelancaran perdagangan dan produksi internasional. Ketergantungan antar negara dalam menghasilkan barang dan jasa, terutama barang-barang yang memerlukan

bahan-bahan yang diproduksi dari berbagai negara, akan mengakibatkan gangguan pada rantai pasok berdampak luas. Inilah yang mengakibatkan globalisasi bukanlah hanya tentang siapa yang memiliki pasar yang lebih besar, tetapi juga tentang keterkaitan antara produksi yang semakin kompleks antar negara. Keberadaan digitalisasi pada sistem ekonomi global telah memungkinkan ketergantungan berbagai negara untuk lebih terhubung serta memanfaatkan sumber daya dari berbagai tempat. Maka dari itu, setiap negara menjadi lebih rentan terhadap gangguan yang terjadi di bagian lain dunia (Destiani & Mufiidah, 2024).

Meskipun ketergantungan memberikan peluang bagi negara-negara untuk meningkatkan daya saing, namun juga turut dapat menciptakan tantangan ketika krisis atau ketegangan internasional terjadi. Gangguan pada rantai pasok selama pandemi COVID-19, telah menyebabkan kelangkaan barang dan kenaikan harga. Demikian pula ketegangan peperangan dunia yang saat ini tengah memanas, Oleh karena itu, negara-negara di seluruh dunia harus mengelola ketergantungan ini dengan hati-hati untuk menghindari dampak negatif yang lebih besar. Peningkatan ketahanan ekonomi menjadi langkah yang amat krusial bagi seluruh negara dalam menghadapi ketegangan geopolitik yang mungkin terjadi di masa depan.

## **C. TANTANGAN EKONOMI DI MASA DEPAN**

### **1. Perubahan Iklim dan Ketahanan Ekonomi**

Perubahan iklim membawa risiko ekonomi yang signifikan, terutama melalui dampak buruk seperti bencana alam yang semakin sering. Hal ini serta-merta mengakibatkan kerugian yang melanda sektor-sektor kunci seperti pertanian. Cuaca ekstrem, banjir, kekeringan, dan badai dapat menghancurkan infrastruktur, mengganggu produksi pangan, dan menyebabkan kerugian besar bagi bisnis lokal maupun global. Khan et. al. (2023) menegaskan bahwa

ketidakstabilan yang disebabkan oleh perubahan iklim juga dapat memperlemah keamanan ekonomi dan menghambat pembangunan berkelanjutan. Hasil panen pertanian yang menurun akibat perubahan cuaca menimbulkan ancaman terhadap ketahanan pangan dan pendapatan petani. Padahal hal ini merupakan pilar ekonomi di banyak negara berkembang, khususnya di Indonesia. Oleh karena itu, kebijakan mitigasi dan adaptasi sangat penting untuk mengurangi dampak perubahan iklim. Menurut Yang (2023), strategi seperti pengelolaan limbah yang lebih efisien dan investasi dalam energi terbarukan dapat membantu mengurangi emisi karbon. Diperlukan adanya ketahanan ekonomi melalui diversifikasi ekonomi dan penerapan teknologi ramah lingkungan (Nguyen, T. T. T., 2022).

## **2. Ketidakpastian Geopolitik dan Perubahan Kekuasaan Global**

Ketidakpastian geopolitik dan pergeseran kekuasaan global terus menjadi tantangan besar pada perekonomian global. Ketidakstabilan politik seperti konflik internasional dan ketegangan antarnegara dapat mengganggu pasar global, memperlambat perdagangan internasional, dan menghambat aliran investasi. Konflik ini tidak hanya mengurangi kepercayaan investor, tetapi juga menciptakan ketidakpastian yang memengaruhi strategi bisnis di berbagai sektor. Perubahan aliansi politik dan kebijakan proteksionis seperti pembatasan perdagangan dan pengenaan tarif, semakin memperumit peta ekonomi global. Hal ini yang mengintervensi stabilitas yang dibutuhkan untuk pertumbuhan ekonomi (Bangsawan, 2023).

Contoh nyata dari dampak ketidakpastian geopolitik adalah perang dagang antara Amerika Serikat dan Tiongkok. Persaingan ini memicu ketegangan di pasar global. Nguyen et. al. (2022) menjelaskan bahwa perang dagang ini menyebabkan gangguan besar pada rantai pasok global, menurunkan efisiensi produksi, dan meningkatkan biaya barang yang memengaruhi konsumen di seluruh dunia. Dampak ini sangat terasa pada negara-negara

berkembang yang sangat bergantung pada perdagangan internasional. Syahbudi (2021) menambahkan bahwa konflik semacam ini memaksa banyak negara untuk menyesuaikan kebijakan ekonomi, baik dengan memperkuat sektor dalam negeri maupun dengan mencari peluang baru dalam pasar global yang terfragmentasi.

### **3. Pergeseran Demografi dan Dinamika Tenaga Kerja**

Pergeseran demografi telah membawa tantangan dan peluang yang berbeda-beda bagi berbagai negara di seluruh belahan dunia. Negara-negara dengan populasi yang menua menghadapi berbagai kesulitan seperti meningkatnya beban pensiun, kebutuhan layanan kesehatan yang lebih besar, dan potensi kekurangan tenaga kerja produktif. Suryadi dan Nasution (2023) pada penelitian mereka menyatakan bahwa perubahan ini dapat memperlambat pertumbuhan ekonomi dan menekan anggaran pemerintah untuk memenuhi kebutuhan populasi yang semakin tua. Sebaliknya, negara berkembang dengan populasi penduduk muda memiliki kesempatan untuk memanfaatkan bonus demografi.

Dengan memanfaatkan tenaga kerja muda secara efektif melalui pelatihan dan pendidikan yang sesuai, negara-negara tersebut dapat mendorong pertumbuhan ekonomi yang lebih cepat. Hal ini turut meningkatkan daya saing para tenaga kerja di panggung global.

### **4. Ketimpangan Ekonomi dan Kesenjangan Sosial**

Ketimpangan ekonomi yang besar merupakan hal yang menjadi perhatian global karena dampaknya yang luas terhadap stabilitas sosial dan kesejahteraan masyarakat. Ketidaksetaraan pendapatan tidak hanya memperburuk jurang antara yang kaya dan yang miskin, tetapi juga dapat memicu ketegangan sosial, meningkatkan kriminalitas, dan menghambat pertumbuhan ekonomi yang inklusif. Ketimpangan pendapatan diperburuk oleh revolusi industri yang mengubah struktur pekerjaan. Manfaat yang jauh lebih besar dirasakan oleh individu dengan keterampilan digital tinggi dibandingkan individu yang tidak memiliki keterampilan yang

relevan. Ketimpangan yang terus bertambah ini menuntut perhatian serius dari para pembuat kebijakan untuk mencegah ketidakstabilan dan memastikan pemerataan ekonomi (Suryadi dan Nasution, 2023)

Pentingnya inklusi keuangan tidak dapat diremehkan dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Inklusi keuangan memungkinkan pengadaan akses lebih luas ke layanan keuangan seperti perbankan, pinjaman, dan asuransi, adalah kunci untuk memberdayakan masyarakat yang terpinggirkan dan mengurangi ketimpangan. Rosmayati et. al. (2024) menekankan bahwa di era Society 5.0, strategi keadilan sosial yang mengintegrasikan teknologi canggih dengan fokus pada kesejahteraan manusia menjadi semakin relevan. Menciptakan sistem yang adil dan inklusif membantu membangun masyarakat yang lebih stabil dan memungkinkan seluruh lapisan masyarakat berkontribusi pada pembangunan ekonomi, mendorong pertumbuhan yang lebih merata dan berkelanjutan.

#### **D. STRATEGI MENGHADAPI TANTANGAN EKONOMI**

Menerapkan kebijakan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan adalah kunci untuk mengatasi tantangan ekonomi di era global yang terus berubah. Kebijakan seperti ini tidak hanya bertujuan mempersempit kesenjangan social, tetapi juga menjaga kelestarian lingkungan untuk generasi mendatang. Salah satu penerapannya adalah pajak karbon untuk mengurangi emisi gas rumah kaca dengan memberikan insentif kepada perusahaan yang berinvestasi dalam praktik ramah lingkungan. Investasi dalam infrastruktur hijau seperti transportasi umum yang berkelanjutan dan sistem energi terbarukan juga dapat menciptakan lapangan kerja sekaligus menjaga keseimbangan ekosistem. Siasat kebijakan yang berorientasi pada keberlanjutan ini akan dapat mendorong daya saing nasional, khususnya di tengah ancaman perubahan iklim yang semakin nyata (Suryadi & Nasution, 2023).

Selain itu, kebijakan ekonomi inklusif tidak dapat dipisahkan dari pendekatan sosial yang mendorong pemerataan akses terhadap sumber daya. Dalam penerapannya, program-program inklusi keuangan yang memberi peluang lebih besar bagi kelompok rentan untuk mendapatkan kredit dan layanan keuangan. Hal-hal ini menjadi elemen penting dalam pembangunan ekonomi. Sektor pendidikan juga perlu diprioritaskan untuk memastikan bahwa masyarakat memiliki kesempatan yang sama dalam meningkatkan taraf hidup mereka. Pendekatan untuk mengintegrasikan keadilan sosial dan pelestarian lingkungan akan menciptakan basis ekonomi yang lebih stabil (Destiani & Mufiidah, 2024).

Investasi dalam pendidikan dan pelatihan menjadi strategi berikutnya yang tak kalah penting. Dengan semakin berkembangnya teknologi, pendidikan berperan besar dalam menyiapkan tenaga kerja yang adaptif dan inovatif. Pelatihan berbasis keterampilan digital akan sangat dibutuhkan untuk mengisi lowongan pekerjaan di sektor-sektor yang sedang berkembang pesat, seperti teknologi informasi dan energi terbarukan. Pengembangan keterampilan kewirausahaan juga penting, karena dunia bisnis semakin menuntut kemampuan untuk berinovasi dan beradaptasi. Suryadi dan Nasution (2023) menyoroti bahwa menyiapkan tenaga kerja yang fleksibel dan tangguh menghadapi perubahan adalah keharusan bagi negara yang ingin tetap kompetitif di kancah global.

Untuk mendukung pengembangan tenaga kerja, diperlukan adanya kolaborasi antara pemerintah, lembaga pendidikan, dan sektor swasta. Kegiatan inisiatif bersama seperti program pelatihan digital, kursus kewirausahaan, dan pendidikan vokasi harus diupayakan dan terus dikembangkan. Infrastruktur pendidikan juga perlu disesuaikan dengan kebutuhan industri yang terus berubah, termasuk investasi dalam teknologi pendidikan yang memfasilitasi pembelajaran yang lebih interaktif dan relevan. Bangsawan (2023) juga menekankan pentingnya kolaborasi lintas sektor dalam

mengakselerasi transformasi pendidikan agar sesuai dengan kebutuhan zaman.

Inovasi dan kewirausahaan juga merupakan mesin utama pertumbuhan ekonomi di masa depan. Solusi-solusi kreatif untuk mengatasi berbagai tantangan sangat diperlukan pada perkembangan ekonomi digital yang sangat dinamis, dimulai dari perubahan iklim hingga digitalisasi. Kewirausahaan menciptakan lapangan kerja baru dan mendorong efisiensi dalam berbagai sektor. Namun, pemerintah dan sektor swasta harus memberikan dukungan untuk membangun ekosistem yang mendukung inovasi yang memadai untuk *startup* dan perusahaan-perusahaan kecil. Destiani dan Mufidah (2024) turut menggarisbawahi bahwa tanpa dukungan ini, potensi besar yang dimiliki inovasi dapat terhambat.

Pemerintah juga harus berperan dalam menciptakan lingkungan yang kondusif bagi para inovator dan pengusaha. Regulasi yang jelas dan fleksibel akan mempermudah perusahaan-perusahaan perintis seperti *startup* dalam beroperasi dan bereksperimen dengan ide-ide baru. Selain itu, akses ke jaringan global dan pasar internasional dapat memperluas cakupan bisnis dan meningkatkan daya saing. Pada sisi lain, sektor swasta dapat membantu dengan memberikan bimbingan dan mentor kepada wirausahawan muda serta menyediakan platform kolaborasi untuk mendorong pertukaran ide. Lingkungan bisnis yang mendukung akan mempercepat transformasi ekonomi berbasis inovasi (Bangsawan, 2023).

Selain faktor-faktor di atas, pelaksanaan penelitian dan pengembangan (R&D) berbasis inovasi perlu diutamakan juga. Pada berbagai negara maju, model *Triple Helix*, yaitu ketika pemerintah, industri, dan akademisi berkolaborasi, terbukti efektif untuk mempercepat pertumbuhan berbasis pengetahuan. Investasi dalam teknologi baru seperti AI dan inovasi robot dapat memberikan keuntungan jangka panjang jika dilakukan dengan pendekatan yang strategis.

Strategi-strategi di atas harus disesuaikan dengan kondisi lokal dan spesifik setiap negara. Tidak ada pendekatan tunggal yang bisa diterapkan secara universal. Dengan mempertimbangkan faktor-faktor pendukung seperti budaya, demografis, dan sumber daya yang dimiliki, sebuah negara dapat merancang kebijakan ekonomi yang berdaya saing, inklusif, dan berkelanjutan. Suryadi dan Nasution (2023) turut menyatakan bahwa adaptabilitas dan pendekatan berbasis data akan sangat membantu dalam mengimplementasikan kebijakan yang benar-benar efektif dan relevan di era globalisasi ini.

## **E. PENUTUP**

Tren dan tantangan ekonomi di masa depan menuntut adaptasi dan inovasi yang berkelanjutan dari berbagai pemangku kepentingan, baik individu, perusahaan, maupun pemerintah. Transformasi digital dan pergeseran ke ekonomi hijau memberikan peluang besar bagi pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Namun, terdapat pula tantangan yang memerlukan solusi proaktif dan terintegrasi. Inovasi teknologi harus diarahkan untuk memperbaiki efisiensi tanpa mengorbankan inklusi sosial dan keseimbangan lingkungan.

Ketidakpastian geopolitik dan dampak perubahan iklim turut menjadi fokus dalam tren dan tantangan ekonomi global. Fokus ini memerlukan perhatian khusus dalam menjaga stabilitas ekonomi global. Kolaborasi internasional menjadi hal krusial dalam menciptakan strategi mitigasi yang efektif, baik dalam hal perlindungan lingkungan maupun stabilitas pasar global. Mengintegrasikan kebijakan yang berkelanjutan dan inklusif tidak hanya akan memperkuat daya saing ekonomi, tetapi juga memastikan bahwa manfaat dari pertumbuhan dapat dirasakan oleh setiap kalangan, terutama kelompok-kelompok yang paling rentan terhadap perubahan.

Dengan segala tren dan tantangan yang ada, masa depan ekonomi menuntut langkah dinamis pengadaan inovasi seiring dengan prinsip keberlanjutan. Upaya yang menyeluruh dan lintas sektor menjadi kunci penting dalam menciptakan ekonomi yang tangguh, adaptif, dan berdaya saing.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior. In J. Kuhl & J. Beckmann (Eds.), *Action-control: From cognition to behavior* (pp. 11-39). Springer, New York.
- Allen, F., & Gale, D. (2007). *Understanding Financial Crises*. Oxford University Press.
- Alma, Buchari, and Donni Juni Priansa. "Manajemen bisnis syariah: penuntun perkuliahan bagi para mahasiswa, pencerahan bagi para pedagang, pengembangan marketing syariah/spiritual marketing bagi para pengusaha." (2010).
- Anderson, T. and Miller, S. (2020) 'Inflation and business profitability: A strategic approach', *Journal of Business Strategy*, 35(2), pp. 112–127.
- Anita, S. Y., Kustina, K. T., Wiratikusuma, Y., Sudirjo, F., Sari, D., Rupiwardani, I., ... & Anwar, S. (2023). *Manajemen Risiko*. Jakarta: Global Eksekutif Teknologi.
- Arifudin, O., Wahrudin, U., & Rusmana, F. D. (2020). *Manajemen risiko*. Penerbit Widina.
- Armstrong, M., & Taylor, S. (2014). *Human Resource Management Practice*. Kogan Page.
- Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan. (2021). *Peraturan Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2021 tentang Manajemen Risiko di Lingkungan Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan*.  
<https://peraturan.bpk.go.id/Download/298280/Peraturan%2520BPKP%2520Nomor%25204%2520Tahun%25202021.pdf>  
(diakses pada 11 November 2024).
- Bangsawan, G. (2023). Kebijakan Akselerasi Transformasi Digital di Indonesia: Peluang dan Tantangan untuk Pengembangan Ekonomi Kreatif. *Jurnal Studi Kebijakan Publik*, 2(1), 27–40.  
<https://doi.org/10.21787/jskp.2.2023.27-40>

- Baye, M. R., Prince, J. T., 2022. *Managerial Economics and Business Strategy*, 10 Edition. McGraw-Hill
- Becker, G. S. (2010). *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis with Special Reference to Education*. University of Chicago Press.
- Bennett, K. and Marshall, J. (2021) 'Business resilience during economic downturns', *Business Economics Review*, 12(1), pp. 56–69.
- Berk, J., & DeMarzo, P. (2020). *Corporate Finance* (5th ed.). Pearson.
- Black, F., & Scholes, M. (1973). The Pricing of Options and Corporate Liabilities. *Journal of Political Economy*, 81(3), 637-654.
- Blackwell, R. D., Miniard, P. W., & Engel, J. F. (2001). *Consumer behavior* (9th ed.). Thomson South-Western.
- Bodie, Z., Kane, A., & Marcus, A. J. (2014). *Investments* (10th ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Brigham, E. F., & Ehrhardt, M. C. (2022). *Financial Management: Theory & Practice* (17th ed.). Cengage Learning.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2015). *Fundamentals of Financial Management* (14th ed.). Cengage Learning.
- Brown, R., Nguyen, L. and Smith, P. (2023) 'Interest rate dynamics and corporate liquidity strategies', *Journal of Financial Economics*, 52(3), pp. 89–105.
- Brunnermeier, M. K., & Pedersen, L. H. (2009). Market Liquidity and Funding Liquidity. *Review of Financial Studies*, 22(6), 2201-2238.
- Case, K. E., & Fair, R. C. (2020). *Principles of Macroeconomics*. 13th ed. Pearson Education.
- Choi, S. and Lee, M. (2023) 'The role of big data in macroeconomic analysis for strategic business decisions', *Journal of Economics and Technology*, 11(4), pp. 101–115.
- Collins, M. and Green, S. (2022) 'Inflation and cash flow management in uncertain times', *Journal of Business Finance*, 29(2), pp. 142–160.

- Coval, J., & Moskowitz, T. J. (1999). Home Bias at Home: Local Equity Preference in Domestic Portfolios. *Journal of Finance*, 54(6), 2045-2073.
- Damasio, A. R. (1994). *Descartes' error: Emotion, reason, and the human brain*. Penguin Books.
- Darmawi, H. (2022). *Manajemen risiko*. Bumi Aksara.
- Davies, P. and Hunt, T. (2019) 'Macroeconomic influences on marketing strategies', *Journal of Marketing and Economics*, 33(4), pp. 212–225.
- Demirgüç-Kunt, A., & Levine, R. (1996). Stock Markets, Corporate Finance, and Economic Growth: An Overview. *World Bank Economic Review*, 10(2), 223-239.
- Dessler, G. (2017). *Human Resource Management*. Pearson.
- Destiani, R. D., & Mufiidah, A. N. (2024). Era Baru Ekonomi Digital: Studi Komprehensif tentang Teknologi dan Pasar. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*. Diakses dari <https://adi-journal.org>
- Elton, E. J., Gruber, M. J., Brown, S. J., & Goetzmann, W. N. (2014). *Modern Portfolio Theory and Investment Analysis* (9th ed.). Wiley.
- Evans, J. and Jordan, M. (2023) 'The role of big data in macroeconomic forecasting for businesses', *International Journal of Business Analytics*, 15(2), pp. 87–102.
- Fabozzi, F. J. (Ed.). (2015). *Handbook of Fixed-Income Securities* (9th ed.). McGraw-Hill Education.
- Fabozzi, F. J., Modigliani, F., & Jones, F. J. (2014). *Foundations of Financial Markets and Institutions* (5th ed.). Pearson.
- Fama, E. F., & French, K. R. (2015). A Five-Factor Asset Pricing Model. *Journal of Financial Economics*, 116(1), 1-22.
- Feriyanto Andri, 2015. "Perdagangan Internasional" Pustaka Baru. Yogyakarta.
- Feriyanto Andri, 2015. "Perdagangan Internasional" Pustaka Baru. Yogyakarta.
- Festinger, L. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Stanford University Press.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson.
- Maslow, A. H. (1943). *A*

- theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370-396.
- Garcia, L. (2019) 'Fiscal and monetary policy impact on business activities', *Economic Review Quarterly*, 35(2), pp. 67–80.
- Gilarso. (1992). *Pengantar Ilmu Ekonomi Bagian Makro*. Kanisius. Yogyakarta.
- Griffin, Ricky W dan Ebert, Ronald J. 2008. *Bisnis*, ed 8 jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Hady, H. 2023. "Ekonomi Internasional teori dan kebijakan perdagangan internasional". Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Hady, H. 2023. "Ekonomi Internasional teori dan kebijakan perdagangan internasional". Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Hanny, T.H. 2013. *Manajemen Edisi Kedua*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta
- Harris, K. and Walker, R. (2021) 'Macroeconomic stability and business resilience', *Business and Economic Research*, 28(1), pp. 83–98.
- Harris, L. (2003). *Trading and Exchanges: Market Microstructure for Practitioners*. Oxford University Press.
- Harrison, J. (2019) 'Macroeconomic conditions and global expansion strategies', *Global Business Review*, 15(3), pp. 78–92.
- Hidayat, Arif Nur (2023). "Mengenal Program Pembinaan UMKM Kemenkeu Satu Tahun 2023". [www.djkn.kemenkeu.go.id](http://www.djkn.kemenkeu.go.id)
- Hull, J. C. (2017). *Options, Futures, and Other Derivatives* (10th ed.). Pearson.
- Ibrahim, M., Nasir, J., Komarudin, A., Maulana, A., & Akbar, M. H. (2023). Integrasi Kecerdasan Buatan dalam Desain Aplikasi Seluler: Peningkatkan Pengalaman Pengguna di Era Ekonomi Digital. *Nusantara Computer and Design Review*, 1(1), 31–39. <https://doi.org/10.55732/ncdr.v1i1.1091>
- Indonesia, I. B. (2015). *Manajemen Risiko 1*. Gramedia Pustaka Utama.
- Iskandar Putong, *Economics Pengantar mikro dan Makro*, (Jakarta, Mitra Wacana Media, 2010) h. 1

- Jacobs, F. R., & Chase, R. B. (2021). *Operations and Supply Chain Management* (16th ed.). McGraw-Hill Education.
- Johnson, G., Whittington, R., Scholes, K., Angwin, D., & Regnér, P. (2021). *Exploring Strategy: Text and Cases* (12th ed.). Pearson Education.
- Jones, T. and Martin, S. (2021) 'Macroeconomic stability and business planning', *Journal of Global Business Studies*, 45(1), pp. 89–102.
- Kapsaskis, M., Vo, D. Q., & Bove, L. L. (2014). The influence of social media on consumer decision-making: A literature review. *Journal of Business Research*, 67(8), 1235-1247.
- Keputusan Menteri Keuangan (KMK) Nomor 396/KMK.01/2022 mengenai Program Sinergi Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah
- Khan, K., Khurshid, A., & Cifuentes-Faura, J. (2023). Investigating the relationship between geopolitical risks and economic security: Empirical evidence from central and Eastern European countries. *Resources Policy*, 85(A), 103872. <https://doi.org/10.1016/j.resourpol.2023.103872>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education.
- Levine, R. (2005). Finance and Growth: Theory and Evidence. In P. Aghion & S. N. Durlauf (Eds.), *Handbook of Economic Growth* (Vol. 1, Part A, pp. 865-934). Elsevier.
- Madura, J. (2018). *Financial Markets and Institutions* (12th ed.). Cengage Learning.
- Malkiel, B. G. (2016). *A Random Walk Down Wall Street* (11th ed.). W.W. Norton & Company.
- Mangkunegara, A. P. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Remaja Rosdakarya.
- Mankiw, N Gregory, (2022). "Macroeconomics" 11th Edition. MacMillan Learning

- Mankiw, N. G., Taylor, M. P., Ashwin. A., 2019. Business Economics, Third Edition. Cengage
- Marshall, A. (1890). Principles of economics. Macmillan.
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370-396.
- McAleese, D., 2004. Economics for Business: Competition, Macro-stability, and Globalisation, Third Edition, Prentice Hall,
- Miller, D. and Ross, P. (2022) 'Understanding business cycles in strategic planning', *Journal of Macroeconomic Studies*, 37(1), pp. 101–118.
- Mishkin, F. S. (2013). *Macroeconomics: Policy and Practice* (2nd ed.). Pearson.
- Mishkin, F. S. (2015). *The Economics of Money, Banking, and Financial Markets* (11th ed.). Boston: Pearson Education.
- Morgan, S. and Taylor, J. (2022) 'Product diversification strategies in varying economic conditions', *Journal of Marketing Strategy*, 41(2), pp. 98–115.
- Nainggolan, H., Asmoro, A. Y., Kusumoningtyas, A. A., Hermastho, B., Hehamahua, A., Kadiman, S., ... & Ambat, R. E. (2023). *Manajemen Risiko*. Pradina Pustaka.
- Nguyen, M. and Robinson, C. (2022) 'Credit accessibility and business expansion', *Financial Economics Review*, 52(2), pp. 199–215.
- Nguyen, T. T. T., Pham, B. T., & Sala, H. (2022). Being an emerging economy: To what extent do geopolitical risks hamper technology and FDI inflows? *Economic Analysis and Policy*, 74, 728–746. <https://doi.org/10.1016/j.eap.2022.04.005>
- Noe, R. A., Hollenbeck, J. R., Gerhart, B., & Wright, P. M. (2017). *Fundamentals of Human Resource Management*. McGraw-Hill Education.
- Noe, R. A., Hollenbeck, J. R., Gerhart, B., & Wright, P. M. (2021). *Human Resource Management: Gaining a Competitive Advantage* (12th ed.). McGraw-Hill Education.

- Nordin, N., Deros, B. M. D. M., Wahab, D. A., & Rahman, M. N. A. (2012). Validation of lean manufacturing implementation framework using delphi technique. *Jurnal Teknologi*, 59(2).
- Nurfaidah, 2016. Seminar Manajemen Keuangan. STIE YPUP Makassar.
- OECD (2023). 'OECD Framework for mapping and Quantifying Government Support for Business Innovation". OECD Publishing
- Oliver, M. and Hart, G. (2019) 'Consumer subsidies and business demand', *Economic Development Review*, 30(4), pp. 183–202.
- Pardjo, Y. A. P. (2017). *Manajemen Risiko Perusahaan*. Growing publishing.
- Peraturan Nomor 7 Tahun 2021 tentang kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.
- Reinhart, C. M., & Rogoff, K. S. (2009). *This Time Is Different: Eight Centuries of Financial Folly*. Princeton University Press.
- Riswanto, A., Kundhani, E. Y., Waty, E., Nurchayati, N., Murni, Y., Afrianti, R., ... & Boari, Y. (2023). *BUKU AJAR PENGANTAR EKONOMI*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Rodriguez, M. and Wang, P. (2019) 'Adapting business strategies to economic cycles', *Journal of Economic Theory and Practice*, 27(1), pp. 55–72.
- Rofiq Aunur, 2013." *Kemajuan Ekonomi Indonesia*," IPB Press, Bogor.
- Rofiq Aunur, 2013." *Kemajuan Ekonomi Indonesia*," IPB Press, Bogor.
- Rosmayati, S., Maulana, A., & Gunadi, T. (2024). Peluang Dan Tantangan Ekonomi Bisnis Dan Kesehatan Di Era Society 5.0. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 15(1), 113–130. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v15i1.4124>
- Ross, S. A., Westerfield, R. W., & Jaffe, J. (2013). *Corporate Finance* (10th ed.). McGraw-Hill Education.

- Rudiger Dornbush, Stanley Fischer and Richard Startz, (2017). "Macroeconomics", 13Th edition, McGraw-Hill Education, New York, USA
- Rustam, Andi, 2024. *Manajemen Keuangan : Praktik bagi Wirausaha Pemula*. Indonesia: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Saunders, A., & Cornett, M. M. (2018). *Financial Markets and Institutions* (6th ed.). McGraw-Hill Education.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development*. Harvard University Press.
- Self, Peter (2020). "Government by the Market? The Politics of Public Choice". Routledge, Taylor and Francis
- Sepriono, N. H., Rahayu, S., Adriana, N., Vitaloka, D., Panjaitan, I., Nur Utami, F., ... & Yanti, R. (2023). *Pengantar Ekonomi & Bisnis*.
- Setiawan, Z., Apriani, A., Komala, A. L., Islami, V., Ahada, R., Wibisono, L. K., ... & Gustiani, W. (2024). *Buku Ajar Kewirausahaan*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Shiller, R. J. (2015). *Irrational Exuberance* (3rd ed.). Princeton University Press.
- Shiv, B., & Fedorikhin, A. (1999). Heart and mind in conflict: The interplay of affect and cognition in consumer decision making. *Journal of Consumer Research*, 26(3), 184-192.
- Simon, H. A. (1955). A behavioral model of rational choice. *Quarterly Journal of Economics*, 69(1), 99-118.
- Simamora, H. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara
- Sitanggang, J.P. 2013. *Manajemen Perusahaan Lanjutan*. Bogor: Mitra Wacana Media Jawa Barat.
- Smith, L. and Zhao, Q. (2020) 'Navigating regulatory changes in a globalized economy', *Global Economics Journal*, 20(4), pp. 311–329.
- Snowdon, Brian and Vane, A Howard R (2005). "Modern Macroeconomics" Edward Elgar Publishing Inc, Massachusetts, USA

- Stulz, R. M. (2000). Financial Structure, Corporate Finance, and Economic Growth. *International Review of Finance*, 1(1), 11-38.
- Suryadi, S., & Nasution, F. A. P. (2023). Revolusi Industri, Tren Pekerjaan Masa Depan, dan Posisi Indonesia. *Jurnal Ketenagakerjaan*, 18(2).  
<https://doi.org/10.47198/jnaker.v18i2.237>
- Suryaningrum, D. A., Ayuk, N. M. T., Retnowati, D., Damayanti, F., Langoday, T. O., Mas, I. G. A. M. A., ... & Yasmita, I. G. A. L. (2023). *PENGANTAR EKONOMI PEMBANGUNAN: Teori dan Konsep Pembangunan Ekonomi Era Industri 4.0 & Society 5.0*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Sutrisno, 2013. *Manajemen Keuangan : Teori Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta: Ekonisia Yogyakarta.
- Sutrisno, E. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Prenada Media.
- Syahbudi, M. (2021). *Ekonomi Kreatif Indonesia: Strategi Daya Saing UMKM Industri Kreatif Menuju Go Global (Sebuah Riset Dengan Model Pentahelix)*. Medan: Merdeka Kreasi.
- Thomas, C. R., Maurice, S. C., 2016. *Managerial Economics: Foundations of Business Analysis and Strategy*, 12 Edition. McGraw-Hill Education.
- Thompson, L. (2024) 'Fiscal and monetary policy effects on business strategies', *Journal of Economic Perspectives*, 39(2), pp. 145–160.
- Tulus T.H. Tambunan. 2016. "Perekonomian Indonesia Era Ordelama Hingga Jokowi" Ghalia Indonesia. Bogor
- Tulus T.H. Tambunan. 2016. "Perekonomian Indonesia Era Ordelama Hingga Jokowi" Ghalia Indonesia. Bogor
- Weiner, B. (1985). *Spontaneous causal attribution*. Erlbaum.
- Wibowo, A. (2022). *Manajemen Risiko*. Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik, 1-392.
- Williams, R. and Scott, B. (2019) 'Corporate tax policy and business performance', *Tax Policy Review*, 15(3), pp. 93–110.

- Wilson, P. and Carter, R. (2023) 'Sustainability and strategic investment planning', *Journal of Corporate Responsibility*, 23(3), pp. 102–118.
- Wright, P. M., & Ulrich, D. (2017). "The Role of HR in Business and Society." *Journal of Business and Psychology*, 32(2).
- Yang, M. (2023). Circular economy strategies for combating climate change and other environmental issues. *Environmental Chemistry Letters*, 21, 55–80. <https://doi.org/10.1007/s10311-022-01499-6>
- Yin, S., Liu, L., & Mahmood, T. (2023). New Trends in Sustainable Development for Industry 5.0: Digital Green Innovation Economy. *Green and Low-Carbon Economy*, 2(4), 269–276. <https://doi.org/10.47852/bonviewGLCE32021584>
- Youndt, M. A., Subramaniam, M., & Snell, S. A. (2004). "Intellectual Capital Profiles: An Examination of Investments and Returns." *Journal of Management Studies*, 41(2).
- Zhu, F., Zhang, X., & Duan, W. (2016). Impact of mobile commerce on consumer behavior: A literature review. *International Journal of Information Management*, 30, 133-142.

## TENTANG PENULIS

### Penulis Bagian 1



#### **Anita Apriani, S.E., M.Si**

Seorang Penulis dan Dosen Prodi Kewirausahaan Universitas Muhammadiyah Papua. Lahir di kota Jayapura, 22 April 1994. Penulis merupakan anak kedua dari empat bersaudara dari pasangan bapak H. Abunawas S.Pd., M.Pd dan Ibu Hj. Hasnah. Ia menamatkan pendidikan program Sarjana (S1) di Universitas Cenderawasih Papua prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan menyelesaikan program Pasca Sarjana (S2) di Universitas Cenderawasih Papua prodi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Buku yang telah ditulis dan diterbitkan antara lain : Pengantar Ekonomi Pembangunan: Teori Dan Konsep Pembangunan Ekonomi Era Industri 4.0 & Society 5.0, Metodologi Penelitian Bisnis: Teori & Panduan Praktis Dalam Penelitian Bisnis dan Buku Ajar Kewirausahaan.



@anitaaprianiiii



<https://www.youtube.com/@Anita-qm7eb>



googlescholar.ID: SU1pz6EAAAj;  SintaID: 6796449;

E-mail: [anitajpr.56@gmail.com](mailto:anitajpr.56@gmail.com)

## Penulis Bagian 2



### **Sri Yani Kusumastuti, S.E., M.Si**

Dosen tetap di Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trisakti Jakarta. Lulus dari Program Sarjana (S1) Program Studi Ilmu Ekonomi dan Sudi Pembangunan Universitas Gadjah Mada dan menyelesaikan program Pasca Sarjana (S2) di Program Magister Sains Ilmu Ekonomi Universitas Gadjah Mada. Pengalaman mengajar Mikroekonomika, Statistika, Ekonometrika, Metodologi Penelitian, Ekonomi Digital, dan Analisa Big Data. Banyak menulis artikel di bidang Ekonomi, Keuangan, dan Perbankan, Menjadi Editor di beberapa buku, antara lain: *Kinerja perdagangan luar negeri Indonesia pada masa krisis: suatu kajian empiris (2002)*, *Desain eksperimental: aplikasi dalam riset ilmu ekonomi, manajemen dan akuntansi (2011)*. Penulis buku Lembaga Jasa Keuangan di Indonesia (2018), penulis berbagai buku ajar dan buku referensi, dan artikel ilmiah di berbagai jurnal.

## Penulis Bagian 3



### **Dr. Loso Judijanto, SSi, MM, MStats**

Adalah peneliti yang bekerja pada lembaga penelitian **IPOSS Jakarta**. Penulis dilahirkan di Magetan pada tanggal 19 Januari 1971. Penulis menamatkan pendidikan *Master of Statistics* di *the University of New South Wales, Sydney, Australia* pada tahun 1998 dengan dukungan beasiswa ADCOS (*Australian Development Cooperation Scholarship*) dari Australia. Sebelumnya penulis menyelesaikan Magister Manajemen di Universitas Indonesia pada tahun 1995 dengan dukungan beasiswa dari Bank Internasional

Indonesia. Pendidikan sarjana diselesaikan di Institut Pertanian Bogor pada Jurusan Statistika – FMIPA pada tahun 1993 dengan dukungan beasiswa dari KPS-Pertamina. Penulis menamatkan Pendidikan dasar hingga SMA di Maospati, Sepanjang karirnya, Penulis pernah ditugaskan untuk menjadi anggota Dewan Komisaris dan/atau Komite Audit pada beberapa perusahaan/lembaga yang bergerak di berbagai sektor antara lain pengelolaan pelabuhan laut, telekomunikasi seluler, perbankan, pengembangan infrastruktur, sekuritas, pembiayaan infrastruktur, perkebunan, pertambangan batu bara, properti dan rekreasi, dan pengelolaan dana perkebunan. Penulis memiliki minat dalam riset di bidang kebijakan publik, ekonomi, keuangan, *human capital*, dan *corporate governance*. Penulis dapat dihubungi melalui e-mail di: [losojudijantobumn@gmail.com](mailto:losojudijantobumn@gmail.com).

#### Penulis Bagian 4



#### **Dini Hariyanti, Dr. M. E.**

Seorang Penulis dan Dosen pada Prodi Doktor Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trisakti, Jakarta. Penulis menamatkan pendidikan program studi Ilmu Ekonomi dan Pembangunan (S1) di Universitas Trisakti. Program Pasca Sarjana Ilmu Ekonomi (S2) di Universitas Indonesia. Strata Tiga (S3) di Program Studi Doktor Ilmu Ekonomi Universitas Trisakti. Penulis mengajar mata kuliah Mikroekonomika dan Makroekonomika Pengantar, Makroekonomika I dan II pada S1 Ekonomi Pembangunan Universitas Trisakti, Mata kuliah Makroekonomika Lanjutan, Ekonomi Regional dan Wilayah dan Metodologi Penelitian di Program Magister Ekonomi Universitas Trisakti serta mata kuliah Ekonomika Lanjutan pada S3 konsentrasi Manajemen Strategic, *Manajemen Sustainability Development* dan Akuntansi di Program studi Doktor Ilmu Ekonomi Universitas Trisakti.

**Penulis Bagian 5**  
**Sri Fitriya, S.E., M.M**

**Penulis Bagian 6**



**Dr. Ir. H. Apriyanto, S.E., M.Si., M.M.**

Dosen Program Studi Sarjana Terapan Akuntansi Perpajakan Politeknik Tunas Pemuda, Tangerang Banten

**Dr. Ir. Apriyanto, S.E., M.Si., M.M.,**

Memperoleh gelar sarjana (S-1) dan S-2 (Magister) dari Institut Pertanian Bogor (IPB), sekarang IPB University, sedangkan gelar doktor (S-3) dalam bidang manajemen pendidikan diperoleh dari Universitas Islam Nusantara Bandung. Kegiatan mengajarnya

dimulai sejak tahun 1997 hingga kini pada beberapa Perguruan Tinggi Swasta di wilayah Jakarta, Bogor, Tangerang, dan Bekasi (JABOTABEK). Pada tahun 2010, mendapat tugas tambahan menjadi Ketua Dewan Pembina Yayasan Rizky Putra Harapan Bangsa, yang mewadahi **SMK Tunas Pemuda, Politeknik Tunas Pemuda, dan STIE Triguna Tangerang.**

**Penulis Bagian 7**



**Muhamad Ari Kusuma, M.Pd**

Seorang penulis, peneliti dan Dosen dalam bidang Ekonomi pada Fakultas Pendidikan Universitas PGRI MPU Sindok. Lahir Kabupaten Blitar, Provinsi Jawa Timur, 18 Oktober 1996. Anak pertama dari dua bersaudara, pasangan H. Kusmani dan Hj. Malifatus Sa'dyah. Menamatkan pendidikan Dasar, lanjutan pertama dan menengah di Kabupaten Blitar, Jawa Timur. Sarjana (S1) di Universitas Negeri

Malang dan Program Pascasarjana (Program Magister-S2) pada Universitas Negeri Malang. Berbagai penelitian yang telah dilakukan dan dipublikasi (Buku & Artikel) pada Jurnal internasional bereputasi & Jurnal Nasional terindeks.

 @AriiKusuma;  @Ari48Kusuma;  AriKusuma;

E-mail: [Arikusuma@UPMS.ac.id](mailto:Arikusuma@UPMS.ac.id);

### Penulis Bagian 8



**Dr. H. Andi Rustam., SE., M.M., Ak., CA., CPA., Asean CPA**

Dosen Program Studi Manajemen (S1), dan Program Pasca Sarjana Magister Manajemen (S2) Universitas Muhammadiyah Makassar

Penulis adalah dosen tetap pada program studi manajemen (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Ketua Prodi Perpajakan FEB Universitas Muhammadiyah Makassar periode tahun 2016 sampai 2022. Terlahir di kota Ujung Pandang

pada tanggal 09 September 1967. Penulis adalah anak ketiga dari empat bersaudara dari pasangan Bapak H. Andi Muhammad Yusuf Toaso dan Ibu Hj. Andi Sahrisiah Petta Useng. Penulis menamatkan pendidikan program S1 Akuntansi di Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin Makassar tahun 1992 dan menyelesaikan program pascasarjana (S2) di Magister Manajemen Keuangan Universitas Muslim Indonesia Makassar tahun 2003 dan program pascasarjana S3 Ilmu Ekonomi di Universitas Hasanuddin Makassar tahun 2011. Penulis menekuni bidang: Auditing, Produktivitas Kerja, Manajemen Keuangan, Manajemen Finansial, Akuntansi Keuangan, Akuntansi Manajemen dan Manajemen SDM.

Penulis dapat dihubungi melalui e-mail: [andi.rustam@unismuh.ac.id](mailto:andi.rustam@unismuh.ac.id) dan [andirust99@gmail.com](mailto:andirust99@gmail.com) serta [andrust99@yahoo.co.id](mailto:andrust99@yahoo.co.id)

 ORCID.ID: <https://orcid.org/0009-0000-2082-4339>;

 googlescholar.ID: [GGgKzyQAAAAJ](https://scholar.google.com/citations?user=GGgKzyQAAAAJ);  SintaID: 6175943;

### Penulis Bagian 9



#### **Dr. Tetty Sufianty Zafar, MM**

Lahir di Sukabumi pada 01 September 1972. Perempuan yang akrab di panggil Bu Sofy ini, kesehariannya sebagai ibu rumah tangga dan Dosen di Universitas Muhammadiyah Sukabumi (UMMI) Prodi Administrasi Bisnis

Menempuh pendidikan S1 di UIN Bandung, S2 di IPWIJA Jakarta, dan Doktor bidang Ilmu Manajemen SDM dari UNPAS Bandung, saat ini sebagai Sekretaris Umum Forum Doktor Sukabumi (FDS), Pengurus Forum Shilaturahmi

Doktor Indonesia (FORSILADI) Provinsi Jawa Barat, trainer, nara sumber, juga sebagai asesor BNSP bidang MSDM

### Penulis Bagian 10



#### **Ida Ayu Anggawulan Saraswathi, S.E., M.M.**

Seorang penulis dan dosen tetap Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Pariwisata, Universitas Hindu Indonesia, Bali. Penulis mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi yang diraih pada tahun 2010 dari Universitas Udayana, dan mendapatkan gelar Magister Manajemen yang diraih pada tahun 2015 dari Universitas. Penulis berpengalaman mengajar pada mata kuliah yang berfokus pada bidang Manajemen dan Keuangan seperti

Manajemen Keuangan, Pengantar Ekonomi Makro, Pengantar Ekonomi Mikro, Hukum Bisnis, Bisnis Pariwisata, Akuntansi Manajemen, Koperasi dan UMKM, serta Manajemen Strategik.

## Penulis Bagian 11



### **Dr. Nurhayati, SE, ME**

Merupakan dosen tetap di Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trisakti Jakarta. Lulus dari Program Sarjana (S1) Program Studi Ilmu Ekonomi dan Sudi Pembangunan Universitas Trisakti dan menyelesaikan program Pasca Sarjana (S2) di Program Magister Perencanaan dan Kebijakan Publik Universitas Indonesia dan melanjutkan Pasca Sarjana (S3) di Program Kebijakan Publik Universitas Trisakti.

Pengalaman mengajar Statistika, Ekonometrika dan Praktikum Alat Analisis Kuantitatif. Banyak menulis artikel di bidang Ekonomi, Regional, dan Pembangunan Berkelanjutan. Penulis aktif sebagai pengurus Jurnal sebagai Managing Editor pada Jurnal Media Ekonomi. Penulis juga aktif sebagai Ketua Lembaga Pengolahan Data dan Statistik di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trisakti.

**Penerbit :**  
**PT. Sonpedia Publishing Indonesia**



**Redaksi :**  
**Jl. Puntadewa, Ngebel, Tamantirto, Kec.**  
**Kasih, Kabupaten Bantul, Daerah**  
**Istimewa Yogyakarta,**  
**Kode Pos 55184**

**Email:**  
**greenpustakaindonesia@gmail.com**

**Website:**  
**[www.greenpustaka.com](http://www.greenpustaka.com)**