

Editor :

DR. D.Sc. Drs. Sunarno SastroAtmodjo, AP, B.II.Sc., B.Sc., S.E., S.H.,
S.T., S.AP, S.IP, S.Pd., S.Sos., S.lkom, M.M., M.Si., C.JKP, C.CW, C.ED.
Dr. Capt. Fausta Ari Barata, M.H., M.M.



EKONOMI BISNIS

DR. D.Sc. Drs. Sunarno SastroAtmodjo, AP, B.II.Sc., B.Sc., S.E., S.H., S.T.,
S.AP, S.IP, S.Pd., S.Sos., S.lkom, M.M., M.Si., C.JKP, C.CW, C.ED.

Satria, S.Pd., M.Si. | Sri Redjeki, S.E., M.M. | Dita Ratnasari, S.E., M.M.

Dr. Drs. H. Pandoyo, S.E., M.M. | Andi Aditya Hardinto, S.E., M.Ak., C.Par., C.Md., CLA.

Indah Fitriana Sari, S.H.I., M.E. | Hasmarudin, S.Pd., M.M.

Dr. Indriana Kristiawati, S.E., M.M. | Dr. Ir. Yusuf Gunawan, S.H., M.H., MBL., D.Th.

Roa Konitin, S.Kom., M.H., CCL., CPM., CPArb., CPCLE. | Yasir Riady

Dr. Moh. Surno Kutoyo, S.Ag., S.Pd., M.Si., M.T. | Ali Hardana, S.Pd., M.Si. | Dr. Antonius Natan



EKONOMI BISNIS

BAB 1 PENGANTAR EKONOMI BISNIS

DR. D.Sc. Drs. Sunarno SastroAtmodjo, AP., B.II.Sc., B.Sc., S.E., S.H., S.T., S.AP., S.IP., S.Pd., S.Sos., S.Ikom, M.M., M.Si., C.JKP, C.CW., C.ED.

BAB 2 BADAN USAHA DALAM PEREKONOMIAN

DR. D.Sc. Drs. Sunarno SastroAtmodjo, AP., B.II.Sc., B.Sc., S.E., S.H., S.T., S.AP., S.IP., S.Pd., S.Sos., S.Ikom, M.M., M.Si., C.JKP, C.CW., C.ED.

BAB 3 KETENAGAKERJAAN DAN SISTEM UPAH

DR. D.Sc. Drs. Sunarno SastroAtmodjo, AP., B.II.Sc., B.Sc., S.E., S.H., S.T., S.AP., S.IP., S.Pd., S.Sos., S.Ikom, M.M., M.Si., C.JKP, C.CW., C.ED.

BAB 4 TEORI UANG DAN INDEKS HARGA

Satria, S.Pd., M.Si.

BAB 5 INFLASI DAN DAMPAKNYA TERHADAP EKONOMI

Sri Redjeki, S.E., M.M.

BAB 6 KEBIJAKAN MONETER DAN FISKAL

Dita Ratnasari, S.E., M.M.

BAB 7 MANAJEMEN DAN FUNGSI MANAJEMEN

Dr. Drs. H. Pandoyo, S.E., M.M.

BAB 8 PERENCANAAN BISNIS DAN LITERASI KEUANGAN

Andi Aditya Hardinto, S.E., M.Ak., C.Par., C.Md., CLA.

BAB 9 PERANAN KOPERASI DALAM PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT

Indah Fitriana Sari, S.H.I., M.E.

BAB 10 ANALISIS BIAYA DAN MANFAAT DALAM BISNIS

Hasmarudin, S.Pd., M.M.

BAB 11 PENGAMBILAN KEPUTUSAN DALAM BISNIS

Dr. Indriana Kristiawati, S.E., M.M.

BAB 12 EKONOMI GLOBAL DAN PERDAGANGAN INTERNASIONAL

Dr. Ir. Yusuf Gunawan, S.H., M.H., MBL., D.Th.
Roa Konifin, S.Kom., M.H., CCL., CPM., CPArb., CPCLE.

BAB 13 PERAN TEKNOLOGI DALAM EKONOMI BISNIS

Yasir Riady

BAB 14 INOVASI DAN KEWIRAUSAHAAN DALAM EKONOMI BISNIS

Dr. Moh. Surno Kutoyo, S.Ag., S.Pd., M.Si., M.T.
Ali Hardana, S.Pd., M.Si.

BAB 15 ETIKA DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL DALAM BISNIS

Dr. Antonius Natan



☎ 0858 5343 1992
✉ eurekaediaaksara@gmail.com
📍 Jl. Banjaran RT.20 RW.10
Bojongsari - Purbalingga 53362

ISBN 978-634-248-956-1



9 786342 489581

EKONOMI BISNIS

**DR. D.Sc. Drs. Sunarno SastroAtmodjo, AP., B.II.Sc., B.Sc.,
S.E., S.H., S.T., S.AP., S.IP., S.Pd., S.Sos., S.Ikom, M.M., M.Si.,**

C.JKP., C.CW., C.ED.

Satria, S.Pd., M.Si.

Sri Redjeki, S.E., M.M.

Dita Ratnasari, S.E., M.M.

Dr. Drs. H. Pandoyo, S.E., M.M.

Andi Aditya Hardinto, S.E., M.Ak., C.Par., C.Md., CLA.

Indah Fitriana Sari, S.H.I., M.E.

Hasmarudin, S.Pd., M.M.

Dr. Indriana Kristiawati, S.E., M.M.

Dr. Ir. Yusuf Gunawan, S.H., M.H., MBL., D.Th.

Roa Konitin, S.Kom., M.H., CCL., CPM., CPArb., CPCLE.

Yasir Riady

Dr. Moh. Surno Kutoyo, S.Ag., S.Pd., M.Si., M.T.

Ali Hardana, S.Pd., M.Si.

Dr. Antonius Natan



eureka
media aksara

PENERBIT CV. EUREKA MEDIA AKSARA

EKONOMI BISNIS

Penulis : DR. D.Sc. Drs. Sunarno SastroAtmodjo, AP., B.II.Sc., B.Sc., S.E., S.H., S.T., S.AP., S.IP., S.Pd., S.Sos., S.Ikom, M.M., M.Si., C.JKP., C.CW., C.ED. | Satria, S.Pd., M.Si. | Sri Redjeki, S.E., M.M. | Dita Ratnasari, S.E., M.M. | Dr. Drs. H. Pandoyo, S.E., M.M. | Andi Aditya Hardinto, S.E., M.Ak., C.Par., C.Md., CLA. | Indah Fitriana Sari, S.H.I., M.E. | Hasmarudin, S.Pd., M.M. | Dr. Indriana Kristiawati, S.E., M.M. | Dr. Ir. Yusuf Gunawan, S.H., M.H., MBL., D.Th. | Roa Konitin, S.Kom., M.H., CCL., CPM., CPArb., CPCLE. | Yasir Riady | Dr. Moh. Surno Kutoyo, S.Ag., S.Pd., M.Si., M.T. | Ali Hardana, S.Pd., M.Si. | Dr. Antonius Natan

Editor : DR. D.Sc. Drs. Sunarno SastroAtmodjo, AP., B.II.Sc., B.Sc., S.E., S.H., S.T., S.AP., S.IP., S.Pd., S.Sos., S.Ikom, M.M., M.Si., C.JKP., C.CW., C.ED.

Dr. Capt. Fausta Ari Barata, M.M.

Desain Sampul : Firman Isma'il

Tata Letak : Laelatul Qodriyah

ISBN : 978-634-248-958-1

Diterbitkan oleh : **EUREKA MEDIA AKSARA,**

NOVEMBER 2025

ANGGOTA IKAPI JAWA TENGAH

NO. 225/JTE/2021

Redaksi:

Jalan Banjaran, Desa Banjaran RT 20 RW 10

Kecamatan Bojongsari Kabupaten Purbalingga

Telp. 0858-5343-1992

Surel : eurekamediaaksara@gmail.com

Cetakan Pertama : 2025

All right reserved

Hak Cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun dan dengan cara apapun, termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan teknik perekaman lainnya tanpa seizin tertulis dari penerbit.

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan buku ini. Penulisan buku merupakan buah karya dari pemikiran penulis yang diberi judul “Ekonomi Bisnis”. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan karya ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih pada semua pihak yang telah membantu penyusunan buku ini. Sehingga buku ini bisa hadir di hadapan pembaca.

Buku Ekonomi Bisnis yang berada di tangan pembaca ini terdiri dari 15 bab :

- Bab 1 Pengantar Ekonomi Bisnis
- Bab 2 Badan Usaha dalam Perekonomian
- Bab 3 Ketenagakerjaan dan Sistem Upah
- Bab 4 Teori Uang dan Indeks Harga
- Bab 5 Inflasi dan Dampaknya terhadap Ekonomi
- Bab 6 Kebijakan Moneter dan Fiskal
- Bab 7 Manajemen dan Fungsi Manajemen
- Bab 8 Perencanaan Bisnis dan Literasi Keuangan
- Bab 9 Peranan Koperasi dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat
- Bab 10 Analisis Biaya dan Manfaat dalam Bisnis
- Bab 11 Pengambilan Keputusan dalam Bisnis
- Bab 12 Ekonomi Global dan Perdagangan Internasional
- Bab 13 Peran Teknologi dalam Ekonomi Bisnis
- Bab 14 Inovasi dan Kewirausahaan dalam Ekonomi Bisnis
- Bab 15 Etika dan Tanggung Jawab Sosial dalam Bisnis

Akhir kata penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga buku ini akan membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

DAFTAR ISI

PRAKATA	iv
DAFTAR ISI.....	v
BAB 1 PENGANTAR EKONOMI BISNIS	1
A. Pendahuluan.....	1
B. Konsep dan Ruang Lingkup Ekonomi Bisnis	2
C. Hubungan Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi	4
D. Sistem Ekonomi dan Peran Pasar	7
E. Permintaan, Penawaran, dan Keseimbangan Harga	9
F. Tantangan Ekonomi Global terhadap Dunia Bisnis.....	10
G. Rangkuman.....	11
DAFTAR PUSTAKA.....	13
TENTANG PENULIS	14
BAB 2 BADAN USAHA DALAM PEREKONOMIAN	17
A. Pendahuluan.....	17
B. Jenis-Jenis Badan Usaha.....	23
C. Struktur dan Organisasi Badan Usaha	27
D. Peran Badan Usaha dalam Perekonomian	33
E. Tantangan dan Peluang Badan Usaha di Era Gloalisasi	38
DAFTAR PUSTAKA.....	44
TENTANG PENULIS	48
BAB 3 KETENAGAKERJAAN DAN SISTEM UPAH.....	51
A. Pendahuluan.....	51
B. Dinamika Pasar Tenaga Kerja.....	52
C. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penentuan Upah	54
D. Produktivitas dan Efisiensi Tenaga Kerja	56
E. Kebijakan Pemerintah dalam Bidang Ketenagakerjaan.....	58
F. Isu-Isu Ketenagakerjaan di Era Digital dan Globalisasi.....	60

	G. Rangkuman.....	61
	DAFTAR PUSTAKA	64
	TENTANG PENULIS.....	65
BAB 4	TEORI UANG DAN INDEKS HARGA.....	68
	A. Pendahuluan.....	68
	B. Fungsi dan Peranan Uang dalam Perekonomian ..	70
	C. Sistem Moneter dan Mekanisme Penciptaan Uang.....	71
	D. Indeks Harga dan Inflasi.....	73
	E. Dampak Inflasi terhadap Dunia Usaha.....	74
	F. Kebijakan Pengendalian Nilai Uang dan Harga....	75
	G. Rangkuman.....	77
	DAFTAR PUSTAKA	79
	TENTANG PENULIS.....	81
BAB 5	INFLASI DAN DAMPAKNYA TERHADAP EKONOMI.....	82
	A. Pendahuluan.....	82
	B. Definisi dan Jenis-Jenis Inflasi	84
	C. Penyebab dan Dampak Inflasi.....	87
	D. Strategi Mengatasi Inflasi.....	90
	E. Inflasi dan Kebijakan Moneter	92
	F. Kesimpulan	95
	DAFTAR PUSTAKA	97
	TENTANG PENULIS.....	99
BAB 6	KEBIJAKAN MONETER DAN FISKAL.....	100
	A. Definisi dan Tujuan Kebijakan Moneter	101
	B. Alat - Alat Kebijakan Moneter	103
	C. Definisi Kebijakan Fiskal dan Pengaruhnya terhadap Ekonomi.....	107
	D. Koordinasi Kebijakan Moneter dan Fiskal	110
	DAFTAR PUSTAKA	115
	TENTANG PENULIS.....	116

BAB 7	MANAJEMEN DAN FUNGSI MANAJEMEN.....	117
	A. Pengertian dan Pentingnya Manajemen.....	117
	B. Pengertian dan Konsep Manajemen	118
	C. Fungsi-Fungsi Manajemen	119
	D. Pengertian Manajemen Menurut Para Ahli	120
	E. Pentingnya Manajemen dalam Bisnis	121
	F. Fungsi-Fungsi Manajemen.....	125
	DAFTAR PUSTAKA	129
	TENTANG PENULIS	130
BAB 8	PERENCANAAN BISNIS DAN LITERASI	
	KEUANGAN.....	131
	A. Pendahuluan.....	131
	B. Pentingnya Perencanaan Bisnis	134
	C. Langkah-Langkah Perencanaan Bisnis	139
	D. Literasi Keuangan dan Pengelolaan Keuangan... ..	142
	E. Analisis Keuangan dalam Perencanaan Bisnis	146
	F. Kesimpulan dan Penutup	150
	G. Rangkuman Poin-Poin Penting.....	153
	DAFTAR PUSTAKA	155
	TENTANG PENULIS	157
BAB 9	PERANAN KOPERASI DALAM	
	PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT .	158
	A. Pendahuluan.....	158
	B. Pengertian Koperasi	159
	C. Prinsip-Prinsip Koperasi.....	160
	D. Jenis-Jenis Koperasi	161
	E. Peranan Strategis Koperasi dalam	
	Perekonomian Lokal.....	161
	F. Studi Kasus: Koperasi Ternak Saling Sakiki	
	Sumbawa.....	162
	G. Kesimpulan.....	163
	H. Saran	164
	DAFTAR PUSTAKA	165
	TENTANG PENULIS	166

BAB 10 ANALISIS BIAYA DAN MANFAAT DALAM	
BISNIS	167
A. Pendahuluan.....	167
B. Pengertian Analisis Biaya-Manfaat	168
C. Klasifikasi dan Pengukuran Biaya.....	170
D. Penilaian Manfaat Finansial dan Nonfinansial	171
E. Teknik Analisis Kelayakan Ekonomi	173
F. Studi Kasus Analisis Biaya-Manfaat pada	
Proyek Bisnis.....	174
G. Rangkuman.....	175
DAFTAR PUSTAKA	177
TENTANG PENULIS.....	178
BAB 11 PENGAMBILAN KEPUTUSAN DALAM	
BISNIS	179
A. Pendahuluan.....	179
B. Jenis-Jenis Keputusan Bisnis.....	183
C. Proses Pengambilan Keputusan.....	186
D. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi	
Pengambilan Keputusan	189
E. Teknik dan Alat Pengambilan Keputusan.....	191
F. Tantangan dan Risiko dalam Pengambilan	
Keputusan	194
G. Etika dan Tanggung Jawab dalam	
Pengambilan Keputusan	198
H. Kesimpulan	200
DAFTAR PUSTAKA	203
TENTANG PENULIS.....	205
BAB 12 EKONOMI GLOBAL DAN PERDAGANGAN	
INTERNASIONAL.....	206
A. Pendahuluan.....	206
B. Teori Perdagangan Internasional.....	209
C. Kebijakan Perdagangan Internasional.....	213
D. Kebijakan Ekonomi dan Regulasi	
Perdagangan	217
E. Investasi dan Aliran Modal Global.....	221

F. Perdagangan Regional dan Integrasi Ekonomi	
Global	225
G. Tantangan Globalisasi	229
H. Penutup	232
DAFTAR PUSTAKA	234
TENTANG PENULIS	237
BAB 13 PERAN TEKNOLOGI DALAM EKONOMI	
BISNIS.....	239
A. Pendahuluan.....	239
B. Era Digital: Internet dan <i>E-Commerce</i>	240
C. Teknologi sebagai Penggerak Efisiensi	
Operasional.....	242
D. Teknologi dan Inovasi Model Bisnis	244
E. Teknologi dan Pengambilan Keputusan Bisnis...	247
F. Kesimpulan.....	249
DAFTAR PUSTAKA	251
TENTANG PENULIS	254
BAB 14 INOVASI DAN KEWIRAUSAHAAN DALAM	
EKONOMI BISNIS.....	255
A. Pendahuluan.....	255
B. Definisi dan Jenis-Jenis Inovasi.....	261
C. Pentingnya Inovasi	268
D. Definisi dan Jenis-Jenis Kewirausahaan	275
E. Pentingnya Kewirausahaan.....	282
DAFTAR PUSTAKA	287
TENTANG PENULIS	292
BAB 15 ETIKA DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL	
DALAM BISNIS.....	294
A. Pendahuluan.....	294
B. Konsep Etika Bisnis	298
C. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis	307
D. Tanggung Jawab Sosial dalam Bisnis (CSR)	313
E. Implementasi Etika dan Tanggung Jawab Sosial	
dalam Bisnis.....	318

F. Peran Pemangku Kepentingan dan Tren Masa Depan Etika dan CSR	323
G. Kesimpulan	326
DAFTAR PUSTAKA	328
TENTANG PENULIS.....	332

BAB

1

PENGANTAR EKONOMI BISNIS

**DR. D.Sc. Drs. Sunarno SastroAtmodjo, AP., B.II.Sc., B.Sc.,
S.E., S.H., S.T., S.AP., S.IP., S.Pd., S.Sos., S.Ikom, M.M., M.Si.,
C.JKP., C.CW., C.ED.**

A. Pendahuluan

Bab pertama ini menjadi fondasi penting dalam memahami dunia bisnis dari sudut pandang ekonomi. Ekonomi bisnis merupakan cabang ilmu yang mempelajari bagaimana sumber daya ekonomi dialokasikan dan digunakan secara efisien untuk mencapai tujuan bisnis tertentu. Pemahaman terhadap konsep dan ruang lingkup ekonomi bisnis sangat krusial karena menjadi dasar dalam pengambilan keputusan strategis dan operasional di dunia usaha. Dalam konteks global yang semakin dinamis dan penuh tantangan, pengetahuan tentang ekonomi bisnis membantu pelaku usaha dan mahasiswa untuk memahami mekanisme pasar, perilaku konsumen, serta faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan dan keberlanjutan bisnis.

Selain itu, bagian ini menyoroti hubungan erat antara ekonomi, bisnis, dan akuntansi. Ketiga bidang ini saling melengkapi dan menjadi fondasi utama dalam pengelolaan perusahaan. Ekonomi memberikan gambaran makro dan mikro tentang bagaimana pasar berfungsi, sedangkan bisnis berfokus pada praktik pengelolaan sumber daya untuk mencapai tujuan tertentu. Akuntansi, di sisi lain,

menyediakan alat untuk melaporkan dan mengukur kinerja keuangan perusahaan secara transparan dan akuntabel. Memahami hubungan ini penting agar mahasiswa mampu melihat gambaran lengkap tentang bagaimana kegiatan ekonomi dan bisnis berjalan secara sinergis.

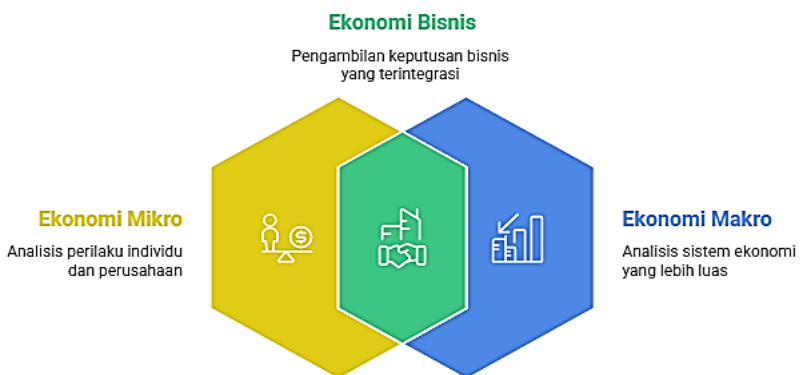
Selanjutnya, bab ini membahas sistem ekonomi yang berlaku di berbagai negara dan peran pasar sebagai mekanisme utama dalam distribusi sumber daya. Sistem ekonomi seperti kapitalisme, sosialisme, dan campuran memiliki karakteristik berbeda yang mempengaruhi cara negara dan perusahaan beroperasi. Pasar berperan sebagai arena utama dalam menentukan harga, kuantitas barang dan jasa, serta distribusi kekayaan. Pemahaman terhadap mekanisme permintaan dan penawaran serta konsep keseimbangan harga menjadi kunci dalam menganalisis dinamika pasar dan pengaruhnya terhadap kegiatan bisnis.

Tak kalah penting, bab ini juga mengulas tantangan ekonomi global yang semakin kompleks. Perkembangan teknologi, globalisasi, fluktuasi nilai tukar, serta ketidakpastian ekonomi dunia menjadi faktor yang harus dihadapi oleh pelaku bisnis. Pemahaman terhadap tantangan ini akan membantu mahasiswa untuk mengembangkan strategi adaptif dan inovatif dalam menghadapi perubahan yang cepat dan tidak menentu. Dengan demikian, penguasaan materi ini tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga sangat relevan dan aplikatif dalam konteks dunia nyata, baik dalam pengembangan karir maupun dalam pengelolaan usaha yang berkelanjutan.

B. Konsep dan Ruang Lingkup Ekonomi Bisnis

Ekonomi bisnis merupakan cabang dari ilmu ekonomi yang mempelajari bagaimana sumber daya ekonomi dialokasikan dan digunakan secara efisien untuk mencapai tujuan bisnis tertentu. Secara umum, ekonomi bisnis mengintegrasikan prinsip-prinsip ekonomi mikro dan makro

dalam konteks kegiatan bisnis, sehingga mampu memberikan gambaran tentang pengambilan keputusan ekonomi di tingkat perusahaan maupun di tingkat nasional dan internasional. Menurut Brigham dan Houston (2019), ekonomi bisnis berfokus pada analisis perilaku pelaku ekonomi dalam dunia usaha, termasuk perusahaan, konsumen, dan pemerintah, serta bagaimana interaksi mereka mempengaruhi pasar dan perekonomian secara keseluruhan.



Gambar 1.1 Memahami Pengambilan Keputusan Bisnis yang Efisien

Ruang lingkup ekonomi bisnis meliputi berbagai aspek seperti pengelolaan sumber daya, penetapan harga, strategi pemasaran, pengelolaan risiko, serta pengambilan keputusan investasi dan produksi. Ekonomi bisnis juga membahas tentang efisiensi dan efektivitas dalam penggunaan sumber daya, termasuk faktor produksi seperti tenaga kerja, modal, tanah, dan teknologi. Selain itu, ekonomi bisnis mempelajari dinamika pasar, perilaku konsumen, serta pengaruh kebijakan pemerintah terhadap kegiatan ekonomi dan bisnis. Dengan demikian, ekonomi bisnis tidak hanya berorientasi pada teori, tetapi juga pada aplikasi praktis yang mendukung keberhasilan dan keberlanjutan usaha.

Contoh penerapan konsep ekonomi bisnis dapat dilihat pada pengelolaan perusahaan manufaktur yang harus menentukan strategi produksi berdasarkan analisis biaya dan manfaat, serta memperhatikan kondisi pasar dan tren permintaan. Misalnya, sebuah perusahaan elektronik harus memutuskan kapan dan berapa banyak produk yang akan diproduksi dengan mempertimbangkan biaya produksi, harga jual, dan tingkat permintaan pasar. Keputusan ini harus didukung oleh analisis ekonomi yang mendalam agar perusahaan dapat bersaing secara kompetitif dan tetap memperoleh keuntungan.

Selain itu, ekonomi bisnis juga mencakup studi tentang pengaruh faktor eksternal seperti fluktuasi nilai tukar, kebijakan perdagangan internasional, dan perkembangan teknologi terhadap kegiatan usaha. Dalam konteks globalisasi, pemahaman tentang ekonomi bisnis menjadi semakin penting karena perusahaan harus mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan ekonomi yang cepat dan kompleks. Dengan demikian, ekonomi bisnis menjadi fondasi utama dalam pengembangan strategi bisnis yang inovatif dan berkelanjutan.

C. Hubungan Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi

Ekonomi, bisnis, dan akuntansi merupakan tiga bidang yang saling terkait dan saling mendukung dalam pengelolaan sumber daya dan pencapaian tujuan organisasi. Ekonomi memberikan kerangka analisis makro dan mikro yang membantu memahami perilaku pasar, alokasi sumber daya, serta faktor-faktor yang mempengaruhi kegiatan ekonomi dan bisnis. Dalam konteks ini, ekonomi berfungsi sebagai dasar teoritis yang mendasari pengambilan keputusan bisnis dan pelaporan keuangan.

Bisnis adalah kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh individu atau organisasi untuk memproduksi dan menjual barang atau jasa guna memperoleh keuntungan. Dalam

prosesnya, bisnis harus mampu mengelola sumber daya secara efisien dan efektif, serta menyesuaikan diri dengan kondisi pasar dan regulasi yang berlaku. Ekonomi memberikan panduan tentang bagaimana perusahaan dapat menentukan harga, mengelola biaya, dan merancang strategi pemasaran yang kompetitif. Sebagai contoh, analisis permintaan dan penawaran membantu perusahaan dalam menentukan tingkat produksi dan harga jual yang optimal.



Gambar 1.2 Mengoptimalkan Keuntungan Bisnis

Akuntansi berperan sebagai alat pencatatan, pengukuran, dan pelaporan keuangan yang transparan dan akuntabel. Melalui laporan keuangan, perusahaan dapat menunjukkan kondisi keuangan dan kinerja operasionalnya kepada pemangku kepentingan, termasuk investor, kreditur, dan pemerintah. Akuntansi juga membantu dalam pengambilan keputusan ekonomi internal, seperti pengelolaan anggaran, pengendalian biaya, dan evaluasi profitabilitas. Dengan demikian, akuntansi menjadi jembatan antara teori ekonomi dan praktik bisnis yang nyata.

Keterkaitan ketiga bidang ini dapat dilihat dalam proses pengambilan keputusan strategis. Misalnya, sebuah perusahaan memanfaatkan analisis ekonomi untuk memahami tren pasar dan perilaku konsumen, kemudian menerapkan prinsip akuntansi untuk mengukur dan melaporkan hasil kegiatan tersebut secara akurat. Keputusan investasi, pengembangan produk, dan ekspansi pasar semuanya didasarkan pada data ekonomi dan laporan keuangan yang valid. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam tentang hubungan ini sangat penting bagi mahasiswa agar mampu mengintegrasikan konsep-konsep tersebut dalam praktik bisnis yang nyata.

D. Sistem Ekonomi dan Peran Pasar

Sistem ekonomi adalah kerangka kerja yang digunakan oleh suatu negara untuk mengatur kegiatan ekonomi dan distribusi sumber daya. Secara umum, terdapat tiga sistem ekonomi utama, yaitu kapitalisme, sosialisme, dan sistem ekonomi campuran. Kapitalisme menekankan kepemilikan pribadi atas sumber daya dan mekanisme pasar sebagai alat utama dalam pengalokasian sumber daya. Dalam sistem ini, harga ditentukan oleh kekuatan permintaan dan penawaran, dan peran pemerintah terbatas pada pengaturan tertentu untuk menjaga kestabilan dan keadilan (Mankiw, 2018).

Sistem sosialisme, di sisi lain, menempatkan kendali sumber daya di tangan negara atau kolektif, dengan tujuan utama mencapai pemerataan kekayaan dan pengurangan ketimpangan sosial. Dalam sistem ini, pemerintah memiliki peran besar dalam perencanaan dan pengelolaan ekonomi, termasuk penetapan harga dan distribusi barang dan jasa. Sistem ini cenderung mengurangi peran mekanisme pasar dan lebih menekankan perencanaan pusat.

Sistem ekonomi campuran menggabungkan elemen-elemen dari kedua sistem tersebut, di mana pasar tetap berperan sebagai mekanisme utama, tetapi pemerintah juga memiliki peran dalam mengatur dan mengendalikan kegiatan ekonomi untuk mencapai tujuan sosial dan ekonomi tertentu. Indonesia, misalnya, menerapkan sistem ekonomi campuran yang mengintegrasikan pasar bebas dengan regulasi pemerintah untuk melindungi kepentingan nasional dan masyarakat (Sukirno, 2019).

Peran pasar dalam sistem ekonomi sangat vital karena menjadi arena utama dalam menentukan harga, kuantitas barang dan jasa, serta distribusi sumber daya. Mekanisme pasar bekerja melalui interaksi antara permintaan dan penawaran. Ketika permintaan meningkat dan penawaran tetap, harga cenderung naik, dan sebaliknya. Pasar yang berfungsi dengan baik akan mencapai titik keseimbangan harga, di mana jumlah barang yang diminta sama dengan jumlah yang ditawarkan. Contoh nyata adalah pasar saham, di mana harga saham berfluktuasi berdasarkan sentimen investor dan kondisi ekonomi makro.

Peran pasar juga meliputi penciptaan insentif bagi pelaku ekonomi untuk berinovasi dan meningkatkan efisiensi. Melalui mekanisme persaingan, perusahaan didorong untuk menawarkan produk yang lebih baik dengan harga yang kompetitif. Namun, pasar tidak selalu sempurna dan dapat mengalami kegagalan, seperti monopoli,

eksternalitas, dan informasi asimetris, yang memerlukan intervensi pemerintah untuk memperbaiki fungsi pasar.

E. Permintaan, Penawaran, dan Keseimbangan Harga

Permintaan dan penawaran merupakan dua konsep fundamental dalam ekonomi yang menentukan harga dan jumlah barang serta jasa di pasar. Permintaan mengacu pada jumlah barang dan jasa yang diinginkan dan mampu dibeli oleh konsumen pada berbagai tingkat harga tertentu dalam periode waktu tertentu. Sebaliknya, penawaran adalah jumlah barang dan jasa yang diproduksi dan siap dijual oleh produsen pada berbagai tingkat harga.

Kurva permintaan biasanya memiliki kemiringan negatif, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi harga, semakin rendah jumlah yang diminta, dan sebaliknya. Sebaliknya, kurva penawaran cenderung memiliki kemiringan positif, yang berarti semakin tinggi harga, semakin besar jumlah yang ditawarkan. Titik di mana kedua kurva ini bertemu disebut titik keseimbangan, yang menentukan harga dan kuantitas pasar secara optimal (Mankiw, 2018).

Contoh nyata adalah pasar sayur segar di pasar tradisional. Jika harga sayur terlalu tinggi, konsumen akan mengurangi pembelian, dan penjual akan mengalami kelebihan pasokan. Sebaliknya, jika harga terlalu rendah, permintaan akan meningkat, tetapi penjual mungkin tidak cukup memproduksi karena margin keuntungan yang kecil. Pada titik keseimbangan, jumlah sayur yang diminta dan ditawarkan sama, sehingga pasar berfungsi secara efisien.

Perubahan dalam faktor-faktor seperti pendapatan konsumen, harga barang pengganti, biaya produksi, dan kebijakan pemerintah dapat menggeser kurva permintaan dan penawaran, sehingga mempengaruhi harga dan kuantitas. Misalnya, kenaikan harga bahan baku akan

menggeser kurva penawaran ke kiri, menyebabkan kenaikan harga dan penurunan jumlah barang yang diproduksi.

Selain itu, konsep elastisitas permintaan dan penawaran penting untuk memahami seberapa besar perubahan harga akan mempengaruhi jumlah yang diminta atau ditawarkan. Produk dengan elastisitas tinggi, seperti barang mewah, akan mengalami perubahan permintaan yang besar terhadap perubahan harga, sedangkan barang kebutuhan pokok cenderung memiliki elastisitas rendah.

F. Tantangan Ekonomi Global terhadap Dunia Bisnis

Perkembangan ekonomi global membawa berbagai tantangan yang signifikan bagi dunia bisnis. Salah satu tantangan utama adalah ketidakpastian ekonomi yang dipicu oleh fluktuasi nilai tukar, volatilitas pasar keuangan, dan ketegangan geopolitik. Perubahan kebijakan perdagangan internasional, seperti tarif dan kuota, dapat mempengaruhi biaya produksi dan harga barang di pasar global. Sebagai contoh, perang dagang antara Amerika Serikat dan China telah menyebabkan ketidakpastian dan fluktuasi harga bahan baku serta produk jadi, yang berdampak langsung pada perusahaan di seluruh dunia.

Selain itu, kemajuan teknologi dan digitalisasi mengubah lanskap bisnis secara drastis. Perusahaan harus mampu beradaptasi dengan inovasi teknologi seperti e-commerce, otomatisasi, dan kecerdasan buatan untuk tetap kompetitif. Namun, tantangan ini juga membawa risiko baru, seperti keamanan siber dan ketergantungan pada sistem digital yang rentan terhadap gangguan.

Globalisasi membuka peluang pasar baru, tetapi juga meningkatkan kompetisi antar perusahaan dari berbagai negara. Perusahaan harus mampu mengelola risiko terkait perbedaan budaya, regulasi, dan kondisi ekonomi di berbagai negara. Contohnya, perusahaan multinasional harus menyesuaikan strategi pemasaran dan operasionalnya sesuai

dengan karakteristik pasar lokal agar dapat bersaing secara efektif.

Tantangan lain adalah isu keberlanjutan dan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Konsumen dan pemangku kepentingan semakin peduli terhadap dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan bisnis. Perusahaan harus mampu mengintegrasikan prinsip keberlanjutan dalam strategi bisnisnya agar tetap relevan dan memperoleh kepercayaan dari masyarakat global.

Selain itu, pandemi COVID-19 menjadi contoh nyata tantangan global yang mempengaruhi seluruh aspek ekonomi dan bisnis. Lockdown, gangguan rantai pasok, dan perubahan perilaku konsumen memaksa perusahaan untuk melakukan inovasi dan penyesuaian strategi secara cepat. Peristiwa ini menunjukkan pentingnya ketahanan dan kesiapsiagaan dalam menghadapi krisis ekonomi global.

Dengan berbagai tantangan tersebut, dunia bisnis harus mampu mengembangkan strategi yang adaptif, inovatif, dan berkelanjutan agar tetap bertahan dan berkembang di tengah ketidakpastian ekonomi global. Pemahaman mendalam tentang dinamika ekonomi internasional dan kemampuan analisis risiko menjadi kunci utama dalam menghadapi tantangan ini.

G. Rangkuman

Ekonomi bisnis adalah cabang ilmu ekonomi yang mempelajari pengelolaan sumber daya secara efisien untuk mencapai tujuan bisnis. Mengintegrasikan prinsip mikro dan makro, ekonomi bisnis membantu pengambilan keputusan di tingkat perusahaan maupun nasional dan internasional. Ruang lingkupnya meliputi pengelolaan sumber daya, penetapan harga, strategi pemasaran, pengelolaan risiko, dan pengambilan keputusan investasi serta produksi. Konsep ini juga membahas dinamika pasar, perilaku konsumen, dan pengaruh kebijakan pemerintah. Penerapannya terlihat

dalam pengelolaan perusahaan manufaktur dan pengaruh faktor eksternal seperti fluktuasi nilai tukar dan teknologi.

Ekonomi, bisnis, dan akuntansi saling terkait dalam pengelolaan sumber daya dan pencapaian tujuan organisasi. Ekonomi menyediakan kerangka analisis, bisnis menjalankan kegiatan produksi dan penjualan, sementara akuntansi mencatat dan melaporkan kondisi keuangan. Ketiganya mendukung pengambilan keputusan strategis berbasis data yang valid.

Sistem ekonomi mengatur kegiatan ekonomi dan distribusi sumber daya, terdiri dari kapitalisme, sosialisme, dan sistem campuran. Pasar berperan penting dalam menentukan harga dan distribusi barang melalui mekanisme permintaan dan penawaran. Pasar yang berfungsi baik menciptakan insentif inovasi dan efisiensi, meskipun juga memiliki kelemahan yang memerlukan intervensi pemerintah.

Permintaan dan penawaran adalah dasar penentuan harga dan kuantitas di pasar. Titik keseimbangan terjadi saat jumlah yang diminta sama dengan yang ditawarkan. Faktor eksternal seperti perubahan biaya produksi dan kebijakan mempengaruhi kurva permintaan dan penawaran, serta elastisitas produk.

Tantangan ekonomi global meliputi ketidakpastian pasar, kemajuan teknologi, persaingan internasional, dan isu keberlanjutan. Peristiwa seperti pandemi COVID-19 menunjukkan perlunya strategi adaptif dan inovatif agar perusahaan mampu bertahan dan berkembang di tengah ketidakpastian tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Baker, G. P. (2014). *Human Resource Management: Strategic and International Perspectives*. Routledge.
- Bank Indonesia. (2022). *Laporan Kebijakan Moneter*.
- Blanchard, O., & Johnson, D. R. (2013). *Macroeconomics* (6th ed.). Pearson Education.
- Drucker, P. F. (2016). *The Effective Executive: The Definitive Guide to Getting the Right Things Done*. HarperBusiness.
- International Labour Organization. (2021). *World Employment and Social Outlook: Trends 2021*.
- International Monetary Fund. (2021). *World Economic Outlook: Managing Divergent Recoveries*.
- Kusuma, R., & Suryanto, S. (2018). Pengaruh Inflasi dan Tingkat Pengangguran terhadap Upah Minimum Regional di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 26(2), 123–135.
- Mankiw, N. G. (2014). *Principles of Economics* (7th ed.). Cengage Learning.
- Mankiw, N. G. (2018). *Principles of Economics* (8th ed.). Cengage Learning.
- Mankiw, N. G. (2020). *Principles of Economics* (9th ed.). Cengage Learning.
- Mishkin, F. S. (2019). *The Economics of Money, Banking, and Financial Markets* (12th ed.). Pearson Education.
- Piketty, T. (2014). *Capital in the Twenty-First Century*. Harvard University Press.
- Sukirno, S. (2019). *Pengantar Ekonomi Mikro dan Makro* (Edisi Revisi). PT RajaGrafindo Persada.

TENTANG PENULIS



Sunarno SastroAtmodjo

Lahir di Sragen Jawa Tengah. Pendidikan dan gelar yang pernah ditempuh/didapat: SR Modjoranu Sambi Sambirejo Sragen, SMP Saverius II Sragen, SMAN III Surakarta & SMA Tunas Djaja Surakarta, Sarjana Muda (Bacalreat II) Geologi UP Yogyakarta, Diploma BPA UGM Yogyakarta, Fakultas Geografi UGM Yogyakarta, Sarjana Muda (Bacalreat) Biologi UGM, Sarjana Biologi UGM Yogyakarta, Deploma Ahli Pratama Pengelolaan Lingkungan FMIPA UT Jakarta, Magister Biologi FMIPA UI Depok, Program Doktor PKLH UNJ Jakarta, Sarjana Administrasi Negara/Publik FISIP UT Jakarta, Sarjana Ilmu Pemerintahan FISIP UT Jakarta, Sarjana Sosiologi FISIP UT Jakarta, *Magister of Science in Geografi_UIPM Malaysia*. Sarjana Ekonomi Manajemen FEKON UT Jakarta, *Doctor of Philosophy in Ecology_UIPM Malaysia*, *Magister of Management_UIPM Malaysia*, Sarjana Teknik Perencanaan Wilayah dan Kota FMIPA UT Jakarta, Sarjana Ilmu Komunikasi FISIP UT Jakarta, *Honorary Doctorate in Tourism Resources_UIPM*, *Doctor of Science by Outcome Basic Education in Remediation and Preservation of Cultural Heritage Objects_UIPM Malaysia*, Sarjana Hukum FHSIP UT Jakarta, Sarjana Pendidikan PPKn FKIP UT Jakarta.

Pernah bekerja di Ditjen Geologi Pertambangan Dep ESDM, Litbang Kehutanan Deptan, Ditjen Perikanan Deptan, Litbang Deptrans, Ditjen Kebudayaan Depdikbud, Deputi Destinasi Pariwisata Depbudpar,.

Pernah sebagai nara sumber dalam \pm 40 seminar/lokakarya/workshop/diskusi pada Sektor Pariwisata, serta sebagai penulis dalam \pm 40 tulisan di Bidang Pelestarian Kebudayaan. Pada tiga tahun terakhir, telah menulis 40-an buku di beberapa penerbit, dengan bidang keilmuan: Manajemen, Akuntansi, Administrasi Negara, Sosiologi, Hukum, Teknik

Kimia Industri, Biologi, Geografi, PPKn, Mata Kuliah Dasar Umum, Pariwisata, Museologi, Konservasi Benda Budaya, serta beberapa lainnya. Selain itu juga menjadi Editor Buku di bidang keilmuan: Manajemen, Akuntansi, Sosiologi, Administrasi Negara, Hukum, Komunikasi, Teknik Kimia Industri, Pendidikan dan Kebudayaan, Sains dan Teknologi, serta beberapa lainnya.

Mengajar ± 40 Mata Kuliah/Pelajaran di Bidang/Prodi/Laboratorium: Biologi, Pariwisata, Teknik Kimia Industri, Manajemen, Administrasi Negara, MICE, Geografi, Sejarah, PPKn,; di Fakultas Biologi UGM, Yayasan Penabur, Yayasan Strada, Yayasan PSKD, AKPAR Krisanti Mandiri, STP Sahid, PNJ (Poltek UI), Teknik Kimia Industri STMI Deperind RI, STIE YPBI, STIE Pelita Bangsa, STIMA IMMI, STIAKIN, Yayasan Galatia, Yayasan PAB XIV Bekasi, Universitas Terbuka UPBJJ Jakarta.

Belakangan terlibat sebagai Direktur CV Aneka Karya, Ketua Yayasan Aneka Satya, Pemimpin Umum Media Online Pelangi Indonesia, Ketua Dewan Pakar Yayasan KKI, Ketua Dewan Pelindung PDHI, Ketua Umum Forum Komunikasi Konservasi, Ketua Umum IKKI. Pengurus IKA-UT Pusat, Korwil Bekasi IKA-UT Jakarta, Pengurus Pusat Persatuan Wartawan Pewarna Indonesia, Ketua Umum IPJERI, serta Ketua Umum IDGRI.

Pada tahun-tahun terakhir, menjadi editor di beberapa penerbit, yaitu Media Sains Indonesia Bandung, Pustaka Learning Center Malang, Insan Cendekia Mandiri Solok, Barcode Makassar, Eurika Media Aksara Purbalingga, Letrasi Nusantara Malang, Penerbit Mitra Ilmu Makassar, Widya Sari Salatiga, Yayasan Pendidikan Cendekia Muslim Solok, YPISM Banten, PT. Masagena Mandiri Medika Makassar, Get Press Padang, Echa Progress dll. Tulisan yang telah diterbitkan meliputi bidang Manajemen, Administasi Negara, Sosiologi, Komunikasi, Hukum, Pariwisata, Teknik Kimia Industri, Pendidikan Kewarganegaraan, Konservasi Benda Cagar

Budaya, Museologi, Teknologi Pengawetan Kayu, dll. Buku-buku yang berhasil diterbitkan pada empat tahun terakhir berjumlah lebih dari 150 buah.

Email : sunarnosa.pratama@gmail.com

BAB

2

BADAN USAHA DALAM PEREKONOMIAN

**DR. D.Sc. Drs. Sunarno SastroAtmodjo, AP., B.II.Sc., B.Sc.,
S.E., S.H., S.T., S.AP., S.IP., S.Pd., S.Sos., S.Ikom, M.M., M.Si.,
C.JKP., C.CW., C.ED.**

A. Pendahuluan

Sejak era revolusi industrinya di abad ke-18 dan ke-19, badan usaha mulai mengalami transformasi yang fundamental dalam struktur perekonomian dunia. Pada masa itu, kedudukan pengusaha manufaktur dan industri menjadi sangat penting dalam membentuk kota, permukiman, pasar tenaga kerja, hingga sistem distribusi barang. Seiring dengan perkembangan sistem perbankan, pasar modal, dan regulasi negara, badan usaha perlahan-lahan berubah dari unit produksi semata menjadi institusi yang kompleks, dengan tanggung jawab sosial, jaringan global, dan dinamika organisasi yang semakin canggih.

Perkembangan badan usaha tidak hanya terjadi di negara maju. Di negara berkembang, seperti di Asia Tenggara atau Amerika Latin, proses industrialisasi mendorong pembentukan badan usaha domestik di sektor manufaktur, pertanian komersial, dan jasa. Badan usaha di negara-negara ini menghadapi tantangan ganda: kompetisi dari perusahaan multinasional dan tekanan inovasi untuk tetap relevan di pasar lokal. Transformasi digital yang kini tengah berlangsung seperti otomatisasi, e-commerce, dan integrasi

rantai pasokan global menambah dimensi baru dalam bagaimana badan usaha beroperasi, bersaing, dan beradaptasi.

Dengan demikian, membahas badan usaha dalam perekonomian tidak bisa dilepaskan dari konteks evolusi historis dan dinamika global yang terus berubah. Dalam konteks buku ajar ekonomi bisnis, pembaca perlu menyadari bahwa badan usaha bukanlah “kotak hitam” statis, melainkan entitas yang berkembang, berinteraksi, dan menghadapi tekanan eksternal dan internal yang terus bergerak.

Seluruh aktivitas ekonomi tidak bisa dilepaskan dari eksistensi badan usaha. Dalam kerangka teori ekonomi bisnis, badan usaha adalah *aktor utama* yang menggerakkan produksi, inovasi, distribusi, dan pertumbuhan. Mari kita uraikan beberapa makna strategis badan usaha:

1. Sumber utama investasi

Badan usaha menyediakan modal (baik dari penyertaan pemilik maupun pinjaman) untuk mengembangkan kapasitas produksi, memperbarui teknologi, dan memperluas jaringan. Dalam banyak ekonomi, pertumbuhan investasi korporasi menjadi indikator kunci dalam memproyeksikan pertumbuhan ekonomi jangka menengah dan panjang.

2. Motor inovasi dan perubahan teknologi

Karena badan usaha bersaing untuk memenangkan pasar, mereka terdorong untuk berinovasi—mengembangkan produk baru, proses produksi yang efisien, model bisnis baru, dan mengadopsi teknologi mutakhir. Inovasi ini menyebar ke sektor lain melalui transfer pengetahuan dan teknologi.

3. Pencipta lapangan kerja dan pengembangan sumber daya manusia

Dengan memperluas skala operasional dan diversifikasi kegiatan, badan usaha menyerap tenaga kerja – baik terampil maupun tidak terampil. Proses internal seperti pelatihan, manajemen pengetahuan, dan peningkatan produktivitas turut membantu pembangunan kapabilitas manusia.

4. Pengatur alokasi sumber daya

Di dalam suatu sistem pasar, badan usaha berperan dalam menyalurkan faktor produksi (seperti tanah, tenaga kerja, modal) ke aktivitas yang dianggap menguntungkan. Dengan demikian, alokasi sumber daya menjadi efisien (dalam arti ekonomi) selama persaingan dan kondisi pasar berjalan wajar.

5. Pemberi kontribusi fiskal dan penerimaan negara

Perusahaan membayar pajak penghasilan, bea masuk, pajak pertambahan nilai (PPN), dan pungutan lain. Dengan demikian, badan usaha menjadi komponen penting dalam pembiayaan negara dan pembangunan infrastruktur publik.

6. Aktor dalam pembangunan ekonomi dan transformasi struktural

Di negara dengan ekonomi sedang berkembang, badan usaha di sektor industri dan jasa modern menjadi agen transformasi struktural – menggeser dominasi sektor primer (seperti pertanian) menuju sektor manufaktur dan jasa. Hal ini penting dalam meningkatkan produktivitas nasional dan meningkatkan daya saing global.

Dengan demikian, dalam perspektif makro maupun mikro, badan usaha memegang posisi sangat strategis dalam perekonomian. Keberhasilan atau kegagalan badan usaha dalam berbagai sektor dapat berdampak langsung terhadap

stabilitas ekonomi, lapangan kerja, dan kemakmuran masyarakat.

Badan usaha tidak beroperasi dalam ruang kosong; mereka sangat dipengaruhi oleh kerangka institusional – regulasi, kebijakan fiskal dan moneter, sistem hukum, perlindungan hak kekayaan intelektual, kebijakan investasi, serta infrastruktur fisik dan kelembagaan. Interaksi antara badan usaha dan institusi negara bersifat timbal balik: kebijakan mempengaruhi perilaku badan usaha, sementara badan usaha melalui advokasi atau lobi dapat memengaruhi pembentukan kebijakan.

Sebagai contoh, kebijakan insentif pajak untuk investasi sektor teknologi tinggi atau kawasan industri dapat mendorong badan usaha untuk memperluas aktivitasnya ke area strategis. Sebaliknya, regulasi lingkungan atau persaingan dapat membatasi aktivitas tertentu atau memaksa badan usaha menyesuaikan praktiknya. Di banyak negara berkembang, kebijakan proteksi atau subsidi kadang-kadang diterapkan agar badan usaha domestik bisa bersaing dengan perusahaan asing.

Selain itu, keberlanjutan (*sustainability*) dan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility, CSR*) saat ini menjadi bagian integral dari ekspektasi institusional dan masyarakat terhadap badan usaha. Sehingga, badan usaha modern harus mempertimbangkan tidak hanya aspek ekonomi, tetapi juga aspek lingkungan sosial dalam strategi operasionalnya.

Era globalisasi dan digitalisasi membawa tantangan baru yang belum pernah dihadapi oleh badan usaha tradisional. Berikut adalah beberapa tantangan kontemporer yang relevan:

1. Persaingan lintas negara

Globalisasi membuka pasar dan memungkinkan perusahaan multinasional masuk ke pasar lokal. Badan usaha domestik harus mampu bersaing dari sisi biaya, kualitas, dan inovasi untuk bertahan.

2. Teknologi digital dan disrupsi model bisnis

Perusahaan e-commerce, fintech, startup platform digital mengubah pola kompetisi. Bisnis tradisional harus beradaptasi atau berisiko tergantikan.

3. Regulasi lingkungan dan keberlanjutan

Isu perubahan iklim, polusi, dan penggunaan sumber daya memaksa perusahaan memperhatikan praktik ramah lingkungan. Regulasi semakin ketat di banyak negara.

4. Ekspektasi stakeholder yang berkembang

Konsumen, investor, dan masyarakat kini lebih peduli terhadap etika, transparansi, dan dampak sosial badan usaha.

5. Krisis ekonomi, pandemik, dan ketidakpastian global

Guncangan eksternal (seperti krisis keuangan, pandemi, perang, gangguan rantai pasokan) memaksa badan usaha untuk memiliki fleksibilitas dan ketahanan (resilience).

6. Transformasi model organisasi dan manajemen

Badan usaha tidak bisa bersifat hierarkis kaku saja; mereka harus menjadi lebih adaptif, kolaboratif, dan berbasis data agar kompetitif di masa depan.

Karena tantangan-tantangan tersebut sangat kompleks, pembahasan tentang badan usaha dalam perekonomian perlu menyertakan aspek strategi adaptasi, analisis kelemahan-manfaat, dan contoh empiris agar materi lebih aplikatif.

Dalam menyajikan materi tentang badan usaha dalam perekonomian, buku ajar ini menggunakan pendekatan yang bersifat teori–praktik–studi kasus. Pendekatan ini membantu pembaca tidak hanya memahami landasan teoritik, tetapi juga melihat bagaimana konsep diterapkan dalam konteks dunia nyata. Pendekatan ini meliputi:

1. Pemahaman Konseptual

Tiap subtopik diawali dengan definisi resmi, karakteristik, teori dasar (misalnya teori organisasi, teori biaya, teori struktur industri) dengan kutipan literatur utama.

2. Kerangka Analisis

Analisis akan menggunakan model sederhana untuk menjelaskan bagaimana badan usaha berfungsi – misalnya fungsi produksi, kurva biaya, analisis skala ekonomi, teori persaingan, dan pasar faktor.

3. Ilustrasi Empiris dan Studi Kasus

Materi akan dilengkapi dengan kasus nyata – baik dari Indonesia maupun negara lain – agar teori menjadi hidup dan pembaca dapat melihat tantangan konkret, strategi yang diambil, dan hasilnya.

4. Pertanyaan Pemikiran dan Latihan

Setelah tiap bagian tema, akan disertai pertanyaan reflektif dan soal latihan agar pembaca dapat menguji pemahaman dan mengeksplorasi gagasan lebih lanjut.

5. Referensi dan Kutipan Akademik

Gaya penulisan akan mengikuti konvensi akademik (APA) setiap ide atau fakta dari sumber lain akan dicantumkan dengan kutipan dalam teks (misalnya, “(Penulis, Tahun)”), dan daftar pustaka akan disusun di akhir buku. Dengan demikian, pembaca dapat merujuk kembali ke sumber asli untuk pengembangan lebih lanjut.

B. Jenis-Jenis Badan Usaha

Dalam sistem perekonomian, badan usaha hadir dalam berbagai bentuk sesuai dengan tujuan, skala, struktur kepemilikan, dan tingkat formalitas hukumnya. Pemilihan jenis badan usaha sangat bergantung pada beberapa faktor, seperti jumlah modal, jumlah pemilik, besaran risiko, serta kebutuhan legalitas usaha.

Menurut Undang-Undang di Indonesia dan literatur ekonomi bisnis (Sukirno, 2016; Tambunan, 2019), badan usaha dapat diklasifikasikan berdasarkan beberapa kriteria:

1. Berdasarkan Status Kepemilikan Modal

a. Badan Usaha Milik Negara (BUMN)

BUMN adalah badan usaha yang sebagian besar atau seluruh modalnya dimiliki oleh negara, baik melalui penyertaan langsung dari APBN atau bentuk lain.

Ciri-ciri BUMN:

- 1) Didirikan untuk pelayanan publik dan profit.
- 2) Dimiliki dan diawasi oleh pemerintah.
- 3) Dapat berbentuk Persero atau Perum.

Contoh: PT PLN (Persero), PT Pertamina (Persero), Perum Bulog.

Landasan hukum: UU No. 19 Tahun 2003 tentang BUMN.

b. Badan Usaha Milik Daerah (BUMD)

Mirip dengan BUMN, namun dimiliki dan dikelola oleh pemerintah daerah provinsi/kabupaten/ kota.

Contoh: PDAM (Perusahaan Daerah Air Minum), Bank Pembangunan Daerah (BPD).

c. Badan Usaha Milik Swasta

Badan usaha yang didirikan dan dimiliki oleh pihak swasta, baik perorangan maupun kelompok, tanpa penyertaan modal pemerintah.

Jenisnya meliputi:

- 1) Usaha perseorangan
- 2) Firma
- 3) CV
- 4) PT swasta

d. Badan Usaha Milik Asing (BUMA)

Dimiliki oleh investor luar negeri secara penuh atau patungan dengan investor domestik. Biasanya beroperasi dengan izin dari Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM).

Contoh: Perusahaan multinasional seperti Unilever Indonesia Tbk (asal Belanda-Inggris).

2. Berdasarkan Bentuk Hukum

a. Usaha Perseorangan

Merupakan bentuk badan usaha yang paling sederhana dan tidak berbadan hukum. Biasanya dijalankan oleh satu orang pemilik.

Ciri:

- 1) Modal terbatas
- 2) Risiko ditanggung sendiri
- 3) Tidak ada pemisahan harta pribadi dan usaha
- 4) Tidak wajib memiliki akta notaris

Contoh: warung kelontong, jasa laundry rumahan, UMKM.

b. Firma (Fa)

Badan usaha yang didirikan oleh dua orang atau lebih dengan nama bersama, di mana setiap sekutu bertanggung jawab penuh atas seluruh kegiatan usaha.

Ciri:

- 1) Tanggung jawab tak terbatas
- 2) Terdiri dari sekutu aktif
- 3) Keputusan biasanya berdasarkan kesepakatan

Kelebihan: kekuatan modal lebih besar dibanding perseorangan

Kelemahan: jika satu sekutu berutang, sekutu lain ikut bertanggung jawab

c. Persekutuan Komanditer (CV)

Bentuk usaha yang terdiri dari dua jenis sekutu:

- 1) Sekutu aktif menjalankan usaha dan bertanggung jawab penuh.
- 2) Sekutu pasif hanya menyeter modal, dengan tanggung jawab terbatas.

CV tidak memiliki badan hukum, tapi lebih formal dibanding firma.

d. Perseroan Terbatas (PT)

Badan hukum berbentuk perseroan yang modalnya terbagi dalam saham dan tanggung jawab pemilik saham terbatas pada besarnya modal yang disetor.

Ciri:

- 1) Berbadan hukum
- 2) Dapat menghimpun modal besar
- 3) Mudah berpindah kepemilikan (jual-beli saham)
- 4) Diatur dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas

Jenis PT:

- 1) PT Tertutup: saham dimiliki oleh pihak terbatas.
- 2) PT Terbuka (Tbk): saham dijual di pasar modal (BEI).

e. Koperasi

Badan usaha yang beranggotakan orang-seorang atau badan hukum, dengan kegiatan usaha berdasarkan prinsip koperasi dan berlandaskan asas kekeluargaan. Tujuan: meningkatkan kesejahteraan anggota.

Ciri khas:

- 1) Modal berasal dari simpanan anggota
- 2) Keuntungan (SHU) dibagikan sesuai partisipasi
- 3) Prinsip demokratis: satu anggota satu suara

Landasan hukum: UU No. 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian

3. Berdasarkan Skala Usaha

a. Usaha Mikro

Modal kecil (aset maksimal Rp50 juta tidak termasuk tanah/bangunan), biasanya dikelola keluarga.

Contoh: pedagang kaki lima, pengrajin lokal.

b. Usaha Kecil

Memiliki kekayaan antara Rp50 juta-Rp500 juta, jumlah tenaga kerja 5-19 orang.

Contoh: toko kelontong menengah, warung makan kecil.

c. Usaha Menengah

Kekayaan antara Rp500 juta-Rp10 miliar, memiliki struktur organisasi sederhana.

Contoh: produsen kerajinan skala ekspor.

d. Usaha Besar

Modal besar, biasanya berbentuk PT atau BUMN/BUMD. Tenaga kerja di atas 100 orang.

Contoh: perusahaan manufaktur, perusahaan publik.

4. Berdasarkan Tujuan dan Orientasi

a. Profit-Oriented Enterprises

Mayoritas badan usaha bertujuan mencari keuntungan ekonomi (profit). Contohnya PT, CV, Firma.

b. Non-Profit Enterprises / Social Enterprise

Ada juga badan usaha yang berorientasi sosial, bukan profit semata.

Contoh: koperasi sosial, yayasan dengan unit usaha, BUMDes.

5. Jenis Khusus dalam Regulasi Indonesia

a. BUMDes (Badan Usaha Milik Desa)

Badan usaha yang dibentuk oleh desa dan dikelola bersama masyarakat untuk memperkuat ekonomi desa. Diatur dalam UU Desa No. 6 Tahun 2014.

b. Yayasan dengan Unit Usaha

Yayasan bukanlah badan usaha komersial, tapi boleh memiliki unit usaha untuk mendukung tujuan sosial.

Perbandingan Bentuk-Bentuk Badan Usaha

Jenis	Pemilik	Tanggung Jawab	Badan Hukum	Contoh
Perseorangan	Individu	Tak terbatas	Tidak	Warung
Firma	≥2 orang	Tak terbatas	Tidak	Firma Hukum
CV	≥2 orang	Campuran	Tidak	CV Makmur Abadi
PT	Pemegang Saham	Terbatas	Ya	PT Indofood Tbk
Koperasi	Anggota	Terbatas	Ya	Koperasi Simpan Pinjam
BUMN	Negara	Terbatas	Ya	PT PLN (Persero)
BUMDes	Desa	Terbatas	Ya	BUMDes Bersama

Sumber: Ali Hardana, 2025

C. Struktur dan Organisasi Badan Usaha

Dalam dunia bisnis, struktur dan organisasi badan usaha memainkan peran vital dalam menentukan efektivitas operasional, pembagian tugas, alur komunikasi, serta proses

pengambilan keputusan. Struktur organisasi bukan hanya kerangka formal hubungan antarbagian di dalam perusahaan, tetapi juga mencerminkan strategi, budaya, dan skala kegiatan usaha.

Menurut Robbins dan Coulter (2020), struktur organisasi adalah sistem formal yang menguraikan bagaimana tugas dibagi, dikoordinasikan, dan dikendalikan dalam suatu organisasi. Dalam konteks badan usaha, struktur organisasi dirancang untuk mencapai tujuan bisnis, memaksimalkan efisiensi, dan menciptakan kejelasan dalam tanggung jawab.

Pentingnya pemahaman struktur dan organisasi dalam badan usaha mencakup:

1. Pengaturan alur kerja yang efisien
2. Penempatan wewenang dan tanggung jawab secara jelas
3. Kemudahan pengawasan dan kontrol
4. Pengambilan keputusan yang terdesentralisasi atau sentralisasi sesuai kebutuhan
5. Fleksibilitas dalam menghadapi dinamika pasar

Struktur organisasi terdiri atas sejumlah komponen kunci. Berikut beberapa unsur utama:

1. Spesialisasi Pekerjaan (Division of Labor)

Menunjukkan sejauh mana pekerjaan dalam organisasi dipecah menjadi tugas-tugas kecil dan terdefinisi. Semakin besar badan usaha, semakin tinggi tingkat spesialisasinya.

2. Departementalisasi

Mengelompokkan pekerjaan-pekerjaan yang sejenis ke dalam unit kerja. Bentuk-bentuk umum departementalisasi:

- a. Fungsional: berdasarkan aktivitas (produksi, pemasaran, keuangan, SDM)
- b. Divisional: berdasarkan produk, wilayah, atau pelanggan

c. Matriks: menggabungkan dua dimensi, biasanya fungsional dan proyek

3. Rantai Komando (Chain of Command)

Menjelaskan kepada siapa karyawan bertanggung jawab dan siapa yang memiliki wewenang atas mereka. Rantai komando menjaga kejelasan dalam hierarki dan akuntabilitas.

4. Rentang Kendali (Span of Control)

Jumlah bawahan langsung yang dapat diawasi oleh seorang manajer. Rentang sempit cocok untuk organisasi kompleks, sedangkan rentang luas cocok untuk organisasi yang lebih datar dan efisien.

5. Sentralisasi dan Desentralisasi

Tingkat di mana keputusan dibuat di tingkat atas atau didelegasikan ke unit-unit bawah. Organisasi besar cenderung menerapkan desentralisasi agar lebih responsif terhadap perubahan pasar.

6. Formalitas

Menunjukkan sejauh mana aturan, prosedur, dan dokumentasi mengatur aktivitas organisasi.

Struktur organisasi dapat berbentuk formal maupun informal, tergantung skala dan jenis usaha.

1. Struktur Organisasi Sederhana (Simple Structure)

Biasanya digunakan oleh usaha kecil atau perseorangan. Pemilik usaha memegang seluruh wewenang dan melakukan banyak fungsi secara langsung.

Ciri:

- a. Satu atau dua tingkat hierarki
- b. Minim spesialisasi
- c. Cepat dalam pengambilan keputusan
- d. Tidak ada departementalisasi formal

2. Struktur Fungsional

Mengelompokkan aktivitas berdasarkan fungsi utama organisasi (misalnya produksi, pemasaran, keuangan).

Keunggulan:

- a. Efisiensi operasional tinggi
- b. Kejelasan dalam spesialisasi

Kelemahan:

- a. Minim koordinasi antar fungsi
- b. Kurang responsif terhadap perubahan pasar

3. Struktur Divisional

Badan usaha dikelompokkan berdasarkan unit produk, lokasi geografis, atau pelanggan.

Contoh:

- a. PT XYZ memiliki divisi Produk A, Produk B, dan Produk C.
- b. Perusahaan ekspor memiliki divisi Asia, Eropa, Amerika.

Kelebihan:

- a. Fokus yang lebih baik pada hasil
- b. Responsif terhadap lingkungan spesifik

Kekurangan:

- a. Duplikasi sumber daya
- b. Persaingan antar divisi

4. Struktur Matriks

Menggabungkan dua bentuk struktur (biasanya fungsional dan proyek/divisi). Karyawan memiliki dua atasan – satu dari sisi fungsi, satu dari sisi proyek.

Ciri:

- a. Kompleks
- b. Cocok untuk organisasi besar dengan banyak proyek lintas departemen

5. Struktur Jaringan (Network Structure)

Mengandalkan hubungan eksternal dan aliansi dengan pihak luar. Banyak digunakan dalam ekonomi digital dan startup.

Contoh: perusahaan e-commerce yang mengalihdayakan logistik dan layanan pelanggan.

Setiap badan usaha formal biasanya memiliki jenjang manajemen:

Tingkat	Jabatan Umum	Tugas Pokok
Top Management	Direktur Utama, CEO	Menentukan visi, misi, dan strategi
Middle Management	Manajer Departemen	Mengatur implementasi strategi, koordinasi lintas fungsi
Lower Management	Supervisor, Kepala Seksi	Mengelola operasional harian, pengawasan langsung terhadap karyawan

Sumber: Hardana et al., 2025

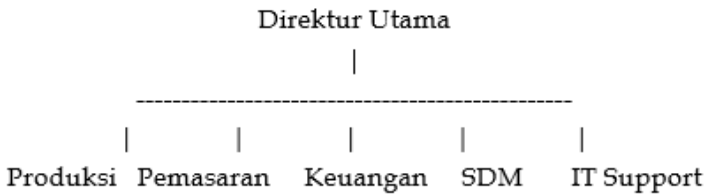
Dikutip dari Koontz & Weihrich (2015), fungsi manajerial dalam organisasi badan usaha meliputi:

1. Perencanaan (Planning) - menetapkan tujuan dan strategi pencapaian
2. Pengorganisasian (Organizing) - menentukan struktur organisasi dan distribusi tanggung jawab
3. Pengarahan (Leading) - memotivasi, memimpin, dan mengarahkan sumber daya manusia
4. Pengawasan (Controlling) - mengukur kinerja dan mengoreksi penyimpangan

Fungsi-fungsi ini harus dijalankan secara sinergis agar organisasi mencapai tujuan usahanya secara efisien dan efektif.

Organigram (bagan organisasi) merupakan representasi grafis struktur organisasi. Fungsinya adalah untuk menunjukkan posisi, hubungan hierarki, dan alur wewenang.

Contoh sederhana struktur fungsional PT ABC:



Struktur badan usaha tidak statis. Lingkungan eksternal seperti:

1. Persaingan pasar
2. Teknologi
3. Regulasi pemerintah
4. Globalisasi
5. Pandemi atau krisis

Dapat memaksa organisasi untuk mengubah struktur, seperti melakukan restrukturisasi, merger divisi, atau mengadopsi struktur hybrid.

Tren organisasi saat ini mengarah ke struktur yang lebih:

1. Datarnya hierarki (flat organization)
Meningkatkan kecepatan komunikasi dan inovasi.
2. Berbasis tim dan proyek
Cocok untuk organisasi yang dinamis dan proyek jangka pendek.
3. Digitalisasi proses bisnis
Peran teknologi (ERP, cloud systems) semakin besar dalam koordinasi lintas divisi dan pengambilan keputusan berbasis data.
4. Agile & Lean Organizations
Fleksibel, cepat beradaptasi, dan fokus pada pelanggan.

PT Telkom Indonesia, BUMN terbesar di sektor telekomunikasi, telah mengalami beberapa kali transformasi organisasi. Pada awalnya menggunakan struktur fungsional, lalu berubah menjadi divisional berdasarkan layanan (Telkomsel, IndiHome, dkk), dan saat ini mengarah pada struktur berbasis digital business ecosystem dengan banyak unit strategis berbasis inovasi dan teknologi (Telkom Digital, MDI Ventures).

Transformasi ini dilakukan agar Telkom tetap kompetitif menghadapi disrupsi digital dan kebutuhan pelanggan yang berubah cepat.

D. Peran Badan Usaha dalam Perekonomian

Dalam setiap sistem perekonomian baik kapitalis, sosialis, maupun campuran badan usaha merupakan elemen penting yang menjalankan aktivitas produksi, distribusi, dan konsumsi. Badan usaha tidak hanya bertindak sebagai penggerak ekonomi, tetapi juga sebagai pencipta nilai tambah, pembuka lapangan kerja, dan penyumbang pendapatan negara.

Menurut Sukirno (2016), badan usaha adalah satuan organisasi ekonomi yang mengombinasikan berbagai faktor produksi untuk menghasilkan barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan masyarakat serta mendapatkan keuntungan. Oleh karena itu, keberadaan dan kinerja badan usaha sangat memengaruhi pertumbuhan dan stabilitas perekonomian

Peran ekonomi badan usaha

1. Sebagai Agen Produksi Barang dan Jasa

Badan usaha menjalankan proses produksi dengan menggabungkan input (tenaga kerja, modal, bahan baku, dan teknologi) untuk menghasilkan output berupa barang dan jasa. Peran ini krusial dalam menyediakan kebutuhan dasar maupun kebutuhan sekunder masyarakat.

“Tanpa peran aktif badan usaha, tidak akan ada produksi massal yang berkelanjutan dalam sistem ekonomi pasar.” (Mankiw, 2018)

Badan usaha menjamin kelangsungan pasokan barang dan jasa, mulai dari kebutuhan pokok seperti makanan dan pakaian hingga produk kompleks seperti teknologi informasi dan infrastruktur.

2. Pencipta Lapangan Kerja

Setiap badan usaha membutuhkan tenaga kerja untuk menjalankan operasionalnya. Semakin besar dan berkembang badan usaha, semakin besar pula kapasitasnya dalam menyerap tenaga kerja.

- a. UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) menyerap lebih dari 97% tenaga kerja di Indonesia (KemenkopUKM, 2021).
- b. Perusahaan besar menyerap tenaga kerja lebih sedikit dalam jumlah perusahaan, tetapi menyediakan upah dan fasilitas yang lebih kompetitif.

Dengan menyerap tenaga kerja, badan usaha berkontribusi langsung dalam penurunan angka pengangguran dan kemiskinan, serta mendorong pertumbuhan kelas menengah.

3. Sumber Pendapatan Negara (Kontribusi Fiskal)

Badan usaha menyumbang pendapatan negara melalui:

- a. Pajak penghasilan badan (PPH Badan)
- b. Pajak pertambahan nilai (PPN)
- c. Bea ekspor/impur
- d. Dividen dari BUMN

“Peran badan usaha dalam perpajakan menjadi tulang punggung pembiayaan pembangunan negara.” (Tambunan, 2019)

BUMN, misalnya, menyumbangkan triliunan rupiah ke kas negara setiap tahun melalui dividen dan pajak. Begitu pula sektor swasta yang patuh pajak turut menopang Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN).

4. Penggerak Investasi dan Modal

Badan usaha mendorong aliran investasi, baik domestik maupun asing. Investasi digunakan untuk:

- a. Pengembangan kapasitas produksi
- b. Pembangunan fasilitas baru
- c. Pembelian teknologi dan mesin
- d. Riset dan inovasi

Keberadaan badan usaha yang sehat juga mendorong pertumbuhan pasar modal, di mana perusahaan go public dan masyarakat dapat berinvestasi melalui pembelian saham atau obligasi.

5. Pendorong Pertumbuhan Ekonomi

Dalam model pertumbuhan ekonomi, output nasional (Produk Domestik Bruto/PDB) sangat bergantung pada aktivitas badan usaha. Semakin tinggi nilai tambah yang dihasilkan, semakin tinggi kontribusinya terhadap PDB.

“Perusahaan yang efisien dan produktif mendorong peningkatan pendapatan nasional.” (Todaro & Smith, 2020)

Badan usaha mendorong inovasi, produktivitas, dan perluasan pasar – semua faktor penting dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi suatu negara.

Peran sosial dan kultural badan usaha

1. Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat

Melalui penciptaan pekerjaan, distribusi pendapatan, dan penyediaan barang/jasa berkualitas, badan usaha secara langsung meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Selain itu, banyak badan usaha kini menerapkan Corporate Social Responsibility (CSR), seperti:

- a. Bantuan pendidikan dan beasiswa
- b. Pelayanan kesehatan gratis
- c. Pemberdayaan UMKM lokal
- d. Pelestarian lingkungan

Contoh: PT Unilever Indonesia memiliki program “Sekolah Sehat”, sedangkan PT Pertamina menyelenggarakan program “Pertamina Sobat Bumi”.

2. Pendidikan dan Pelatihan Tenaga Kerja

Badan usaha menjadi tempat pengembangan kompetensi melalui:

- a. Pelatihan internal
- b. Sertifikasi keahlian
- c. Magang dan kerja praktik

Dengan ini, badan usaha turut membangun sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas dan kompetitif secara global.

3. Mendorong Inovasi dan Teknologi

Banyak inovasi besar lahir dari dunia usaha. Badan usaha melakukan riset dan pengembangan (R&D) untuk menciptakan:

- a. Produk baru
- b. Teknologi produksi yang efisien
- c. Sistem digitalisasi layanan

Misalnya, perusahaan seperti Gojek dan Tokopedia mengubah wajah ekonomi digital Indonesia.

Peran dalam pembangunan daerah dan pemerataan

1. Pembangunan Infrastruktur Ekonomi Daerah

Badan usaha, terutama sektor industri dan agribisnis, mendorong pembangunan di luar kota besar melalui:

- a. Pabrik dan gudang di daerah
- b. Infrastruktur jalan, listrik, dan air
- c. Aktivitas ekonomi lokal yang bergulir

2. Mendorong UMKM Lokal dan BUMDes

Badan usaha besar kadang bermitra dengan pelaku UMKM dan BUMDes untuk:

- a. Menyediakan pasokan lokal
- b. Mendistribusikan produk
- c. Melakukan transfer teknologi

Dengan demikian, badan usaha berperan dalam mengurangi kesenjangan pembangunan antarwilayah.

Badan usaha, terutama eksportir, memperkenalkan produk dalam negeri ke pasar dunia, yang berdampak pada:

- a. Peningkatan cadangan devisa
- b. Penguatan neraca perdagangan
- c. Promosi budaya dan produk lokal

Contoh: perusahaan furnitur Jepara, batik Pekalongan, kopi Gayo yang sukses diekspor ke mancanegara melalui badan usaha ekspor.

Peran dalam stabilitas ekonomi

1. Menstabilkan Harga dan Distribusi Barang

Dengan distribusi yang efisien, badan usaha mencegah kelangkaan dan fluktuasi harga. Peran ini penting dalam sektor pangan, energi, dan kebutuhan pokok.

2. Menjadi Mitra Strategis Pemerintah

Badan usaha, terutama BUMN, sering ditugaskan oleh negara untuk:

- a. Menyalurkan bantuan sosial
- b. Menstabilkan harga
- c. Menyediakan barang/subsidi publik (misal: listrik, BBM)

Peran Etis dan Lingkungan

Di era modern, badan usaha juga memiliki peran etis yaitu menjaga:

1. Kelestarian lingkungan
2. Hak pekerja
3. Transparansi dan antikorupsi
4. Keberlanjutan sosial

Hal ini diwujudkan melalui praktik Environmental, Social, and Governance (ESG) dan pelaporan keberlanjutan (*sustainability reporting*).

Beberapa tantangan yang dihadapi badan usaha dalam menjalankan peran-peran tersebut:

1. Persaingan global yang ketat
2. Keterbatasan akses modal untuk UMKM
3. Regulasi yang rumit dan birokratis
4. Perubahan preferensi konsumen
5. Isu keberlanjutan dan perubahan iklim

Badan usaha dituntut untuk adaptif, inovatif, dan kolaboratif agar tetap relevan.

E. Tantangan dan Peluang Badan Usaha di Era Globalisasi

Globalisasi adalah suatu proses integrasi ekonomi, sosial, budaya, dan politik yang menghapus batas-batas negara melalui kemajuan teknologi, komunikasi, dan transportasi. Dalam konteks ekonomi, globalisasi telah

menciptakan suatu sistem pasar terbuka, kompetitif, dan saling terhubung antarnegara.

Bagi badan usaha, globalisasi membawa dua sisi: peluang besar untuk ekspansi dan inovasi, tetapi juga tantangan serius yang menuntut daya saing tinggi dan adaptasi cepat. Era globalisasi menuntut badan usaha untuk tidak hanya bersaing di tingkat lokal, tetapi juga regional dan internasional. (Stiglitz, 2017)

Tantangan badan usaha di era globalisasi diantaranya :

1. Persaingan Global yang Meningkatkan Tajam

Globalisasi membuka pasar, namun juga mengundang masuknya produk asing ke pasar domestik. Perusahaan-perusahaan dari luar negeri dengan efisiensi tinggi dan teknologi canggih menjadi pesaing langsung. Contoh: Produk elektronik dari China dan Korea Selatan bersaing dengan produk lokal di Indonesia. UMKM lokal harus bersaing dengan marketplace dan produk impor murah.

"Kompetisi global memaksa badan usaha untuk terus berinovasi atau tertinggal." (Porter, 1998)

2. Kesenjangan Teknologi dan Inovasi

Perusahaan global sering kali unggul dalam penggunaan teknologi digital, otomatisasi, dan kecerdasan buatan. Badan usaha di negara berkembang menghadapi tantangan ketertinggalan teknologi dan keterbatasan SDM terlatih.

Tantangan spesifik:

- a. Keterbatasan modal untuk investasi teknologi
- b. Kurangnya tenaga ahli dan inovator
- c. Infrastruktur digital yang belum merata

3. Ketergantungan terhadap Pasar dan Bahan Baku Global

Globalisasi menyebabkan banyak badan usaha tergantung pada pasokan global (supply chain) yang rentan terganggu oleh:

- a. Perang dagang
- b. Pandemi
- c. Konflik geopolitik (seperti krisis Rusia-Ukraina)

Contoh: Kelangkaan chip global berdampak pada industri otomotif dan elektronik di berbagai negara.

4. Perubahan Regulasi Internasional dan Lokal

Badan usaha harus menghadapi kerumitan regulasi lintas negara, seperti:

- a. Standar ekspor-impor
- b. Kebijakan tarif dan non-tarif
- c. Regulasi hak kekayaan intelektual
- d. Kepatuhan lingkungan dan sosial

Regulasi yang berubah-ubah menuntut badan usaha untuk adaptif dan memiliki kapasitas hukum yang memadai.

5. Isu Etika, Lingkungan, dan Keberlanjutan

Konsumen global semakin sadar akan praktik bisnis berkelanjutan dan etis. Badan usaha dituntut untuk:

- a. Mengurangi emisi karbon
- b. Memperhatikan hak pekerja
- c. Menjaga rantai pasok yang etis

Perusahaan yang mengabaikan aspek ESG (Environmental, Social, Governance) berisiko kehilangan pasar dan reputasi.

6. Ancaman Digital Disruption

Perusahaan konvensional terancam oleh startup digital yang lebih gesit dan adaptif. Contoh: Gojek, Tokopedia, dan Shopee menggeser pola konsumsi dan

logistik secara signifikan, menyebabkan tantangan bagi ritel tradisional.

7. Tantangan Kualitas SDM

Globalisasi menuntut SDM yang berpendidikan global, memiliki kemampuan komunikasi lintas budaya, dan melek digital. Namun banyak badan usaha, khususnya UMKM, menghadapi kesenjangan kompetensi.

Meski penuh tantangan, globalisasi juga membuka peluang luas bagi badan usaha yang siap dan adaptif.

1. Akses ke Pasar Global

Globalisasi memungkinkan perusahaan menjual produk ke luar negeri dengan biaya distribusi yang lebih rendah dan dukungan teknologi e-commerce.

Contoh: UMKM Indonesia dapat mengekspor produk kerajinan, kuliner, atau fesyen melalui platform digital seperti Amazon, Etsy, dan Alibaba.

"Globalisasi membuka pasar miliaran konsumen baru yang sebelumnya tidak terjangkau."
(Friedman, 2005)

2. Kemudahan Kolaborasi dan Aliansi Internasional

Badan usaha dapat menjalin kemitraan strategis dengan perusahaan luar negeri untuk:

- a. Transfer teknologi
- b. Pengembangan produk
- c. Perluasan jaringan distribusi
- d. Investasi modal

Contoh: Startup teknologi lokal berkolaborasi dengan perusahaan venture capital global.

3. Akses ke Sumber Daya dan Teknologi Canggih

Badan usaha dapat mengakses teknologi terbaru, sistem ERP, cloud computing, AI, dan e-payment system dari berbagai penyedia global. Ini meningkatkan efisiensi dan daya saing.

4. Pertumbuhan Ekonomi Digital

Revolusi digital membuka peluang bagi model bisnis baru berbasis:

- a. E-commerce
- b. Financial technology (fintech)
- c. Edutech dan healthtech
- d. Creative economy

Peluang ini menjangkau pasar baru yang sebelumnya tidak dapat diakses oleh badan usaha konvensional.

5. Dukungan Pemerintah dan Ekosistem Ekonomi

Pemerintah Indonesia melalui berbagai program seperti:

- a. *Making Indonesia 4.0*
- b. *Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI)*
- c. *Go Digital UMKM*

... mendukung badan usaha untuk go digital dan menembus pasar global.

6. Diversifikasi Model Bisnis

Badan usaha kini dapat mengadopsi model bisnis hybrid seperti:

- a. O2O (Online to Offline)
- b. Subscription-based
- c. B2B2C
- d. Platform economy

Fleksibilitas ini memberi peluang untuk menjangkau konsumen lebih luas dengan biaya rendah.

Untuk sukses di era globalisasi, badan usaha perlu strategi adaptif dan inovatif. Beberapa di antaranya:

Strategi	Penjelasan
Transformasi Digital	Meningkatkan efisiensi dan akses pasar dengan teknologi
Penguatan SDM	Pelatihan, rekrutmen berbasis kompetensi global
Inovasi Produk	Menyesuaikan produk dengan kebutuhan pasar luar
Diversifikasi Pasar	Tidak hanya bergantung pada pasar domestik
Kepatuhan ESG	Membangun reputasi dan keberlanjutan usaha
Kemitraan Internasional	Kolaborasi teknologi dan pasar
Penguatan Branding Global	Meningkatkan citra produk lokal ke tingkat dunia

Sumber: Hasibuan et al., 2025

Studi kasus singkat: produk lokal yang menembus pasar global

1. Kopi Gayo (Aceh): kini diekspor ke Eropa dan Amerika.
2. Brand Erigo: fashion lokal yang tampil di New York Fashion Week.
3. Indomie: produk asli Indonesia yang populer di Afrika dan Eropa.
4. MS Glow & Scarlett Whitening: brand skincare lokal yang dikenal secara regional.

Keberhasilan tersebut menunjukkan bahwa dengan strategi tepat, badan usaha Indonesia mampu bersaing di pasar global.

DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia. (2020). Laporan perekonomian Indonesia 2020. <https://www.bi.go.id>
- Barney, J. B., & Hesterly, W. S. (2019). Strategic management and competitive advantage: Concepts and cases (6th ed.). Pearson.
- Basri, M. C. (2020). Ekonomi Indonesia di tengah pandemi COVID-19. Gramedia Pustaka Utama.
- BPS. (2021). Statistik Indonesia 2021. Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id>
- Drucker, P. F. (2006). The practice of management. HarperBusiness.
- Friedman, T. L. (2005). The World is Flat: A Brief History of the Twenty-First Century. Farrar, Straus and Giroux.
- Friedman, T. L. (2005). The world is flat: A brief history of the twenty-first century. Farrar, Straus and Giroux.
- Ghemawat, P. (2007). Redefining global strategy: Crossing borders in a world where differences still matter. Harvard Business Press.
- Griffin, R. W. (2018). Fundamentals of Management (9th ed.). Cengage Learning.
- Griffin, R. W. (2018). Fundamentals of management (9th ed.). Cengage Learning.
- Hill, C. W. L., & Hult, G. T. M. (2019). International business: Competing in the global marketplace (12th ed.). McGraw-Hill Education.
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2017). Strategic management: Competitiveness and globalization (12th ed.). Cengage Learning.

- Indonesia Investment Coordinating Board. (2021). Investment realization report 2021. <https://www.investindonesia.go.id>
- Indonesia Ministry of Industry. (2018). Making Indonesia 4.0. <https://kemenperin.go.id>
- Kasmir. (2015). Kewirausahaan. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2020). Laporan tahunan UMKM 2020. <https://kemenkopukm.go.id>
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2021). Laporan Tahunan KemenkopUKM.
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2021). Outlook ekspor Indonesia 2021. <https://kemendag.go.id>
- Koontz, H., & Weihrich, H. (2015). Essentials of Management (10th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Koontz, H., & Weihrich, H. (2015). Essentials of management: An international and leadership perspective (10th ed.). McGraw-Hill.
- Krugman, P. R., & Obstfeld, M. (2018). International economics: Theory and policy (11th ed.). Pearson.
- Mankiw, N. G. (2018). Principles of economics (8th ed.). Cengage Learning.
- McKinsey Global Institute. (2019). Digital Indonesia: Unlocking the potential of the digital economy. <https://www.mckinsey.com>
- OECD. (2021). Global economic outlook 2021. Organisation for Economic Co-operation and Development. <https://www.oecd.org>
- Porter, M. E. (1998). Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. Free Press.

- Porter, M. E. (1998). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2020). *Management (14th ed.)*. Pearson Education.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2020). *Management (14th ed.)*. Pearson Education.
- Salvatore, D. (2019). *International economics (12th ed.)*. Wiley.
- Stiglitz, J. E. (2017). *Globalization and Its Discontents Revisited: Anti-Globalization in the Era of Trump*. W.W. Norton & Company.
- Stiglitz, J. E. (2017). *Globalization and its discontents revisited: Anti-globalization in the era of Trump*. W. W. Norton & Company.
- Sukirno, S. (2016). *Pengantar ekonomi mikro (Edisi Ketiga)*. Rajawali Pers.
- Sukirno, S. (2016). *Pengantar Teori Mikroekonomi (Edisi Ketiga)*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Sukirno, S. (2018). *Makroekonomi modern (Edisi Revisi)*. RajaGrafindo Persada.
- Tambunan, T. (2019). *UMKM di Indonesia: Isu dan Kebijakan Strategis*. LP3ES.
- Tambunan, T. (2019). *Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indonesia*. Jakarta: LP3ES.
- Tambunan, T. T. H. (2019). *UMKM di Indonesia: Isu dan kebijakan strategis*. LP3ES.
- Todaro, M. P., & Smith, S. C. (2020). *Economic development (13th ed.)*. Pearson.
- UNCTAD. (2021). *World investment report 2021: Investing in sustainable recovery*. United Nations. <https://unctad.org>

Undang-Undang No. 19 Tahun 2003 tentang BUMN.

Undang-Undang No. 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian.

Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

Undang-Undang No. 6 Tahun 2014 tentang Desa.

UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

World Bank. (2020). Doing business 2020: Comparing business regulation in 190 economies. World Bank Publications. <https://www.worldbank.org>

World Bank. (2020). Global Economic Prospects. Washington, D.C.

World Economic Forum. (2021). The global competitiveness report 2021. <https://www.weforum.org>

TENTANG PENULIS



Sunarno SastroAtmodjo

Lahir di Sragen Jawa Tengah. Pendidikan dan gelar yang pernah ditempuh/didapat: SR Modjoranu Sambi Sambirejo Sragen, SMP Saverius II Sragen, SMAN III Surakarta & SMA Tunas Djaja Surakarta, Sarjana Muda (Bacalreat II)

Geologi UP Yogyakarta, Diploma BPA UGM Yogyakarta, Fakultas Geografi UGM Yogyakarta, Sarjana Muda (Bacalreat) Biologi UGM, Sarjana Biologi UGM Yogyakarta, Deploma Ahli Pratama Pengelolaan Lingkungan FMIPA UT Jakarta, Magister Biologi FMIPA UI Depok, Program Doktor PKLH UNJ Jakarta, Sarjana Administrasi Negara/Publik FISIP UT Jakarta, Sarjana Ilmu Pemerintahan FISIP UT Jakarta, Sarjana Sosiologi FISIP UT Jakarta, *Magister of Science in Geografi_UIPM Malaysia*. Sarjana Ekonomi Manajemen FEKON UT Jakarta, *Doctor of Philosophy in Ecology_UIPM Malaysia*, *Magister of Management_UIPM Malaysia*, Sarjana Teknik Perencanaan Wilayah dan Kota FMIPA UT Jakarta, Sarjana Ilmu Komunikasi FISIP UT Jakarta, *Honorary Doctorate in Tourism Resources_UIPM*, *Doctor of Science by Outcome Basic Education in Remediation and Preservation of Cultural Heritage Objects_UIPM Malaysia*, Sarjana Hukum FHISIP UT Jakarta, Sarjana Pendidikan PPKn FKIP UT Jakarta.

Pernah bekerja di Ditjen Geologi Pertambangan Dep ESDM, Litbang Kehutanan Deptan, Ditjen Perikanan Deptan, Litbang Deptrans, Ditjen Kebudayaan Depdikbud, Deputi Destinasi Pariwisata Depbudpar,.

Pernah sebagai nara sumber dalam \pm 40 seminar/lokakarya/workshop/diskusi pada Sektor Pariwisata, serta sebagai penulis dalam \pm 40 tulisan di Bidang Pelestarian Kebudayaan. Pada tiga tahun terakhir, telah menulis 40-an buku di beberapa penerbit, dengan bidang keilmuan: Manajemen, Akuntansi, Administrasi Negara, Sosiologi, Hukum, Teknik

Kimia Industri, Biologi, Geografi, PPKn, Mata Kuliah Dasar Umum, Pariwisata, Museologi, Konservasi Benda Budaya, serta beberapa lainnya. Selain itu juga menjadi Editor Buku di bidang keilmuan: Manajemen, Akuntansi, Sosiologi, Administrasi Negara, Hukum, Komunikasi, Teknik Kimia Industri, Pendidikan dan Kebudayaan, Sains dan Teknologi, serta beberapa lainnya.

Mengajar ± 40 Mata Kuliah/Pelajaran di Bidang/Prodi/Laboratorium: Biologi, Pariwisata, Teknik Kimia Industri, Manajemen, Administrasi Negara, MICE, Geografi, Sejarah, PPKn,; di Fakultas Biologi UGM, Yayasan Penabur, Yayasan Strada, Yayasan PSKD, AKPAR Krisanti Mandiri, STP Sahid, PNJ (Poltek UI), Teknik Kimia Industri STMI Deperind RI, STIE YPBI, STIE Pelita Bangsa, STIMA IMMI, STIAKIN, Yayasan Galatia, Yayasan PAB XIV Bekasi, Universitas Terbuka UPBJJ Jakarta.

Belakangan terlibat sebagai Direktur CV Aneka Karya, Ketua Yayasan Aneka Satya, Pemimpin Umum Media Online Pelangi Indonesia, Ketua Dewan Pakar Yayasan KKI, Ketua Dewan Pelindung PDHI, Ketua Umum Forum Komunikasi Konservasi, Ketua Umum IKKI. Pengurus IKA-UT Pusat, Korwil Bekasi IKA-UT Jakarta, Pengurus Pusat Persatuan Wartawan Pewarna Indonesia, Ketua Umum IPJERI, serta Ketua Umum IDGRI.

Pada tahun-tahun terakhir, menjadi editor di beberapa penerbit, yaitu Media Sains Indonesia Bandung, Pustaka Learning Center Malang, Insan Cendekia Mandiri Solok, Barcode Makassar, Eurika Media Aksara Purbalingga, Letrasi Nusantara Malang, Penerbit Mitra Ilmu Makassar, Widya Sari Salatiga, Yayasan Pendidikan Cendekia Muslim Solok, YPISM Banten, PT. Masagena Mandiri Medika Makassar, Get Press Padang, Echa Progress dll. Tulisan yang telah diterbitkan meliputi bidang Manajemen, Administasi Negara, Sosiologi, Komunikasi, Hukum, Pariwisata, Teknik Kimia Industri, Pendidikan Kewarganegaraan, Konservasi Benda Cagar

Budaya, Museologi, Teknologi Pengawetan Kayu, dll. Buku-buku yang berhasil diterbitkan pada empat tahun terakhir berjumlah lebih dari 150 buah.

Email : sunarnosa.pratama@gmail.com

BAB

3

KETENAGAKERJAAN DAN SISTEM UPAH

**DR. D.Sc. Drs. Sunarno SastroAtmodjo, AP., B.II.Sc., B.Sc.,
S.E., S.H., S.T., S.AP., S.IP., S.Pd., S.Sos., S.Ikom, M.M., M.Si.,
C.JKP., C.CW., C.ED.**

A. Pendahuluan

Bab ini menjadi bagian penting dalam modul pembelajaran karena membahas aspek fundamental yang memengaruhi keberlangsungan dan perkembangan dunia bisnis, yaitu ketenagakerjaan dan sistem upah. Dalam konteks ekonomi dan bisnis, tenaga kerja merupakan salah satu faktor produksi yang paling vital. Ketersediaan tenaga kerja yang berkualitas, produktif, dan efisien akan sangat menentukan daya saing perusahaan di pasar. Oleh karena itu, pemahaman mendalam mengenai dinamika pasar tenaga kerja menjadi hal yang sangat penting bagi mahasiswa yang akan berkarir di bidang manajemen sumber daya manusia, keuangan, maupun pengembangan bisnis.

Selain itu, penentuan upah merupakan salah satu aspek yang tidak hanya berpengaruh terhadap kesejahteraan pekerja, tetapi juga berimbas pada stabilitas ekonomi dan keberlanjutan operasional perusahaan. Faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan upah, seperti produktivitas, tingkat inflasi, dan kebijakan pemerintah, harus dipahami secara komprehensif agar dapat diaplikasikan secara tepat dalam praktik bisnis. Pemahaman ini juga penting dalam

rangka menciptakan hubungan industrial yang harmonis dan adil, serta mendukung terciptanya lingkungan kerja yang kondusif.

Seiring dengan perkembangan zaman, dunia ketenagakerjaan menghadapi berbagai tantangan baru, terutama di era digital dan globalisasi. Teknologi digital telah mengubah cara kerja, memperluas peluang, sekaligus menimbulkan ketidakpastian dan tantangan baru, seperti munculnya pekerjaan baru, perubahan struktur pekerjaan, serta ketimpangan upah. Globalisasi juga membawa pengaruh besar terhadap mobilitas tenaga kerja dan standar ketenagakerjaan di berbagai negara. Oleh karena itu, pemahaman terhadap isu-isu ini menjadi sangat penting agar mahasiswa mampu mengantisipasi dan menyesuaikan diri dengan perubahan yang terjadi.

Dengan mempelajari bab ini, mahasiswa diharapkan tidak hanya memahami teori dan konsep dasar, tetapi juga mampu mengaplikasikan pengetahuan tersebut dalam analisis situasi nyata di dunia kerja dan bisnis. Mereka akan mampu menilai kebijakan yang ada, mengidentifikasi tantangan, serta merumuskan solusi yang relevan dalam pengelolaan ketenagakerjaan dan sistem upah yang adil dan berkelanjutan. Pada akhirnya, pemahaman ini akan memperkuat kompetensi mereka dalam mengelola sumber daya manusia secara efektif dan efisien, serta mampu berkontribusi dalam pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkeadilan.

B. Dinamika Pasar Tenaga Kerja

Dinamika pasar tenaga kerja merupakan proses yang terus berubah dan dipengaruhi oleh berbagai faktor ekonomi, sosial, dan teknologi. Pasar tenaga kerja adalah tempat bertemunya penawaran tenaga kerja dari pihak pekerja dan permintaan tenaga kerja dari pihak pengusaha atau perusahaan. Perubahan dalam salah satu sisi ini akan

mempengaruhi kondisi pasar secara keseluruhan, termasuk tingkat pengangguran, tingkat upah, dan struktur pekerjaan.

Salah satu faktor utama yang mempengaruhi dinamika pasar tenaga kerja adalah pertumbuhan ekonomi. Ketika ekonomi tumbuh, biasanya terjadi peningkatan kebutuhan tenaga kerja karena perusahaan membutuhkan lebih banyak pekerja untuk memenuhi permintaan produk dan jasa. Sebaliknya, saat ekonomi mengalami resesi, permintaan tenaga kerja cenderung menurun, yang menyebabkan pengangguran meningkat. Sebagai contoh, selama pandemi COVID-19, banyak perusahaan mengalami penurunan permintaan, sehingga terjadi PHK massal dan peningkatan pengangguran di berbagai negara (International Labour Organization, 2021).

Selain itu, faktor demografis seperti pertumbuhan penduduk, tingkat urbanisasi, dan struktur usia juga memengaruhi dinamika pasar tenaga kerja. Misalnya, peningkatan jumlah penduduk usia produktif akan meningkatkan penawaran tenaga kerja, tetapi jika tidak diimbangi dengan penciptaan lapangan kerja yang cukup, akan menyebabkan kelebihan tenaga kerja dan tekanan terhadap tingkat upah.

Perkembangan teknologi dan inovasi juga turut mempengaruhi pasar tenaga kerja. Kemajuan teknologi, seperti otomatisasi dan digitalisasi, dapat mengurangi kebutuhan akan tenaga kerja manusia di sektor tertentu, tetapi sekaligus menciptakan peluang kerja baru di bidang teknologi dan layanan digital. Sebagai contoh, munculnya e-commerce dan platform digital telah membuka lapangan pekerjaan baru di bidang logistik, pengembangan aplikasi, dan layanan pelanggan (Brynjolfsson & McAfee, 2014).

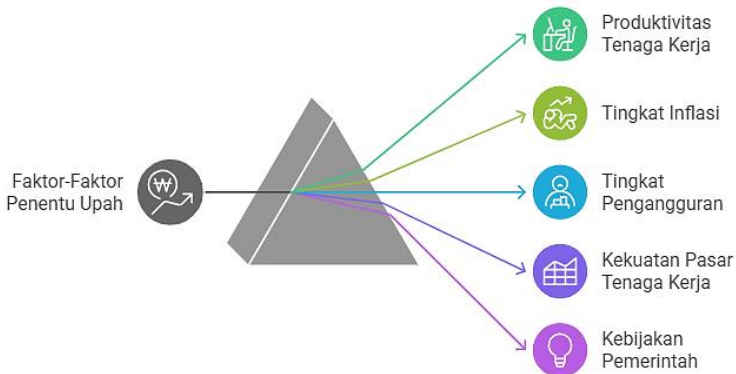
Perubahan kebijakan pemerintah, termasuk regulasi ketenagakerjaan, upah minimum, dan perlindungan sosial, juga memengaruhi dinamika pasar tenaga kerja. Kebijakan yang mendukung fleksibilitas pasar tenaga kerja dapat

meningkatkan efisiensi dan daya saing, tetapi harus diimbangi dengan perlindungan hak pekerja agar tidak menimbulkan ketimpangan sosial.

Secara umum, dinamika pasar tenaga kerja sangat dipengaruhi oleh interaksi kompleks antara faktor ekonomi makro, teknologi, demografi, dan kebijakan pemerintah. Pemahaman terhadap dinamika ini penting bagi pelaku bisnis dan pengambil kebijakan untuk merancang strategi yang adaptif dan berkelanjutan dalam menghadapi perubahan yang terus berlangsung.

C. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penentuan Upah

Penentuan upah merupakan proses yang dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berkaitan. Faktor-faktor ini menentukan tingkat upah yang diterima pekerja dan menjadi dasar dalam negosiasi antara pekerja dan pengusaha. Beberapa faktor utama yang memengaruhi penetapan upah meliputi produktivitas tenaga kerja, tingkat inflasi, tingkat pengangguran, kekuatan pasar tenaga kerja, serta kebijakan pemerintah.



Gambar 3.1 Membongkar Faktor-Faktor Penentu Upah

Faktor pertama yang sangat berpengaruh adalah produktivitas tenaga kerja. Produktivitas diukur dari output yang dihasilkan per unit tenaga kerja dalam periode tertentu.

Semakin tinggi produktivitas pekerja, semakin besar nilai tambah yang dihasilkan, dan biasanya diikuti dengan upah yang lebih tinggi. Sebaliknya, jika produktivitas rendah, upah cenderung stagnan atau bahkan menurun. Sebagai ilustrasi, dalam industri manufaktur, pekerja yang mampu meningkatkan output melalui efisiensi kerja akan mendapatkan upah yang lebih baik karena kontribusinya terhadap laba perusahaan (Mankiw, 2014).

Faktor kedua adalah tingkat inflasi. Inflasi yang tinggi biasanya menyebabkan kenaikan biaya hidup, sehingga pekerja menuntut kenaikan upah agar daya beli mereka tetap terjaga. Jika perusahaan tidak menyesuaikan upah sesuai inflasi, maka daya beli pekerja akan menurun, yang dapat mempengaruhi kesejahteraan dan motivasi kerja. Oleh karena itu, banyak negara menerapkan kebijakan upah minimum yang disesuaikan dengan tingkat inflasi untuk melindungi pekerja dari kenaikan biaya hidup (Kusuma & Suryanto, 2018).

Tingkat pengangguran juga mempengaruhi penetapan upah. Ketika tingkat pengangguran tinggi, posisi tawar pekerja menurun karena banyaknya tenaga kerja yang bersaing untuk mendapatkan pekerjaan. Sebaliknya, jika tingkat pengangguran rendah, pekerja memiliki kekuatan tawar yang lebih besar, sehingga pengusaha harus bersaing untuk menarik tenaga kerja berkualitas dengan menawarkan upah yang kompetitif.

Kekuatan pasar tenaga kerja, yang dipengaruhi oleh faktor seperti tingkat pendidikan, keahlian, dan pengalaman, juga memengaruhi penetapan upah. Pekerja dengan keahlian khusus atau kompetensi tinggi biasanya mendapatkan upah yang lebih tinggi karena permintaan yang lebih besar terhadap keahlian tersebut. Sebaliknya, pekerja dengan keahlian rendah cenderung menerima upah yang lebih rendah.

Kebijakan pemerintah, termasuk regulasi upah minimum, pajak, dan perlindungan sosial, turut memengaruhi penetapan upah. Kebijakan upah minimum, misalnya, bertujuan melindungi pekerja dari upah yang tidak adil dan memastikan standar hidup minimum. Namun, jika upah minimum ditetapkan terlalu tinggi, dapat menyebabkan pengangguran karena perusahaan tidak mampu membayar upah tersebut dan mengurangi jumlah tenaga kerja yang mereka pekerjakan (Card & Krueger, 1994).

Selain faktor ekonomi, faktor sosial dan budaya juga berperan. Norma sosial mengenai keadilan upah dan kesetaraan gender dapat mempengaruhi kebijakan perusahaan dalam menentukan struktur upah internal. Misalnya, perusahaan yang menerapkan prinsip keadilan dan kesetaraan cenderung memberikan upah yang adil dan transparan.

Secara keseluruhan, penentuan upah merupakan proses yang kompleks dan dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berinteraksi. Pemahaman terhadap faktor-faktor ini penting agar perusahaan dapat menetapkan upah yang kompetitif, adil, dan mampu memotivasi tenaga kerja secara optimal.

D. Produktivitas dan Efisiensi Tenaga Kerja

Produktivitas dan efisiensi tenaga kerja merupakan indikator utama dalam menilai keberhasilan pengelolaan sumber daya manusia di perusahaan. Keduanya saling berkaitan dan berpengaruh terhadap daya saing serta profitabilitas organisasi.

Produktivitas tenaga kerja didefinisikan sebagai jumlah output yang dihasilkan oleh tenaga kerja dalam satu periode tertentu. Pengukuran ini dapat dilakukan secara kuantitatif, misalnya unit produk per jam kerja, maupun kualitatif, seperti tingkat kualitas produk. Peningkatan produktivitas biasanya diikuti dengan peningkatan

pendapatan dan laba perusahaan, serta mampu menekan biaya produksi. Sebagai contoh, perusahaan yang mampu meningkatkan kecepatan dan kualitas proses produksi melalui pelatihan dan inovasi teknologi akan mendapatkan output lebih banyak dengan sumber daya yang sama, sehingga meningkatkan profitabilitas (Baker, 2014).



Gambar 3.2 Peningkatan Produktivitas Meningkatkan Profitabilitas Perusahaan

Efisiensi tenaga kerja berkaitan dengan penggunaan sumber daya secara optimal untuk mencapai hasil yang diinginkan. Efisiensi ini tidak hanya berkaitan dengan jumlah output, tetapi juga dengan penggunaan waktu, tenaga, dan biaya secara efektif. Misalnya, penerapan teknologi otomasi dalam proses produksi dapat mengurangi waktu pengerjaan dan mengurangi kesalahan, sehingga meningkatkan efisiensi kerja. Efisiensi yang tinggi akan mengurangi biaya produksi

dan meningkatkan margin keuntungan, sekaligus memberikan peluang untuk meningkatkan upah pekerja (Drucker, 2016).

Peningkatan produktivitas dan efisiensi tenaga kerja dapat dilakukan melalui berbagai strategi, seperti pelatihan dan pengembangan kompetensi, penerapan teknologi terbaru, serta perbaikan proses kerja. Salah satu contoh nyata adalah perusahaan manufaktur yang mengadopsi sistem lean manufacturing, yang bertujuan mengurangi pemborosan dan meningkatkan efisiensi operasional. Hasilnya, perusahaan mampu meningkatkan output per tenaga kerja sekaligus menurunkan biaya produksi, sehingga mampu menawarkan upah yang kompetitif dan menarik tenaga kerja berkualitas (Womack, Jones, & Roos, 1990).

Selain itu, faktor motivasi dan kepuasan kerja juga berpengaruh terhadap produktivitas dan efisiensi. Pekerja yang merasa dihargai dan mendapatkan insentif yang sesuai cenderung lebih termotivasi untuk bekerja lebih keras dan cerdas. Oleh karena itu, pengelolaan sumber daya manusia yang baik, termasuk sistem penghargaan dan pengakuan, sangat penting dalam meningkatkan produktivitas dan efisiensi tenaga kerja (Herzberg, 1966).

Secara keseluruhan, peningkatan produktivitas dan efisiensi tenaga kerja merupakan kunci utama dalam meningkatkan daya saing perusahaan di pasar global. Investasi dalam pengembangan kompetensi, teknologi, dan motivasi pekerja akan memberikan manfaat jangka panjang yang signifikan bagi keberlanjutan bisnis.

E. Kebijakan Pemerintah dalam Bidang Ketenagakerjaan

Kebijakan pemerintah dalam bidang ketenagakerjaan memiliki peran penting dalam menciptakan iklim kerja yang adil, stabil, dan produktif. Kebijakan ini mencakup berbagai aspek, mulai dari perlindungan hak pekerja, pengaturan

upah minimum, pengendalian pengangguran, hingga pengembangan sumber daya manusia.

Salah satu kebijakan utama adalah penetapan upah minimum yang bertujuan melindungi pekerja dari upah yang tidak layak dan memastikan standar hidup minimum. Di Indonesia, kebijakan ini diatur melalui Peraturan Pemerintah dan disesuaikan secara periodik berdasarkan inflasi dan pertumbuhan ekonomi. Penetapan upah minimum harus mempertimbangkan keseimbangan antara kebutuhan pekerja dan kemampuan perusahaan agar tidak menimbulkan dampak negatif seperti pengangguran atau pengurangan jam kerja (Kusuma & Suryanto, 2018).

Selain itu, pemerintah juga mengatur perlindungan hak-hak pekerja melalui undang-undang ketenagakerjaan, seperti UU No. 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan. Regulasi ini mengatur hak atas cuti, jaminan sosial, perlindungan terhadap PHK, dan hak berserikat. Kebijakan ini bertujuan menciptakan hubungan industrial yang harmonis dan mengurangi konflik antara pekerja dan pengusaha.

Pemerintah juga berperan dalam mengurangi pengangguran melalui program pelatihan dan pengembangan kompetensi tenaga kerja, serta penciptaan lapangan kerja melalui insentif fiskal dan pembangunan infrastruktur. Program seperti pelatihan vokasional dan magang di perusahaan merupakan bagian dari strategi pemerintah untuk meningkatkan kualitas tenaga kerja dan menyesuaikan dengan kebutuhan pasar (International Labour Organization, 2021).

Selain itu, kebijakan pengaturan jam kerja, cuti, dan perlindungan terhadap diskriminasi di tempat kerja juga menjadi bagian dari upaya pemerintah dalam menciptakan lingkungan kerja yang adil dan produktif. Pengaturan ini penting agar pekerja merasa aman dan dihargai, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas dan kinerja mereka.

Dalam konteks global, pemerintah juga harus menyesuaikan kebijakan ketenagakerjaan dengan standar internasional dan perjanjian kerja sama internasional, seperti International Labour Organization (ILO). Hal ini penting agar Indonesia tetap kompetitif dan mampu menarik investasi asing serta melindungi hak-hak pekerja migran dan tenaga kerja Indonesia di luar negeri.

Secara keseluruhan, kebijakan pemerintah dalam bidang ketenagakerjaan harus bersifat komprehensif, adaptif, dan berorientasi pada keseimbangan antara kepentingan pekerja dan pengusaha, demi terciptanya pasar tenaga kerja yang sehat dan berkelanjutan.

F. Isu-Isu Ketenagakerjaan di Era Digital dan Globalisasi

Era digital dan globalisasi membawa berbagai tantangan dan peluang baru dalam dunia ketenagakerjaan. Perkembangan teknologi digital, seperti otomatisasi, kecerdasan buatan, dan platform digital, telah mengubah struktur pekerjaan dan pola kerja secara signifikan.

Salah satu isu utama adalah munculnya pekerjaan baru yang berbasis teknologi digital, seperti pengembang aplikasi, data analyst, dan pekerja platform. Pekerjaan ini menawarkan peluang besar, tetapi juga menimbulkan tantangan dalam hal regulasi, perlindungan hak pekerja, dan standar upah. Pekerja di platform digital seringkali berstatus sebagai pekerja lepas atau kontrak, yang menyebabkan ketidakpastian dalam perlindungan sosial dan jaminan hari tua (De Stefano, 2016).

Selain itu, otomatisasi dan robotisasi di berbagai sektor industri dapat menggantikan pekerjaan manusia, terutama pekerjaan berulang dan berbasis prosedur tetap. Contohnya, di industri manufaktur, penggunaan robot telah mengurangi kebutuhan tenaga kerja manusia secara signifikan, yang berpotensi meningkatkan tingkat pengangguran struktural jika tidak diimbangi dengan pelatihan ulang dan

pengembangan kompetensi baru (Brynjolfsson & McAfee, 2014).

Globalisasi juga mempengaruhi ketenagakerjaan melalui mobilitas tenaga kerja lintas negara. Pekerja migran menjadi bagian penting dalam memenuhi kebutuhan tenaga kerja di berbagai negara, tetapi seringkali menghadapi perlakuan tidak adil, diskriminasi, dan risiko pelanggaran hak asasi manusia. Di sisi lain, perusahaan multinasional dapat memanfaatkan perbedaan regulasi ketenagakerjaan antar negara untuk mengurangi biaya tenaga kerja, yang dapat menimbulkan ketimpangan sosial dan ekonomi (Castles, 2010).

Isu lain yang muncul adalah ketimpangan upah dan ketidaksetaraan sosial yang semakin melebar. Teknologi dan globalisasi cenderung menguntungkan kelompok tertentu yang memiliki akses dan kompetensi tinggi, sementara pekerja dengan keahlian rendah mengalami penurunan pendapatan dan peluang kerja. Hal ini menimbulkan tantangan dalam menciptakan keadilan sosial dan stabilitas ekonomi (Piketty, 2014).

Dalam menghadapi isu-isu ini, diperlukan kebijakan yang mampu mengatur dan melindungi hak pekerja di era digital dan globalisasi. Penguatan perlindungan sosial, pelatihan kompetensi digital, serta pengaturan kerja yang fleksibel dan adil menjadi kunci dalam memastikan bahwa manfaat dari perkembangan teknologi dan globalisasi dapat dirasakan secara merata dan berkelanjutan.

G. Rangkuman

Dinamika pasar tenaga kerja dan faktor-faktor yang mempengaruhinya sangat kompleks dan terus berkembang. Perubahan ekonomi, teknologi, demografi, serta kebijakan pemerintah saling berinteraksi membentuk kondisi pasar tenaga kerja saat ini. Pemahaman terhadap faktor-faktor ini

penting untuk merancang strategi yang adaptif dan berkelanjutan.

Penentuan upah dipengaruhi oleh produktivitas tenaga kerja, tingkat inflasi, tingkat pengangguran, kekuatan pasar tenaga kerja, dan kebijakan pemerintah. Faktor-faktor ini menentukan tingkat upah yang adil dan kompetitif, serta memotivasi pekerja untuk meningkatkan kinerja mereka.

Produktivitas dan efisiensi tenaga kerja menjadi indikator utama keberhasilan pengelolaan sumber daya manusia. Peningkatan keduanya melalui pelatihan, inovasi teknologi, dan motivasi pekerja akan meningkatkan daya saing perusahaan dan keberlanjutan bisnis.

Kebijakan pemerintah berperan dalam menciptakan iklim kerja yang stabil dan adil. Kebijakan seperti penetapan upah minimum, perlindungan hak pekerja, serta program pelatihan dan pengembangan menjadi bagian penting dalam mendukung pasar tenaga kerja yang sehat.

Era digital dan globalisasi menghadirkan tantangan baru, seperti munculnya pekerjaan berbasis teknologi, otomatisasi, serta mobilitas tenaga kerja lintas negara. Isu ketimpangan upah dan perlindungan hak pekerja di platform digital menjadi perhatian utama yang membutuhkan regulasi dan kebijakan yang tepat.

Secara keseluruhan, dinamika pasar tenaga kerja dan faktor-faktor yang mempengaruhinya menuntut adaptasi dan inovasi dari semua pihak agar mampu menghadapi perubahan dan memanfaatkan peluang yang ada.

1. Perubahan ekonomi dan teknologi mempengaruhi kondisi pasar tenaga kerja secara langsung.
2. Penentuan upah dipengaruhi oleh produktivitas, inflasi, pengangguran, dan kebijakan pemerintah.
3. Peningkatan produktivitas dan efisiensi melalui inovasi dan pelatihan penting untuk daya saing.
4. Kebijakan pemerintah berperan dalam menciptakan iklim kerja yang adil dan stabil.

5. Era digital dan globalisasi menimbulkan tantangan baru, termasuk pekerjaan berbasis platform dan otomatisasi.
6. Isu ketimpangan dan perlindungan hak pekerja perlu diatasi melalui regulasi dan kebijakan yang tepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Baker, G. P. (2014). *Human Resource Management: Strategic and International Perspectives*. Routledge.
- Bank Indonesia. (2022). *Laporan Kebijakan Moneter*.
- Blanchard, O., & Johnson, D. R. (2013). *Macroeconomics* (6th ed.). Pearson Education.
- Drucker, P. F. (2016). *The Effective Executive: The Definitive Guide to Getting the Right Things Done*. HarperBusiness.
- International Labour Organization. (2021). *World Employment and Social Outlook: Trends 2021*.
- International Monetary Fund. (2021). *World Economic Outlook: Managing Divergent Recoveries*.
- Kusuma, R., & Suryanto, S. (2018). Pengaruh Inflasi dan Tingkat Pengangguran terhadap Upah Minimum Regional di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 26(2), 123–135.
- Mankiw, N. G. (2014). *Principles of Economics* (7th ed.). Cengage Learning.
- Mankiw, N. G. (2018). *Principles of Economics* (8th ed.). Cengage Learning.
- Mankiw, N. G. (2020). *Principles of Economics* (9th ed.). Cengage Learning.
- Mishkin, F. S. (2019). *The Economics of Money, Banking, and Financial Markets* (12th ed.). Pearson Education.
- Piketty, T. (2014). *Capital in the Twenty-First Century*. Harvard University Press.
- Sukirno, S. (2019). *Pengantar Ekonomi Mikro dan Makro* (Edisi Revisi). PT RajaGrafindo Persada.

TENTANG PENULIS



Sunarno SastroAtmodjo

Lahir di Sragen Jawa Tengah. Pendidikan dan gelar yang pernah ditempuh/didapat: SR Modjoranu Sambi Sambirejo Sragen, SMP Saverius II Sragen, SMAN III Surakarta & SMA Tunas Djaja Surakarta, Sarjana Muda (Bacalreat II) Geologi UP Yogyakarta, Diploma BPA UGM Yogyakarta, Fakultas Geografi UGM Yogyakarta, Sarjana Muda (Bacalreat) Biologi UGM, Sarjana Biologi UGM Yogyakarta, Deploma Ahli Pratama Pengelolaan Lingkungan FMIPA UT Jakarta, Magister Biologi FMIPA UI Depok, Program Doktor PKLH UNJ Jakarta, Sarjana Adminstrasi Negara/Publik FISIP UT Jakarta, Sarjana Ilmu Pemerintahan FISIP UT Jakarta, Sarjana Sosiologi FISIP UT Jakarta, *Magister of Science in Geografi_UIPM Malaysia*. Sarjana Ekonomi Manajemen FEKON UT Jakarta, *Doctor of Philosohty in Ecology_UIPM Malaysia*, *Magister of Management_UIPM Malaysia*, Sarjana Teknik Perencanaan Wilayah dan Kota FMIPA UT Jakarta, Sarjana Ilmu Komunikasi FISIP UT Jakarta, *Honorary Doctorate in Tourism Resources_UIPM*, *Doctor of Science by Outcome Basic Education in Remediation and Preservation of Cultural Heritage Objects_UIPM Malaysia*, Sarjana Hukum FHISIP UT Jakarta, Sarjana Pendidikan PPKn FKIP UT Jakarta.

Pernah bekerja di Ditjen Geologi Pertambangan Dep ESDM, Litbang Kehutanan Deptan, Ditjen Perikanan Deptan, Litbang Deptrans, Ditjen Kebudayaan Depdikbud, Deputi Destinasi Pariwisata Depbudpar,.

Pernah sebagai nara sumber dalam \pm 40 seminar/lokakarya/workshop/diskusi pada Sektor Pariwisata, serta sebagai penulis dalam \pm 40 tulisan di Bidang Pelestarian Kebudayaan. Pada tiga tahun terakhir, telah menulis 40-an buku di beberapa penerbit, dengan bidang keilmuan: Manajemen, Akuntansi, Administrasi Negara, Sosiologi, Hukum, Teknik

Kimia Industri, Biologi, Geografi, PPKn, Mata Kuliah Dasar Umum, Pariwisata, Museologi, Konservasi Benda Budaya, serta beberapa lainnya. Selain itu juga menjadi Editor Buku di bidang keilmuan: Manajemen, Akuntansi, Sosiologi, Administrasi Negara, Hukum, Komunikasi, Teknik Kimia Industri, Pendidikan dan Kebudayaan, Sains dan Teknologi, serta beberapa lainnya.

Mengajar ± 40 Mata Kuliah/Pelajaran di Bidang/Prodi/Laboratorium: Biologi, Pariwisata, Teknik Kimia Industri, Manajemen, Administrasi Negara, MICE, Geografi, Sejarah, PPKn,; di Fakultas Biologi UGM, Yayasan Penabur, Yayasan Strada, Yayasan PSKD, AKPAR Krisanti Mandiri, STP Sahid, PNJ (Poltek UI), Teknik Kimia Industri STMI Deperind RI, STIE YPBI, STIE Pelita Bangsa, STIMA IMMI, STIAKIN, Yayasan Galatia, Yayasan PAB XIV Bekasi, Universitas Terbuka UPBJJ Jakarta.

Belakangan terlibat sebagai Direktur CV Aneka Karya, Ketua Yayasan Aneka Satya, Pemimpin Umum Media Online Pelangi Indonesia, Ketua Dewan Pakar Yayasan KKI, Ketua Dewan Pelindung PDHI, Ketua Umum Forum Komunikasi Konservasi, Ketua Umum IKKI. Pengurus IKA-UT Pusat, Korwil Bekasi IKA-UT Jakarta, Pengurus Pusat Persatuan Wartawan Pewarna Indonesia, Ketua Umum IPJERI, serta Ketua Umum IDGRI.

Pada tahun-tahun terakhir, menjadi editor di beberapa penerbit, yaitu Media Sains Indonesia Bandung, Pustaka Learning Center Malang, Insan Cendekia Mandiri Solok, Barcode Makassar, Eurika Media Aksara Purbalingga, Letrasi Nusantara Malang, Penerbit Mitra Ilmu Makassar, Widya Sari Salatiga, Yayasan Pendidikan Cendekia Muslim Solok, YPISM Banten, PT. Masagena Mandiri Medika Makassar, Get Press Padang, Echa Progress dll. Tulisan yang telah diterbitkan meliputi bidang Manajemen, Administasi Negara, Sosiologi, Komunikasi, Hukum, Pariwisata, Teknik Kimia Industri, Pendidikan Kewarganegaraan, Konservasi Benda Cagar

Budaya, Museologi, Teknologi Pengawetan Kayu, dll. Buku-buku yang berhasil diterbitkan pada empat tahun terakhir berjumlah lebih dari 150 buah.

Email : sunarnosa.pratama@gmail.com

BAB

4

TEORI UANG DAN INDEKS HARGA

Satria, S.Pd., M.Si.

A. Pendahuluan

Dalam dunia ekonomi, uang memegang peranan yang sangat vital sebagai instrumen utama dalam menjalankan aktivitas ekonomi sehari-hari. Tanpa uang, proses pertukaran barang dan jasa akan menjadi sangat sulit dan tidak efisien. Oleh karena itu, pemahaman mendalam tentang fungsi dan peranan uang menjadi hal yang sangat penting bagi siapa saja yang ingin memahami dinamika ekonomi secara menyeluruh. Selain sebagai alat tukar, uang juga berfungsi sebagai satuan hitung yang memudahkan pengukuran nilai dari berbagai barang dan jasa, serta sebagai penyimpan nilai yang memungkinkan masyarakat menyimpan kekayaan untuk digunakan di masa depan. Fungsi-fungsi ini menjadikan uang sebagai fondasi utama dalam sistem ekonomi modern.

Selain memahami fungsi uang, penting juga untuk mengenal sistem moneter yang mengatur penciptaan dan peredaran uang di dalam perekonomian. Mekanisme penciptaan uang, yang sebagian besar dilakukan oleh bank sentral dan lembaga keuangan lainnya, memiliki dampak langsung terhadap jumlah uang beredar dan stabilitas harga. Ketidakseimbangan dalam penciptaan uang dapat menyebabkan inflasi atau deflasi yang berlebihan, yang pada

akhirnya mempengaruhi kestabilan ekonomi dan keberlangsungan dunia usaha.

Salah satu indikator utama yang digunakan untuk mengukur perubahan harga secara umum adalah indeks harga. Indeks ini menjadi alat penting dalam mengukur tingkat inflasi, yaitu kenaikan harga secara umum dalam perekonomian. Inflasi yang tinggi dan tidak terkendali dapat mengikis daya beli masyarakat, meningkatkan biaya produksi, dan mengganggu kestabilan ekonomi. Oleh karena itu, pengendalian inflasi melalui kebijakan pengendalian nilai uang dan harga menjadi salah satu fokus utama dalam pengelolaan ekonomi makro.

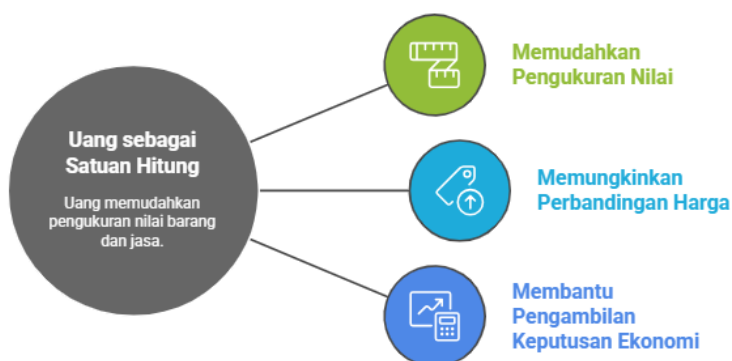
Dampak inflasi terhadap dunia usaha sangat signifikan. Ketika inflasi meningkat, biaya produksi cenderung naik, harga jual harus disesuaikan, dan daya saing produk di pasar internasional bisa menurun. Hal ini menuntut pelaku usaha untuk mampu melakukan analisis dan perencanaan yang matang agar tetap kompetitif. Di sisi lain, kebijakan pengendalian nilai uang dan harga yang dilakukan oleh pemerintah dan bank sentral bertujuan untuk menjaga kestabilan ekonomi, sehingga dunia usaha dapat beroperasi dalam kondisi yang kondusif dan berkelanjutan.

Memahami teori uang dan indeks harga tidak hanya penting dari sisi akademik, tetapi juga sangat relevan dalam praktik ekonomi dan bisnis. Pengetahuan ini akan membantu mahasiswa dalam menganalisis kondisi ekonomi makro, merumuskan strategi bisnis, serta memahami kebijakan pemerintah yang mempengaruhi dunia usaha. Dengan demikian, penguasaan materi ini menjadi fondasi penting dalam membangun kompetensi mahasiswa sebagai calon profesional di bidang ekonomi, keuangan, dan bisnis.

B. Fungsi dan Peranan Uang dalam Perekonomian

Uang memiliki peranan yang sangat penting dalam perekonomian modern karena berfungsi sebagai instrumen utama dalam proses transaksi ekonomi. Menurut Mishkin (2019), uang berfungsi sebagai alat tukar, satuan hitung, dan penyimpan nilai. Fungsi ini memungkinkan kegiatan ekonomi berjalan secara efisien dan terorganisasi dengan baik. Sebagai alat tukar, uang memfasilitasi pertukaran barang dan jasa tanpa perlu melakukan barter yang memerlukan kecocokan kebutuhan secara langsung. Sebagai contoh, dalam transaksi sehari-hari, seseorang dapat membeli bahan makanan di pasar dengan uang, tanpa harus menukar barang secara langsung.

Selain itu, uang berfungsi sebagai satuan hitung yang memudahkan pengukuran nilai dari berbagai barang dan jasa. Dengan adanya satuan hitung, harga-harga dapat dinyatakan dalam satuan moneter yang sama, sehingga memudahkan perbandingan dan pengambilan keputusan ekonomi. Sebagai contoh, harga sebuah mobil dan sebuah rumah dapat dibandingkan secara langsung dalam satuan rupiah, sehingga memudahkan konsumen dan pelaku usaha dalam menilai nilai relatif dari barang tersebut.



Gambar 4.1 Peran Uang sebagai Satuan Hitung

Fungsi ketiga dari uang adalah sebagai penyimpan nilai. Uang memungkinkan masyarakat menyimpan kekayaan untuk digunakan di masa depan. Fungsi ini sangat penting dalam perencanaan keuangan dan investasi. Sebagai ilustrasi, seseorang dapat menabung uang di bank sebagai bentuk penyimpanan nilai yang dapat digunakan untuk keperluan mendatang, seperti pendidikan atau pensiun. Namun, fungsi ini juga memiliki keterbatasan, terutama ketika terjadi inflasi tinggi yang dapat mengikis nilai uang yang disimpan.

Selain fungsi utama tersebut, uang juga memiliki peranan penting dalam mendukung stabilitas ekonomi dan pertumbuhan. Dengan adanya uang yang stabil dan dapat dipercaya, kegiatan ekonomi dapat berjalan lancar, investasi meningkat, dan pertumbuhan ekonomi dapat terjaga. Sebaliknya, ketidakstabilan uang, seperti inflasi yang tinggi, dapat mengganggu fungsi uang dan menghambat aktivitas ekonomi.

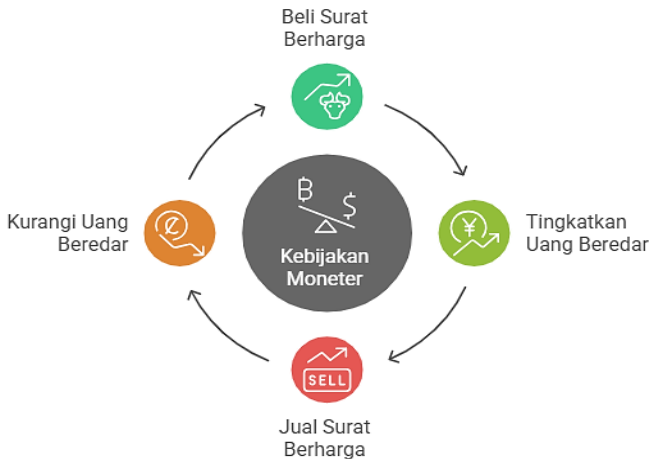
Dalam konteks makroekonomi, uang juga berperan dalam pengaturan kebijakan moneter yang dilakukan oleh bank sentral. Melalui pengaturan jumlah uang beredar, bank sentral dapat mempengaruhi tingkat inflasi, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas nilai tukar. Oleh karena itu, pemahaman tentang fungsi dan peranan uang sangat penting bagi mahasiswa agar mampu menganalisis dinamika ekonomi secara komprehensif dan memahami kebijakan ekonomi yang diterapkan pemerintah dan bank sentral.

C. Sistem Moneter dan Mekanisme Penciptaan Uang

Sistem moneter merupakan kerangka kerja yang mengatur peredaran dan penciptaan uang dalam perekonomian. Sistem ini melibatkan bank sentral sebagai otoritas utama yang mengatur jumlah uang beredar dan menjaga kestabilan nilai uang. Menurut Mishkin (2019), mekanisme penciptaan uang terutama dilakukan melalui

kebijakan moneter yang meliputi pengaturan cadangan minimum, operasi pasar terbuka, dan suku bunga acuan.

Bank sentral memiliki peran penting dalam penciptaan uang melalui kebijakan moneter. Salah satu mekanisme utama adalah melalui operasi pasar terbuka, yaitu pembelian dan penjualan surat berharga pemerintah di pasar uang. Ketika bank sentral membeli surat berharga, uang beredar di masyarakat meningkat karena bank sentral menambah likuiditas ke dalam sistem. Sebaliknya, penjualan surat berharga akan menyerap uang dari pasar dan mengurangi jumlah uang beredar.



Gambar 4.2 Siklus Kebijakan Moneter

Selain itu, bank sentral juga mengatur cadangan minimum yang harus disimpan oleh bank-bank komersial. Dengan menaikkan cadangan minimum, bank-bank akan memiliki lebih sedikit dana yang dapat dipinjamkan ke masyarakat, sehingga jumlah uang yang beredar berkurang. Sebaliknya, menurunkan cadangan minimum akan meningkatkan likuiditas dan penciptaan uang.

Mekanisme penciptaan uang juga melibatkan proses kredit perbankan. Ketika bank memberikan pinjaman kepada nasabah, uang baru tercipta dalam bentuk kredit yang masuk

ke dalam sistem ekonomi. Proses ini dikenal sebagai multiplier effect, di mana setiap unit uang yang disimpan sebagai cadangan dapat menghasilkan beberapa unit uang melalui proses pemberian kredit. Sebagai contoh, jika rasio cadangan adalah 10%, maka setiap rupiah cadangan dapat mendukung penciptaan hingga 10 rupiah uang baru melalui kredit.

Sistem moneter yang efektif harus mampu menjaga keseimbangan antara jumlah uang beredar dan stabilitas harga. Jika jumlah uang beredar terlalu banyak tanpa didukung oleh pertumbuhan ekonomi riil, akan terjadi inflasi. Sebaliknya, kekurangan uang dapat menyebabkan deflasi dan memperlambat pertumbuhan ekonomi. Oleh karena itu, bank sentral harus mampu mengelola mekanisme penciptaan uang secara hati-hati dan responsif terhadap kondisi ekonomi.

D. Indeks Harga dan Inflasi

Indeks harga adalah alat ukur yang digunakan untuk mengukur perubahan harga secara umum dalam perekonomian dari waktu ke waktu. Indeks ini menjadi indikator utama dalam mengukur tingkat inflasi, yaitu kenaikan harga secara umum dan terus-menerus dalam jangka waktu tertentu. Menurut Bick (2018), indeks harga biasanya dihitung berdasarkan keranjang barang dan jasa yang mewakili pola konsumsi masyarakat, dan hasilnya dinyatakan dalam bentuk indeks yang menunjukkan persentase perubahan dari periode sebelumnya.

Salah satu indeks harga yang paling umum digunakan adalah Indeks Harga Konsumen (IHK). IHK mengukur perubahan harga dari keranjang barang dan jasa yang dikonsumsi oleh rumah tangga selama periode tertentu. Jika indeks ini meningkat, berarti terjadi inflasi, dan sebaliknya jika indeks menurun, terjadi deflasi. Sebagai contoh, jika IHK bulan ini adalah 105 dan bulan sebelumnya 100, maka tingkat

inflasi selama periode tersebut adalah $((105-100)/100) \times 100\% = 5\%$.

Inflasi sendiri adalah kondisi di mana harga-harga barang dan jasa secara umum meningkat, sehingga daya beli uang menurun. Inflasi dapat disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk peningkatan permintaan agregat, kenaikan biaya produksi, atau peningkatan jumlah uang beredar yang tidak seimbang dengan pertumbuhan ekonomi. Inflasi yang moderat biasanya dianggap sebagai tanda ekonomi yang sehat, tetapi jika terlalu tinggi, dapat menimbulkan berbagai masalah ekonomi dan sosial.

Pengukuran inflasi melalui indeks harga sangat penting karena memberikan gambaran tentang kestabilan harga dan daya beli masyarakat. Inflasi yang tinggi dapat mengikis tabungan, meningkatkan biaya hidup, dan mengganggu kestabilan ekonomi. Oleh karena itu, pengendalian inflasi menjadi salah satu fokus utama kebijakan ekonomi makro, yang akan dibahas lebih lanjut pada sub bab berikutnya.

E. Dampak Inflasi terhadap Dunia Usaha

Inflasi memiliki dampak yang signifikan terhadap dunia usaha, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dampak utama dari inflasi adalah meningkatnya biaya produksi. Ketika harga bahan baku, tenaga kerja, dan energi naik, biaya produksi perusahaan juga meningkat. Sebagai contoh, **perusahaan manufaktur yang bergantung pada bahan baku impor akan menghadapi kenaikan biaya jika nilai tukar melemah dan harga bahan baku internasional naik.** Hal ini dapat menyebabkan perusahaan harus menaikkan harga jual produk mereka agar tetap memperoleh margin keuntungan, yang pada akhirnya dapat mengurangi daya saing produk di pasar domestik maupun internasional.

Selain itu, inflasi yang tinggi dapat menyebabkan ketidakpastian ekonomi, sehingga pelaku usaha menjadi lebih berhati-hati dalam pengambilan keputusan investasi dan ekspansi. Ketidakpastian ini dapat menghambat pertumbuhan usaha dan menurunkan tingkat investasi swasta. Sebagai ilustrasi, **sebuah perusahaan rintisan (startup) mungkin menunda rencana ekspansi karena ketidakpastian harga dan biaya yang terus meningkat.**

Dampak lain dari inflasi adalah penurunan daya beli masyarakat. Ketika harga-harga naik, pendapatan riil masyarakat menurun jika pendapatan mereka tidak meningkat seiring inflasi. Hal ini menyebabkan berkurangnya konsumsi barang dan jasa, yang berdampak langsung terhadap pendapatan dan laba perusahaan. Sebagai contoh, **restoran dan toko ritel akan mengalami penurunan penjualan jika daya beli konsumen menurun akibat inflasi.**

Selain itu, inflasi juga mempengaruhi tingkat suku bunga. Bank sentral biasanya menaikkan suku bunga untuk mengendalikan inflasi, yang menyebabkan biaya pinjaman menjadi lebih mahal. Akibatnya, perusahaan akan menghadapi biaya pinjaman yang lebih tinggi, yang dapat mengurangi laba dan memperlambat kegiatan investasi. Sebagai contoh, **perusahaan properti yang bergantung pada kredit perbankan akan mengalami kenaikan biaya pinjaman, sehingga menunda pembangunan proyek baru.**

Secara umum, inflasi yang tidak terkendali dapat mengganggu kestabilan ekonomi dan mengurangi efisiensi dunia usaha. Oleh karena itu, pengelolaan inflasi melalui kebijakan ekonomi yang tepat sangat penting untuk menjaga keberlangsungan dan pertumbuhan bisnis.

F. Kebijakan Pengendalian Nilai Uang dan Harga

Kebijakan pengendalian nilai uang dan harga merupakan instrumen yang digunakan oleh pemerintah dan bank sentral untuk menjaga stabilitas ekonomi dan mencegah

terjadinya inflasi yang berlebihan. Menurut Mishkin (2019), kebijakan ini dapat berupa kebijakan moneter dan fiskal yang diarahkan untuk mengendalikan jumlah uang beredar dan tingkat harga secara umum.

Kebijakan moneter, yang dilakukan oleh bank sentral, meliputi pengaturan suku bunga, operasi pasar terbuka, dan pengaturan cadangan minimum. Sebagai contoh, **bank sentral dapat menaikkan suku bunga acuan untuk menekan jumlah uang beredar dan menurunkan inflasi**. Selain itu, melalui operasi pasar terbuka, bank sentral dapat menjual surat berharga pemerintah untuk menyerap likuiditas dari pasar, sehingga mengurangi tekanan inflasi.

Di sisi lain, kebijakan fiskal melibatkan pengaturan pengeluaran pemerintah dan penerimaan pajak. Pemerintah dapat mengurangi pengeluaran atau meningkatkan pajak untuk mengurangi permintaan agregat dan menekan inflasi. Sebagai contoh, **peningkatan pajak penghasilan dapat mengurangi daya beli masyarakat dan menurunkan tekanan harga**.

Selain itu, pemerintah juga dapat menggunakan instrumen pengendalian harga langsung, seperti penetapan harga maksimum untuk barang kebutuhan pokok. Meskipun demikian, kebijakan ini harus dilakukan dengan hati-hati karena dapat menyebabkan kekurangan pasokan jika harga maksimum ditetapkan terlalu rendah.

Pengendalian nilai uang dan harga yang efektif harus mampu menyeimbangkan antara menjaga kestabilan harga dan mendukung pertumbuhan ekonomi. Jika kebijakan terlalu ketat, dapat menyebabkan resesi dan pengangguran; jika terlalu longgar, dapat menyebabkan inflasi yang tidak terkendali. Oleh karena itu, bank sentral dan pemerintah harus mampu melakukan penyesuaian kebijakan secara dinamis dan responsif terhadap kondisi ekonomi yang berkembang.

G. Rangkuman

Uang memiliki peranan penting dalam perekonomian modern sebagai instrumen utama dalam proses transaksi dan pengelolaan ekonomi. Fungsi utama uang meliputi sebagai alat tukar, satuan hitung, dan penyimpan nilai. Sebagai alat tukar, uang memudahkan pertukaran barang dan jasa tanpa barter langsung. Sebagai satuan hitung, uang memudahkan pengukuran dan perbandingan nilai barang dan jasa. Sebagai penyimpan nilai, uang memungkinkan masyarakat menyimpan kekayaan untuk masa depan, meskipun terpengaruh inflasi.

Sistem moneter mengatur peredaran dan penciptaan uang melalui kebijakan moneter yang dilakukan bank sentral. Mekanisme penciptaan uang meliputi operasi pasar terbuka, pengaturan cadangan minimum, dan proses kredit perbankan yang menghasilkan multiplier effect. Pengelolaan sistem moneter harus menjaga keseimbangan antara jumlah uang beredar dan kestabilan harga.

Indeks harga digunakan untuk mengukur perubahan harga secara umum, dengan Indeks Harga Konsumen (IHK) sebagai indikator utama inflasi. Inflasi adalah kenaikan harga secara umum yang dapat mengurangi daya beli dan menimbulkan ketidakpastian ekonomi. Dampaknya terhadap dunia usaha meliputi meningkatnya biaya produksi, menurunnya daya beli masyarakat, dan kenaikan biaya pinjaman.

Kebijakan pengendalian nilai uang dan harga dilakukan melalui kebijakan moneter dan fiskal. Bank sentral dapat menaikkan suku bunga dan menjual surat berharga untuk mengurangi inflasi, sementara pemerintah dapat mengatur pengeluaran dan pajak. Pengelolaan kebijakan ini harus seimbang agar tidak mengganggu pertumbuhan ekonomi dan kestabilan harga.

1. Uang berfungsi sebagai alat tukar, satuan hitung, dan penyimpan nilai yang mendukung kegiatan ekonomi.

2. Sistem moneter mengatur penciptaan uang melalui kebijakan bank sentral dan proses kredit.
3. Indeks harga dan inflasi mengukur perubahan harga dan dampaknya terhadap daya beli.
4. Inflasi mempengaruhi biaya produksi, daya beli, dan tingkat investasi dunia usaha.
5. Kebijakan pengendalian harga dan nilai uang bertujuan menjaga stabilitas ekonomi secara efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Baker, G. P. (2014). *Human Resource Management: Strategic and International Perspectives*. Routledge.
- Bank Indonesia. (2022). *Laporan Kebijakan Moneter*.
- Blanchard, O., & Johnson, D. R. (2013). *Macroeconomics* (6th ed.). Pearson Education.
- Drucker, P. F. (2016). *The Effective Executive: The Definitive Guide to Getting the Right Things Done*. HarperBusiness.
- International Labour Organization. (2021). *World Employment and Social Outlook: Trends 2021*.
- International Monetary Fund. (2021). *World Economic Outlook: Managing Divergent Recoveries*.
- Kusuma, R., & Suryanto, S. (2018). Pengaruh Inflasi dan Tingkat Pengangguran terhadap Upah Minimum Regional di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 26(2), 123–135.
- Mankiw, N. G. (2014). *Principles of Economics* (7th ed.). Cengage Learning.
- Mankiw, N. G. (2018). *Principles of Economics* (8th ed.). Cengage Learning.
- Mankiw, N. G. (2020). *Principles of Economics* (9th ed.). Cengage Learning.
- Mishkin, F. S. (2019). *The Economics of Money, Banking, and Financial Markets* (12th ed.). Pearson Education.
- Piketty, T. (2014). *Capital in the Twenty-First Century*. Harvard University Press.
- Sukirno, S. (2019). *Pengantar Ekonomi Mikro dan Makro* (Edisi Revisi). PT RajaGrafindo Persada.

TENTANG PENULIS



Satria S.Pd., M.Si.

Lahir Tanabang 02 Mei 1982 di . Sejak tahun 2023 Guru di SMK Negeri 1 Suak Tape, Dosen Universitas Sanz Magnatya, Dosen Universitas PGRI Palembang. Memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd) dari Fakultas Ilmu Keguruan Jurusan Pendidikan Ekonomi Akutansi Universitas PGRI Palembang (2005). Memperoleh gelar Magister Sains (M.Si) dari Program Studi Manajemen Pendidikan Universitas Muhammadiyah Palembang (2014).

BAB

5

INFLASI DAN DAMPAKNYA TERHADAP EKONOMI

Sri Redjeki, S.E., M.M.

A. Pendahuluan

Inflasi adalah fenomena ekonomi yang kompleks dan menjadi fokus utama kebijakan ekonomi di seluruh dunia. Sederhananya, inflasi dapat didefinisikan sebagai kenaikan harga barang dan jasa secara umum dan berkelanjutan selama periode waktu tertentu. Dampak inflasi sangat luas, memengaruhi daya beli, investasi, produksi, dan stabilitas ekonomi masyarakat secara keseluruhan.

Inflasi adalah laju kenaikan harga selama periode waktu tertentu. Inflasi merupakan ukuran yang luas, seperti kenaikan harga secara keseluruhan atau kenaikan biaya hidup di suatu negara. Namun, inflasi juga dapat dihitung secara lebih sempit; inflasi menunjukkan seberapa mahal barang dan/atau jasa yang relevan selama periode tertentu, biasanya satu tahun.

Jika pendapatan nominal rumah tangga, yang mereka terima dengan nilai tukar saat ini, tidak meningkat sebesar harga, mereka berada dalam kondisi yang lebih buruk karena tidak mampu membeli barang dengan harga lebih rendah. Dengan kata lain, daya beli mereka, atau pendapatan riil, yang disesuaikan dengan inflasi, menurun. Pendapatan riil merupakan proksi untuk standar hidup. Ketika pendapatan

riil meningkat, standar hidup juga meningkat, dan sebaliknya.

Kenyataannya, harga berubah dengan laju yang bervariasi. Beberapa harga, seperti komoditas yang diperdagangkan, berubah setiap hari; yang lain, seperti upah yang ditentukan secara kontrak, membutuhkan waktu lebih lama untuk disesuaikan. Dalam lingkungan inflasi, kenaikan harga yang tidak merata pasti akan mengurangi daya beli sebagian konsumen, dan erosi pendapatan riil ini merupakan dampak inflasi yang terbesar. Inflasi juga dapat mendistorsi daya beli seiring waktu, baik bagi penerima maupun pembayar suku bunga tetap.

Pada awal 1970-an, konflik di Timur Tengah memicu lonjakan harga minyak yang membuat bank-bank sentral di seluruh dunia berjuang keras mengendalikan inflasi. Setelah sekitar satu tahun, harga minyak stabil dan inflasi mulai menurun. Banyak negara percaya bahwa mereka telah memulihkan stabilitas harga dan melonggarkan kebijakan untuk memulihkan ekonomi mereka yang dilanda resesi, tetapi inflasi justru kembali. Mungkinkah sejarah terulang?

Inflasi dunia mencapai rekor tertinggi pada tahun 2022 setelah invasi Rusia ke Ukraina memicu guncangan nilai tukar perdagangan yang serupa dengan yang terjadi pada tahun 1970-an. Gangguan pasokan minyak dan gas Rusia menambah masalah rantai pasokan akibat COVID yang mendorong harga naik. Di negara-negara maju, harga naik dengan laju tercepat sejak 1984. Di negara-negara pasar berkembang dan negara-negara berkembang, kenaikan harga tersebut merupakan yang terbesar sejak 1990-an.

Didukung oleh kenaikan suku bunga tertajam dalam satu generasi, inflasi akhirnya mulai mereda. Inflasi umum di Amerika Serikat dan sebagian besar Eropa telah berkurang setengahnya dari sekitar 10 persen tahun lalu menjadi kurang dari 5 persen saat ini. Konflik terbaru di Timur Tengah, setidaknya untuk saat ini, belum berdampak besar pada

harga minyak. Namun, masih terlalu dini bagi para pembuat kebijakan untuk merayakan kemenangan atas inflasi.

Memahami inflasi dan dampaknya terhadap perekonomian sangat penting bagi para pembuat kebijakan, pelaku bisnis, dan masyarakat umum. Pengendalian inflasi yang efektif membutuhkan pemahaman yang mendalam tentang sumber daya dan koordinasi kebijakan moneter dan fiskal yang tepat. Dengan menjaga inflasi yang stabil dan terkendali, kita dapat menciptakan lingkungan ekonomi yang lebih kondusif bagi pertumbuhan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat.

B. Definisi dan Jenis-Jenis Inflasi

1. Definisi Inflasi



Inflasi adalah kenaikan harga barang dan jasa secara umum dan berkelanjutan dalam jangka waktu tertentu. Inflasi juga dapat didefinisikan sebagai penurunan nilai

mata uang suatu negara. Inflasi merupakan masalah utama karena dapat memengaruhi daya beli masyarakat, investasi, dan pertumbuhan ekonomi.

Menurut buku "Materi tentang Inflasi" karya Adi Permana, inflasi adalah kondisi kenaikan harga barang dan jasa secara umum.

Inflasi dapat disebabkan oleh ketidakstabilan politik yang memengaruhi perekonomian suatu negara. Dalam kasus seperti itu, laju inflasi menjadi tinggi dan sulit dikendalikan oleh suatu negara.

Inflasi umumnya terjadi karena tingginya permintaan masyarakat, peningkatan jumlah uang beredar, dan kenaikan biaya produksi. Inflasi di suatu negara dapat berdampak negatif terhadap aktivitas ekonomi dan kesejahteraan masyarakat.

2. Jenis-Jenis Inflasi

Inflasi dapat dikelompokkan menjadi beberapa kategori:

a. Berdasarkan Penyebab

1) Inflasi tarikan permintaan (*Demand-pull inflation*)

Inflasi yang disebabkan oleh peningkatan permintaan agregat (permintaan total) dalam suatu perekonomian. Hal ini terjadi ketika terlalu banyak uang beredar, sehingga daya beli meningkat, yang mengakibatkan kenaikan harga.

2) Inflasi dorongan biaya (*Cost-push inflation*)

Inflasi yang disebabkan oleh kenaikan biaya produksi, seperti upah tenaga kerja atau harga bahan baku. Kenaikan biaya ini mendorong produsen untuk menaikkan harga jual barang dan jasa.

b. Berdasarkan Tingkat Keparahan

1) Inflasi ringan (di bawah 10% per tahun)

Inflasi yang masih terkendali dan tidak mengganggu perekonomian secara signifikan.

- 2) Inflasi sedang (10-30% per tahun)
Inflasi yang mulai mengganggu perekonomian dan memerlukan langkah-langkah pengendalian.
 - 3) Inflasi berat (30-100% per tahun)
Inflasi yang secara signifikan mengganggu perekonomian dan dapat menyebabkan ketidakstabilan ekonomi.
 - 4) Hiperinflasi (di atas 100% per tahun)
Inflasi yang parah dan tidak terkendali dapat menyebabkan keruntuhan ekonomi.
- c. Berdasarkan Asal Inflasi
- 1) Inflasi dari dalam negeri (domestic inflation)
Inflasi yang disebabkan oleh faktor internal suatu negara, seperti kebijakan pemerintah atau masalah produksi.
 - 2) Inflasi dari luar negeri (imported inflation)
Inflasi yang disebabkan oleh faktor eksternal, seperti kenaikan harga barang impor atau perubahan nilai tukar mata uang.

Contoh Kasus Inflasi di Indonesia

1. Krisis Inflasi Moneter 1998

Krisis keuangan Asia menyebabkan nilai tukar rupiah anjlok. Hal ini mengakibatkan melonjaknya harga barang impor dan memicu inflasi yang mencapai sekitar 70%. Inflasi ini berdampak signifikan terhadap daya beli masyarakat dan menyebabkan banyak perusahaan bangkrut.

2. Inflasi Akibat Kenaikan Harga Bahan Bakar Minyak (BBM)

Pemerintah Indonesia sering menaikkan harga BBM untuk mengurangi subsidi. Kenaikan harga BBM ini mengakibatkan peningkatan biaya transportasi dan produksi, yang pada akhirnya mendorong inflasi.

3. Inflasi selama Pandemi Covid-19

Pandemi Covid-19 mengganggu rantai pasokan global dan produksi dalam negeri. Hal ini mengakibatkan kelangkaan dan kenaikan harga, terutama untuk komoditas pangan dan kebutuhan pokok.

4. Inflasi Saat Ini di Indonesia

Pada Januari 2025, Indonesia mengalami inflasi tahunan (year-on-year/y-o-y) sebesar 0,76%. Inflasi ini didorong oleh kenaikan harga di berbagai kelompok pengeluaran, seperti makanan, minuman, tembakau, sandang, alas kaki, dan lainnya. Meskipun demikian, inflasi tetap terkendali di angka 1,84% (yoy) pada September 2024, yang menunjukkan upaya pemerintah dalam menjaga stabilitas harga.

C. Penyebab dan Dampak Inflasi

1. Penyebab Terjadinya Inflasi

Inflasi dapat disebabkan oleh beberapa faktor utama, antara lain:

a. Meningkatnya Permintaan Produk dan Jasa

Penyebab pertama inflasi adalah meningkatnya permintaan produk atau jasa. Kondisi ini terjadi ketika permintaan barang dan jasa meningkat lebih cepat daripada kemampuan produsen untuk menyediakannya. Ketika permintaan tinggi, produsen cenderung menaikkan harga, yang menyebabkan inflasi.

b. Meningkatnya Biaya Produksi

Peningkatan biaya operasional dan produksi merupakan penyebab inflasi lainnya. Kondisi ini termasuk inflasi dorongan biaya, di mana biaya produksi, seperti bahan baku, upah tenaga kerja, atau harga energi, meningkat. Kenaikan biaya produsen ini

menyebabkan kenaikan harga produk untuk mempertahankan keuntungan.

c. Meningkatkan Peredaran Uang

Ketika suatu negara mengalami peningkatan peredaran uang, daya beli terhadap produk atau jasa juga meningkat. Inflasi ini terjadi karena ekspansi moneter, ketika jumlah uang beredar terlalu banyak tanpa diimbangi dengan peningkatan produksi barang dan jasa. Hal ini menyebabkan nilai mata uang menurun, dan harga barang cenderung naik.

d. Inflasi Impor

Kenaikan harga barang impor juga dapat memicu inflasi, terutama di negara-negara yang sangat bergantung pada bahan baku atau barang jadi impor. Jika biaya impor meningkat, harga domestik juga akan naik.



e. Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga Negara Mengalami Defisit

Setiap tahun, negara menyusun Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga (AD/ART) untuk memenuhi kebutuhan bangsa dan negara. Namun, ketika rencana ini menyimpang dan mengakibatkan

defisit, hal ini dapat menyebabkan inflasi. Permasalahan ekonomi struktural muncul, menciptakan kesenjangan antara kemampuan dan keinginan untuk membangun negara.

f. Krisis Moneter

Ketika krisis moneter terjadi, inflasi pasti akan terjadi. Misalnya, dampak krisis moneter adalah ketika mata uang terdepresiasi, membuat barang impor menjadi lebih mahal. Contoh lain adalah krisis di industri perbankan. Semua lembaga dan perusahaan perbankan akan mengalami kesulitan dalam menyediakan pembiayaan kepada masyarakat, sehingga menghambat kegiatan ekonomi.

2. Dampak Inflasi

Inflasi memiliki berbagai dampak terhadap perekonomian suatu negara, baik positif maupun negatif, tergantung pada tingkat keparahannya. Berikut penjelasannya:

a. Penurunan Daya Beli

Dampak inflasi yang paling nyata adalah penurunan daya beli masyarakat. Ketika harga barang dan jasa naik, masyarakat harus membayar lebih mahal untuk barang yang sama, sehingga mereka mengurangi pembelian.

b. Ketidakpastian Ekonomi

Inflasi yang tinggi menciptakan popularitas di kalangan pebisnis dan investor. Mereka menjadi ragu untuk berinvestasi atau mengembangkan bisnis mereka karena harga yang terbatas di masa mendatang.

c. Dampak terhadap Tabungan dan Investasi

Dampak inflasi lainnya adalah terkikisnya nilai riil tabungan dan investasi. Uang yang disimpan di bank tanpa menghasilkan bunga yang cukup untuk mengimbangi inflasi akan hilang seiring waktu.

d. Kenaikan Upah dan Biaya Produksi

Untuk mempertahankan daya beli, pekerja seringkali menuntut kenaikan upah. Namun, kenaikan upah juga berarti peningkatan biaya produksi bagi perusahaan, yang kemudian dapat menyebabkan kenaikan harga lebih lanjut.

e. Redistribusi Pendapatan

Inflasi dapat memengaruhi distribusi pendapatan. Orang-orang dengan pendapatan tetap, seperti pensiunan, akan lebih merasakan dampaknya karena pendapatan mereka tidak menyesuaikan dengan kenaikan harga barang.

D. Strategi Mengatasi Inflasi

Tips Menghadapi Inflasi

Mengatasi inflasi bukan hanya tanggung jawab pemerintah dan para ekonom, tetapi juga membutuhkan tindakan dari setiap individu.

Ketika harga barang dan jasa naik, penting untuk mengelola keuangan pribadi kita dengan lebih bijak agar daya beli tetap terjaga. Berikut beberapa tips yang dapat Anda ikuti untuk mengendalikan inflasi secara individu:

1. Mengelola Keuangan

Kemampuan untuk mengatur dan mengelola keuangan Anda dengan baik dan akurat adalah cara paling efektif untuk mengendalikan inflasi.

Menyusun anggaran bulanan yang jelas membantu memastikan pengeluaran Anda tetap terkendali. Prioritaskan kebutuhan dasar seperti makanan, tempat tinggal, dan layanan kesehatan.

Kemudian, yakinlah dalam membeli barang atau jasa tertentu kecuali benar-benar diperlukan atau untuk barang dan jasa konsumsi. Jangan lupa untuk menyisihkan uang untuk dana darurat dan investasi.

2. Miliki Penghasilan Tambahan

Salah satu cara untuk mengatasi inflasi adalah dengan meningkatkan penghasilan Anda. Anda dapat melakukannya dengan meningkatkan keterampilan atau mencari pekerjaan sampingan.

Mulailah mencari pekerjaan paruh waktu atau lepas yang sesuai dengan keterampilan Anda atau buka usaha kecil-kecilan. Jangan lupa untuk meningkatkan keterampilan Anda untuk membuka peluang promosi atau pekerjaan bergaji lebih tinggi.

3. Siapkan Dana Darurat

Setiap orang dewasa yang bekerja dan mandiri perlu menyiapkan dana darurat. Dana darurat tentu berbeda dengan dana tabungan. Terutama jika memiliki pasangan dan anak, menyiapkan dana darurat sangat penting untuk menghadapi konsekuensi kondisi masa depan yang tidak pasti.

4. Kelola Utang dengan Bijak

Jika Anda memiliki utang, pastikan untuk mengelolanya dengan baik. Di masa inflasi, suku bunga dapat meningkat, yang berarti beban utang Anda bisa semakin berat. Prioritaskan pelunasan utang berbunga tinggi terlebih dahulu agar tidak terjebak dalam beban bunga yang terus meningkat. Jangan menambah utang baru secara tidak perlu, dan lakukan pembayaran tepat waktu untuk menghindari penalti.

5. Lindungi Diri dengan Asuransi

Inflasi dapat meningkatkan biaya perawatan kesehatan dan kebutuhan lainnya. Dengan memiliki asuransi kesehatan atau asuransi lainnya, dapat melindungi diri dari kenaikan biaya tak terduga. Asuransi

membantu mengurangi risiko keuangan yang disebabkan oleh penyakit atau kejadian tak terduga lainnya. Pertimbangkan asuransi kesehatan, jiwa, dan properti yang sesuai dengan kebutuhan. Tinjau polis asuransi Secara berkala untuk memastikan perlindungan yang memadai.

6. Berinvestasilah Sesuai Profil Risiko

Salah satu cara terbaik untuk melawan inflasi adalah dengan menginvestasikan sebagian uang. Menabung di rekening tabungan biasa mungkin tidak menghasilkan bunga yang cukup untuk mengimbangi kenaikan harga. Oleh karena itu, carilah instrumen investasi yang dapat memberikan imbal hasil lebih tinggi, seperti reksa dana, obligasi, atau saham. Investasi jangka panjang cenderung memberikan imbal hasil yang lebih baik daripada sekadar menabung. Namun, pastikan untuk memilih investasi yang sesuai dengan profil risiko. Selain itu, diversifikasi portofolio untuk memaksimalkan risiko. Temukan berbagai produk investasi, seperti Reksa Dana Syariah, Deposito Berkah Digital, dan Sukuk Wakaf, di Bank Mega Syariah. Penempatan dana yang tepat dapat membantu mengembangkan dana secara halal dan berkah, sehingga lebih siap menghadapi inflasi.

E. Inflasi dan Kebijakan Moneter



Kebijakan moneter dibuat untuk mengatur pengelolaan peredaran uang guna memastikan stabilitas harga dan pertumbuhan ekonomi agar tingkat inflasi tetap rendah (Fauzi, 2023). Kebijakan moneter dapat memicu pergerakan jumlah uang beredar dan nilai tukar sehingga inflasi dapat dikendalikan

1. Kebijakan Moneter

a. Tujuan Kebijakan Moneter:

Menjaga stabilitas harga dan pertumbuhan ekonomi dengan mengendalikan inflasi.

b. Instrumen Kebijakan Moneter:

1) Suku Bunga Acuan (BI Rate):

Menaikkan suku bunga acuan agar pinjaman lebih mahal, sehingga mengurangi konsumsi dan investasi serta menekan inflasi.

2) Operasi Pasar Terbuka (OPT):

Bank sentral menjual surat berharga untuk mengurangi jumlah uang beredar, yang dilakukan untuk menekan inflasi.

3) Manajemen Cadangan Bank:

Bank sentral mengatur jumlah cadangan yang harus dimiliki bank untuk memengaruhi jumlah uang beredar.

4) Menetapkan Target Inflasi:

Bank sentral menetapkan target inflasi untuk memberikan panduan dan mengelola ekspektasi publik terkait harga di masa mendatang.

2. Hubungan antara Inflasi dan Kebijakan Moneter

Ketika inflasi mengancam, bank sentral akan menerapkan kebijakan moneter kontraktif, seperti menaikkan suku bunga atau menjual surat berharga, untuk mengurangi jumlah uang beredar dan menstabilkan harga. Koordinasi antara bank sentral dan pemerintah melalui tim pengendali inflasi daerah (TPID) juga krusial,

terutama untuk mengatasi faktor inflasi dari sisi penawaran seperti gangguan panen atau kenaikan harga komoditas.

Kebijakan disinflasi yang tepat, yang bertujuan untuk mengurangi inflasi, bergantung pada penyebab inflasi. Jika ekonomi terlalu panas, bank sentral—jika mereka berkomitmen untuk memastikan stabilitas harga—dapat menerapkan kebijakan kontraktif untuk mengendalikan permintaan agregat, biasanya dengan menaikkan suku bunga. Beberapa bank sentral telah memilih, dengan tingkat keberhasilan yang bervariasi, untuk menegakkan disiplin moneter dengan mematok mata uang mereka terhadap mata uang lain, dan dengan demikian kebijakan moneter mereka terhadap nilai tukar negara lain. Namun, ketika inflasi didorong oleh perkembangan global, alih-alih domestik, kebijakan semacam itu mungkin tidak membantu. Pada tahun 2008, ketika inflasi meningkat di seluruh dunia akibat tingginya harga pangan dan bahan bakar, banyak negara membiarkan harga global yang tinggi memengaruhi perekonomian domestik mereka. Dalam beberapa kasus, pemerintah dapat menetapkan harga secara langsung (seperti yang dilakukan beberapa negara pada tahun 2008 untuk mencegah kenaikan harga pangan dan bahan bakar). Langkah-langkah penetapan harga administratif semacam itu biasanya mengakibatkan pemerintah mengumpulkan tagihan subsidi yang besar untuk mengkompensasi hilangnya pendapatan produsen.

Para bankir sentral semakin mengandalkan kemampuan mereka untuk memengaruhi ekspektasi inflasi sebagai alat untuk mengurangi inflasi. Para pembuat kebijakan bertujuan untuk sementara mengurangi aktivitas ekonomi guna menurunkan inflasi dengan mengumumkan kebijakan mereka, dengan harapan dapat memengaruhi ekspektasi dan komponen

inflasi yang terkandung dalam kontrak. Semakin kredibel bank sentral, semakin besar pengaruh pernyataan mereka terhadap ekspektasi inflasi.

F. Kesimpulan

Inflasi, yang didefinisikan sebagai kenaikan harga barang dan jasa secara umum dan berkelanjutan, merupakan fenomena ekonomi yang kompleks dengan berbagai penyebab dan dampak yang signifikan. Penyebab inflasi dapat dibagi menjadi dua kategori utama: "inflasi tarikan permintaan", yang terjadi ketika permintaan agregat melebihi kapasitas produksi, dan "inflasi dorongan biaya", yang dipicu oleh kenaikan biaya produksi, seperti upah atau harga bahan baku. Lebih lanjut, ekspektasi inflasi juga memainkan peran penting, karena keyakinan publik tentang inflasi di masa mendatang dapat mendorong perilaku yang mempercepat kenaikan harga.

Dampak inflasi terhadap perekonomian sangat bervariasi tergantung pada tingkat dan stabilitasnya. Inflasi yang moderat dapat merangsang pertumbuhan ekonomi dengan mendorong investasi dan konsumsi, tetapi inflasi yang tinggi dan tidak terkendali dapat menyebabkan berbagai masalah serius. Dampak negatif inflasi antara lain penurunan daya beli, terutama bagi masyarakat rentan, distorsi investasi akibat pelemahan ekonomi, erosi tabungan, dan gangguan stabilitas nilai tukar yang dapat berdampak pada perdagangan internasional.

Untuk mengatasi inflasi, pemerintah dan bank sentral memiliki berbagai instrumen kebijakan. Salah satu instrumen utamanya adalah kebijakan moneter, yang bertujuan untuk mengendalikan jumlah uang beredar dan suku bunga dalam perekonomian. Bank sentral dapat menggunakan berbagai instrumen kebijakan moneter, seperti menaikkan suku bunga acuan untuk mengurangi likuiditas dan menekan permintaan

agregat, atau menerbitkan surat berharga pemerintah untuk mengurangi jumlah uang beredar.

Kebijakan moneter memainkan peran krusial dalam menjaga stabilitas harga dan mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Efektivitas kebijakan moneter sangat bergantung pada pemahaman yang mendalam tentang mekanisme transmisi kebijakan, yaitu bagaimana perubahan suku bunga atau jumlah uang beredar memengaruhi variabel ekonomi lainnya seperti inflasi dan output. Lebih lanjut, kredibilitas bank sentral sangat krusial, karena ekspektasi publik terhadap kemampuan bank sentral dalam mengendalikan inflasi dapat memengaruhi perilaku ekonomi dan efektivitas kebijakan.

Namun, penting untuk diingat bahwa kebijakan moneter bukanlah satu-satunya solusi untuk mengatasi inflasi. Kebijakan fiskal yang bijaksana, yang bertujuan untuk menjaga defisit anggaran tetap terkendali, juga krusial dalam mendukung stabilitas harga. Lebih lanjut, peningkatan produktivitas melalui investasi di bidang pendidikan, infrastruktur, dan teknologi juga dapat membantu mengurangi biaya produksi dan memitigasi tekanan inflasi jangka panjang. Kombinasi yang tepat antara kebijakan reformasi moneter dan fiskal, yang didukung oleh reformasi struktural, merupakan kunci untuk mencapai stabilitas harga dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam Luthfi Kusumatriisna, Iman Sugema, dan SHP (2022). Efek Threshold Dalam Hubungan Antara Inflasi Dengan Pertumbuhan Ekonomi Regional Di Indonesia. *Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan*, 25(1), 117-132. <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/2901191>
- Dewi mahrani rangkuty,suryani sajar,ahmad yazid, wisnusatria teori inflasi dan pendapatan Cetakan Pertama:September 2024: penerbit tahta media grou isbn: 978-623-147-542-8
<https://www.bi.go.id/id>
<https://www.imf.org/en/Publications/fandd/issues/2023/12/History-inflation-lessons-Ari-Ratnovski>
- Jude C. Eggoh a, MK (2014). Tentang hubungan nonlinier antara inflasi dan pertumbuhan ekonomi. *Riset Ekonomi*, 68(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.rie.2014.01.001>
- Matthew KV, Emmanuel D, Hadrat Y, STB (2023). Pengaruh nilai tukar terhadap inflasi dalam kerangka penargetan inflasi: Apakah tingkat ambang batas relevan? *Penelitian dalam Globalisasi*, 6(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.resglo.2023.100119>
- R. Barro. (2000). *Inflasi dan Pertumbuhan Ekonomi*. Seri Makalah Kerja NBER. <https://ssrn.com/abstract=225390>
- Rizani, A., Norrahman, RA, Harsono, I., Yahya, AS, & Syifa, DM (2023). Efek Inflasi terhadap Daya Beli Masyarakat pada Tinjauan Ekonomi Makro. *Jurnal Penelitian Multidisiplin Internasional*, 1(2), 344-358

Saputra, PMA (2023). ANALISIS PENGARUH INFLASI, EKSPOR, DAN PENGANGGURAN TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI. *Jurnal Studi Ekonomi dan Sosial Pembangunan*, 2(1), 11-25.

Simanungkalit, EFB (2020). Pengaruh Inflasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Jurnal Manajemen (UKM)*. Jil. 13, No.3, 2020 (327-340).

TENTANG PENULIS



Sri Redjeki, S.E, M.M.

Lulusan Magister Manajemen Sumber Daya Manusia (Universitas Pancasila). Saat ini penulis berkerja sebagai Bussines Woman & Dosen Tetap di IKBIS ANNISA.

Email : sri7redjeki@yahoo.co.id

BAB

6

KEBIJAKAN MONETER DAN FISKAL

Dita Ratnasari, S.E., M.M.

Dalam perekonomian modern, kebijakan moneter dan fiskal berperan sebagai dua instrumen utama dalam menjaga stabilitas dan mendorong pertumbuhan ekonomi. Kebijakan fiskal, melalui pengaturan pengeluaran dan penerimaan negara, berfungsi untuk memengaruhi tingkat permintaan agregat secara langsung, sementara kebijakan moneter, yang dijalankan oleh otoritas moneter atau bank sentral, memengaruhi perekonomian melalui pengaturan suku bunga, jumlah uang beredar, dan stabilitas harga. Efektivitas ekonomi nasional sangat bergantung pada kemampuan kedua kebijakan ini untuk bekerja secara selaras dalam merespons gejolak siklus bisnis, inflasi, dan pengangguran.

Interaksi antara kebijakan moneter dan fiskal memiliki dampak struktural terhadap inflasi, utang publik, serta pertumbuhan ekonomi, terutama dalam konteks integrasi ekonomi seperti Uni Eropa. Koordinasi yang efektif antara kedua otoritas tersebut tidak hanya menentukan arah kebijakan makroekonomi, tetapi juga memengaruhi kepercayaan pasar dan keberlanjutan fiskal suatu negara. Oleh karena itu, pemahaman mendalam mengenai hubungan dan mekanisme kerja antara kebijakan moneter dan fiskal menjadi landasan penting dalam merumuskan strategi ekonomi yang adaptif dan berdaya tahan terhadap krisis global.

A. Definisi dan Tujuan Kebijakan Moneter

Definisi Kebijakan Moneter

Kebijakan moneter merupakan salah satu instrumen utama dalam pengelolaan perekonomian makro yang dijalankan oleh otoritas moneter, biasanya bank sentral, dengan tujuan menjaga kestabilan ekonomi secara keseluruhan. Kebijakan moneter didefinisikan sebagai seperangkat tindakan yang dilakukan bank sentral untuk mempengaruhi tingkat suku bunga dan jumlah uang beredar guna menstabilkan output, inflasi, dan lapangan kerja. Dalam kerangka teori makroekonomi, kebijakan moneter bekerja melalui mekanisme transmisi yang memengaruhi permintaan agregat yakni konsumsi, investasi, dan ekspor, sehingga berdampak pada pertumbuhan ekonomi dan tingkat harga secara keseluruhan. Dengan kata lain, kebijakan moneter adalah kebijakan yang menggunakan instrumen moneter seperti suku bunga, cadangan wajib bank, dan operasi pasar terbuka untuk mencapai tujuan stabilitas ekonomi makro.

Kebijakan moneter merupakan alat penting bagi bank sentral untuk mengatur jumlah uang beredar dan tingkat bunga dalam rangka mengendalikan inflasi, menjaga stabilitas nilai mata uang, serta mencapai tingkat kesempatan kerja yang optimal. Melalui berbagai instrumen seperti open market operations, penetapan discount rate, dan pengaturan cadangan minimum perbankan, kebijakan moneter memengaruhi ketersediaan kredit, biaya pinjaman, serta pola konsumsi dan investasi masyarakat. Dalam konteks ekonomi modern, kebijakan moneter tidak hanya berfungsi sebagai alat pengendalian inflasi, tetapi juga sebagai mekanisme untuk menjaga keseimbangan ekonomi, terutama ketika menghadapi krisis atau resesi.

Tujuan Kebijakan Moneter

Tujuan utama kebijakan moneter secara umum adalah untuk mencapai stabilitas harga atau inflasi yang rendah dan terkendali. Stabilitas harga dianggap penting karena inflasi yang tinggi dan tidak stabil dapat mengganggu kepercayaan masyarakat terhadap mata uang, mengurangi daya beli, serta menimbulkan ketidakpastian dalam kegiatan investasi dan produksi. Selain itu, kebijakan moneter juga bertujuan menstabilkan output dan tingkat pengangguran agar perekonomian dapat beroperasi mendekati kapasitas potensialnya. Meskipun dalam jangka panjang uang bersifat netral terhadap output riil, dalam jangka pendek kebijakan moneter mampu mengurangi fluktuasi siklus bisnis melalui pengaruhnya terhadap permintaan agregat.

Tujuan lainnya adalah menjaga stabilitas sistem keuangan dan nilai tukar. Dalam era globalisasi dan pasar keuangan yang saling terhubung, stabilitas sektor keuangan menjadi prasyarat penting bagi keberhasilan kebijakan moneter. Bank sentral sering kali perlu menyeimbangkan antara stabilitas harga dan stabilitas keuangan agar tidak menimbulkan risiko sistemik. Selain itu, dalam perekonomian terbuka, kebijakan moneter juga berdampak pada nilai tukar dan arus modal internasional, yang pada gilirannya memengaruhi daya saing ekspor dan posisi neraca pembayaran.

Lebih jauh lagi, kebijakan moneter berperan dalam mendukung pertumbuhan ekonomi jangka panjang dengan menciptakan lingkungan makroekonomi yang stabil, mendorong kepercayaan investor, dan menjaga efisiensi pasar keuangan. Walaupun faktor-faktor seperti teknologi, produktivitas, dan akumulasi modal lebih menentukan pertumbuhan jangka panjang, stabilitas moneter tetap menjadi fondasi penting bagi terciptanya pertumbuhan yang berkelanjutan. Selain itu, koordinasi antara kebijakan moneter dan kebijakan fiskal menjadi kunci efektivitas

kebijakan makroekonomi. Sinergi antara kedua kebijakan tersebut diperlukan agar upaya stabilisasi ekonomi tidak saling bertentangan, melainkan saling memperkuat dalam menjaga keseimbangan antara pertumbuhan, inflasi, dan ketenagakerjaan.

Secara keseluruhan, kebijakan moneter memiliki peran strategis dalam menjaga keseimbangan ekonomi makro melalui pengendalian inflasi, stabilisasi output, dan penciptaan stabilitas keuangan. Dalam konteks ekonomi global yang dinamis, efektivitas kebijakan ini sangat bergantung pada kredibilitas bank sentral, ketepatan waktu pengambilan keputusan, serta koordinasinya dengan kebijakan fiskal dan kebijakan struktural lainnya.

B. Alat - Alat Kebijakan Moneter

Kebijakan moneter merupakan instrumen penting dalam menjaga stabilitas ekonomi makro melalui pengendalian jumlah uang beredar dan tingkat suku bunga. Untuk mencapai tujuan tersebut, bank sentral menggunakan berbagai alat atau instrumen kebijakan moneter.

Alat-alat kebijakan moneter dapat dikelompokkan menjadi instrumen konvensional dan non-konvensional.

1. Instrumen konvensional mencakup kebijakan suku bunga, operasi pasar terbuka, serta pengaturan cadangan wajib bank.
2. Instrumen non-konvensional meliputi quantitative easing, suku bunga negatif, dan komunikasi kebijakan (forward guidance) yang banyak digunakan setelah krisis keuangan global ketika ruang penurunan suku bunga menjadi terbatas.

Instrumen utama dalam kebijakan moneter modern adalah penetapan suku bunga kebijakan (policy rate). Melalui perubahan suku bunga acuan, bank sentral dapat memengaruhi suku bunga pasar, biaya pinjaman, serta

perilaku konsumsi dan investasi masyarakat. Blanchard menjelaskan bahwa perubahan suku bunga menjadi mekanisme transmisi paling efektif untuk mengendalikan permintaan agregat dalam jangka pendek. Ketika bank sentral menurunkan suku bunga, biaya kredit menurun, investasi meningkat, dan output ekonomi terdorong naik; sebaliknya, kenaikan suku bunga digunakan untuk menekan inflasi dengan mengurangi permintaan agregat. Respon kebijakan moneter terhadap inflasi dan kesenjangan output (output gap) tercermin kuat dalam perubahan suku bunga di kawasan Uni Eropa, menunjukkan bahwa suku bunga tetap menjadi indikator utama respons kebijakan moneter terhadap tekanan ekonomi.

Selain suku bunga, operasi pasar terbuka (open market operations) juga merupakan alat penting yang digunakan bank sentral untuk mengatur likuiditas dalam sistem keuangan. Instrumen ini dilakukan melalui pembelian atau penjualan surat berharga pemerintah di pasar terbuka. Ketika bank sentral membeli surat berharga, jumlah uang beredar meningkat sehingga suku bunga menurun dan mendorong pertumbuhan ekonomi. Sebaliknya, penjualan surat berharga dilakukan untuk mengurangi likuiditas dan menekan inflasi. Operasi pasar terbuka adalah mekanisme teknis utama untuk mengimplementasikan kebijakan suku bunga, sekaligus menjaga stabilitas pasar uang dalam jangka pendek. Fleksibilitas OMO menjadikannya alat yang paling sering digunakan karena dapat disesuaikan dengan kondisi likuiditas harian sistem perbankan.

Instrumen berikutnya adalah pengaturan cadangan wajib (reserve requirement), yaitu ketentuan mengenai jumlah minimal dana yang harus disimpan oleh bank komersial di bank sentral. Dengan menaikkan rasio cadangan wajib, bank sentral dapat mengurangi kemampuan bank dalam menyalurkan kredit, sehingga menekan ekspansi moneter. Sebaliknya, penurunan cadangan wajib mendorong

bank menambah pinjaman kepada masyarakat. Blanchard menyebut bahwa meskipun kebijakan ini memiliki pengaruh kuat terhadap likuiditas, penggunaannya kini relatif jarang di negara maju karena dapat menimbulkan fluktuasi tajam pada sistem keuangan. Namun, di negara berkembang, instrumen ini masih menjadi alat yang efektif untuk mengontrol pertumbuhan kredit dan menjaga kestabilan moneter.

Selain tiga alat utama tersebut, bank sentral juga memiliki fasilitas diskonto (discount rate) atau *lender-of-last-resort facility*, yaitu fasilitas pinjaman likuiditas kepada bank komersial. Ketika bank mengalami kekurangan dana jangka pendek, mereka dapat meminjam dari bank sentral dengan tingkat bunga tertentu. Kebijakan ini bertujuan untuk menjaga stabilitas sistem perbankan dan mencegah krisis likuiditas yang dapat menular ke seluruh sistem keuangan. Peran bank sentral sebagai penyedia likuiditas terakhir (*lender of last resort*) merupakan bagian integral dari kebijakan moneter modern dalam menjaga stabilitas keuangan.

Dalam konteks perekonomian modern, terutama setelah krisis global tahun 2008, muncul berbagai alat kebijakan moneter non-konvensional. Salah satunya adalah *quantitative easing* (QE), yaitu kebijakan pembelian aset keuangan skala besar, seperti obligasi pemerintah atau surat utang swasta, untuk menambah likuiditas dan menurunkan suku bunga jangka Panjang. QE efektif digunakan ketika suku bunga mendekati nol (*zero lower bound*), karena dapat menstimulasi perekonomian melalui kenaikan harga aset, peningkatan kekayaan (*wealth effect*), dan penurunan biaya pembiayaan investasi. Selain QE, *forward guidance* atau komunikasi kebijakan juga menjadi alat penting dalam mengarahkan ekspektasi pelaku ekonomi. Melalui pernyataan resmi mengenai arah kebijakan masa depan, bank sentral berusaha mempengaruhi ekspektasi inflasi dan suku

bunga jangka panjang, sehingga memperkuat dampak kebijakan moneter yang sedang berjalan.

Penggunaan suku bunga negatif (negative policy rate) sebagai instrumen ekstrem ketika kondisi resesi mendalam membatasi ruang kebijakan konvensional. Dengan menetapkan suku bunga di bawah nol, bank sentral mendorong perbankan untuk menyalurkan kredit daripada menyimpan dana di bank sentral. Meskipun kebijakan ini efektif meningkatkan permintaan agregat. Suku bunga negatif berpotensi menekan profitabilitas bank dan menimbulkan distorsi pada sistem keuangan. Pentingnya instrumen makroprudensial (macroprudential tools) seperti rasio *Loan-to-Value* (LTV) dan *capital buffer*, yang berfungsi mengurangi risiko sistemik serta memperkuat stabilitas keuangan tanpa harus mengubah suku bunga kebijakan.

Dalam konteks perekonomian terbuka, bank sentral juga dapat melakukan intervensi nilai tukar (foreign exchange intervention) dengan membeli atau menjual valuta asing untuk menstabilkan kurs dan mengendalikan inflasi impor. Variabel nilai tukar efektif riil (REER) memiliki pengaruh terhadap reaksi kebijakan moneter, terutama di negara-negara anggota Uni Eropa yang menghadapi tekanan eksternal. Dengan demikian, intervensi nilai tukar dapat menjadi pelengkap kebijakan moneter dalam menjaga keseimbangan eksternal suatu negara.

Secara keseluruhan, alat-alat kebijakan moneter baik konvensional maupun non-konvensional memiliki fungsi yang saling melengkapi dalam menjaga stabilitas harga, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas sistem keuangan. Efektivitas setiap instrumen sangat bergantung pada kondisi ekonomi, kredibilitas bank sentral, serta koordinasi dengan kebijakan fiskal. Pentingnya memahami bagaimana respons kebijakan moneter terhadap variabel makroekonomi dipengaruhi oleh struktur kelembagaan dan integrasi ekonomi, Perlunya fleksibilitas dan inovasi kebijakan

moneter di era modern agar mampu merespons tantangan ekonomi global yang semakin kompleks.

C. Definisi Kebijakan Fiskal dan Pengaruhnya terhadap Ekonomi

Kebijakan fiskal merupakan salah satu instrumen utama dalam pengelolaan ekonomi makro, yang dilakukan oleh pemerintah melalui pengaturan penerimaan (terutama pajak) dan pengeluaran negara untuk mencapai tujuan-tujuan ekonomi seperti pertumbuhan, pemerataan, dan stabilitas harga. Kebijakan fiskal didefinisikan sebagai “penggunaan pengeluaran pemerintah (government spending) dan perpajakan (taxation) untuk mempengaruhi tingkat aktivitas ekonomi.” Dengan kata lain, kebijakan fiskal berperan langsung terhadap permintaan agregat (aggregate demand), melalui perubahan pada belanja publik dan pendapatan disposabel masyarakat. Ketika pemerintah meningkatkan pengeluaran atau menurunkan pajak, permintaan agregat meningkat, sehingga mendorong output dan lapangan kerja. Sebaliknya, pengurangan pengeluaran atau kenaikan pajak cenderung menekan permintaan agregat, yang digunakan untuk mengendalikan inflasi.

Kebijakan fiskal tidak hanya bersifat jangka pendek untuk menstabilkan fluktuasi siklus bisnis, tetapi juga memiliki dampak jangka panjang terhadap keseimbangan struktural ekonomi. Dalam jangka pendek, ekspansi fiskal (peningkatan belanja atau penurunan pajak) dapat menaikkan output riil dan mengurangi pengangguran, terutama ketika perekonomian berada di bawah potensi (resesi). Namun, dalam jangka panjang, peningkatan defisit fiskal dan utang publik dapat mengurangi ruang fiskal dan menimbulkan tekanan inflasi atau beban bunga yang lebih tinggi. Oleh karena itu, efektivitas kebijakan fiskal sangat bergantung pada konteks ekonomi apakah sedang dalam kondisi resesi, ekspansi, atau menghadapi tekanan utang.

Kebijakan fiskal dijelaskan sebagai alat utama pemerintah untuk menstabilkan perekonomian dan memperbaiki distribusi pendapatan melalui instrumen belanja publik dan pajak. Kebijakan fiskal memiliki keunggulan dibanding kebijakan moneter dalam merespons krisis karena dapat diarahkan secara spesifik pada sektor-sektor tertentu atau kelompok masyarakat yang terdampak. Sebagai contoh, dalam situasi resesi, pemerintah dapat meningkatkan belanja infrastruktur, memberikan subsidi, atau menurunkan tarif pajak untuk meningkatkan pendapatan rumah tangga dan mendorong konsumsi. Sebaliknya, pada periode ekspansi, kebijakan fiskal yang kontraktif (seperti pengurangan belanja atau kenaikan pajak) dapat digunakan untuk mengendalikan inflasi dan mencegah overheating ekonomi.

Melihat kebijakan fiskal dari perspektif interaksinya dengan kebijakan moneter bahwa kebijakan fiskal dan moneter tidak dapat berjalan secara terpisah karena keduanya saling memengaruhi keseimbangan makroekonomi. Ekspansi fiskal cenderung meningkatkan tekanan inflasi dan mendorong respons pengetatan dari kebijakan moneter. Sebaliknya, ketika kebijakan fiskal bersifat kontraktif, bank sentral cenderung merespons dengan kebijakan moneter yang lebih longgar untuk menjaga pertumbuhan ekonomi. Interaksi ini menunjukkan bahwa koordinasi antara otoritas fiskal dan moneter menjadi kunci keberhasilan dalam menjaga stabilitas ekonomi. Defisit fiskal yang tinggi dapat memengaruhi persepsi risiko pasar terhadap keberlanjutan utang publik, yang pada gilirannya menekan kebijakan moneter untuk menjaga stabilitas keuangan dan nilai tukar.

Kebijakan fiskal bekerja melalui mekanisme multiplier fiskal, yaitu besarnya pengaruh perubahan pengeluaran atau pajak terhadap output nasional. Multiplier fiskal biasanya lebih besar dari satu pada saat ekonomi mengalami resesi,

karena peningkatan pengeluaran pemerintah menciptakan efek berganda terhadap pendapatan masyarakat dan konsumsi. Sebaliknya, multiplier fiskal lebih kecil dalam kondisi ekonomi yang mendekati kapasitas penuh, karena peningkatan permintaan agregat dapat memicu inflasi lebih cepat daripada peningkatan output. Keberhasilan kebijakan fiskal sangat dipengaruhi oleh ekspektasi publik, kebijakan moneter yang mendukung, serta kondisi fiskal jangka panjang negara tersebut.

Kebijakan fiskal juga memiliki pengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi jangka panjang. Melalui investasi publik di bidang pendidikan, infrastruktur, dan teknologi, pemerintah dapat meningkatkan produktivitas dan kapasitas produksi nasional. Selain itu, struktur perpajakan yang efisien dan adil dapat memperkuat iklim investasi dan mendorong inovasi sektor swasta. Namun, apabila kebijakan fiskal tidak dikelola dengan baik, misalnya melalui peningkatan defisit dan utang publik yang tidak produktif, maka dapat muncul risiko *crowding out*, yaitu kondisi ketika pembiayaan defisit melalui penerbitan obligasi menyebabkan kenaikan suku bunga dan menekan investasi swasta. Blanchard menjelaskan bahwa keseimbangan antara stimulasi fiskal dan keberlanjutan utang merupakan faktor krusial untuk memastikan kebijakan fiskal tetap efektif dan tidak menimbulkan tekanan inflasi di masa depan.

Dampak jangka pendek terhadap output dan inflasi, kebijakan fiskal memiliki dimensi sosial yang penting, yakni dalam memperbaiki distribusi pendapatan. Melalui kebijakan pajak progresif dan subsidi yang tepat sasaran, pemerintah dapat mengurangi kesenjangan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Hal ini menjadikan kebijakan fiskal bukan hanya alat stabilisasi makroekonomi, tetapi juga instrumen pembangunan sosial dan ekonomi jangka panjang. Mereka juga menyoroti pentingnya desain kebijakan fiskal yang fleksibel dan adaptif agar mampu

menanggapi perubahan kondisi global, seperti krisis keuangan, pandemi, atau fluktuasi harga komoditas.

Pengaruh kebijakan fiskal terhadap perekonomian juga bergantung pada kredibilitas dan disiplin fiskal suatu negara. Negara dengan kebijakan fiskal yang kredibel dan defisit terkendali cenderung memiliki biaya pinjaman yang lebih rendah, stabilitas harga yang lebih baik, serta daya saing ekonomi yang lebih tinggi. Sebaliknya, ketidakseimbangan fiskal dapat menimbulkan ketidakpastian pasar, memperlemah nilai tukar, dan menekan pertumbuhan ekonomi. Perlunya koordinasi kebijakan fiskal dan moneter agar keduanya saling melengkapi, bukan saling meniadakan.

Secara keseluruhan, kebijakan fiskal memiliki peran vital dalam mengarahkan jalannya perekonomian. Dalam jangka pendek, kebijakan fiskal digunakan untuk menstabilkan fluktuasi ekonomi dan mendukung pemulihan saat terjadi resesi. Dalam jangka panjang, kebijakan ini berperan meningkatkan produktivitas, pemerataan, dan keberlanjutan fiskal negara. Efektivitas kebijakan fiskal sangat ditentukan oleh timing, arah kebijakan, serta koordinasinya dengan kebijakan moneter. Kebijakan fiskal yang dikelola secara hati-hati dan terkoordinasi mampu menciptakan keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan stabilitas makroekonomi yang berkelanjutan

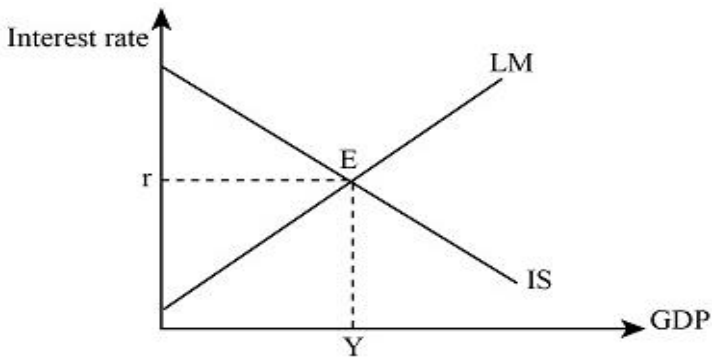
D. Koordinasi Kebijakan Moneter dan Fiskal

Koordinasi kebijakan moneter dan fiskal merupakan suatu proses di mana otoritas moneter (bank sentral) dan otoritas fiskal (pemerintah) menyelaraskan kebijakan ekonomi mereka untuk mencapai tujuan makroekonomi bersama, seperti stabilitas harga, pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan, dan penciptaan lapangan kerja. Koordinasi kedua kebijakan ini sangat penting karena keduanya bekerja melalui saluran yang berbeda namun

saling berhubungan dalam memengaruhi permintaan agregat. Kebijakan fiskal berperan secara langsung melalui pengeluaran pemerintah dan perpajakan, sementara kebijakan moneter memengaruhi aktivitas ekonomi secara tidak langsung melalui pengaturan suku bunga, likuiditas, dan ekspektasi inflasi. Oleh karena itu, tanpa koordinasi yang baik, hasil kebijakan bisa saling meniadakan misalnya ketika pemerintah menjalankan kebijakan fiskal ekspansif untuk merangsang pertumbuhan, tetapi bank sentral justru menaikkan suku bunga guna mengendalikan inflasi, yang pada akhirnya membuat kebijakan fiskal tersebut tidak efektif.

Model IS-LM

Koordinasi kebijakan moneter dan fiskal merupakan bentuk *policy mix* yang ideal, di mana kombinasi keduanya dapat menghasilkan keseimbangan antara pertumbuhan dan stabilitas ekonomi.



Gambar 6.1 Kurva IS LM

Model IS-LM, kebijakan fiskal menggeser kurva IS melalui perubahan belanja atau pajak, sedangkan kebijakan moneter menggeser kurva LM melalui perubahan jumlah uang beredar atau suku bunga. Ketika keduanya bergerak searah misalnya, fiskal ekspansif bersamaan dengan moneter ekspansif maka perekonomian akan mengalami peningkatan

output dan penurunan pengangguran yang lebih signifikan. Sebaliknya, jika kebijakan fiskal dan moneter bergerak berlawanan arah, maka dampak stabilisasi bisa melemah, bahkan menimbulkan ketidakpastian di pasar. Koordinasi kebijakan diperlukan agar tidak terjadi policy conflict dan untuk menjaga konsistensi tujuan jangka panjang seperti pengendalian inflasi dan keberlanjutan fiskal.

Pentingnya koordinasi kebijakan ini, terutama di kawasan ekonomi yang terintegrasi seperti Uni Eropa. Kebijakan fiskal dan moneter memiliki hubungan saling memengaruhi yang kuat, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Mereka menunjukkan bahwa perubahan kebijakan fiskal, seperti peningkatan defisit anggaran atau belanja publik, sering direspons oleh bank sentral dengan penyesuaian suku bunga. Hal ini menggambarkan bahwa meskipun koordinasi formal belum tentu terjadi, terdapat interaksi kebijakan yang bersifat endogen. Ketidakseimbangan fiskal yang tinggi dapat membatasi ruang gerak kebijakan moneter. Ketika defisit dan utang publik meningkat, bank sentral sering terpaksa mengetatkan kebijakan moneter untuk menjaga stabilitas harga dan nilai tukar. Sebaliknya, ketika fiskal berada dalam kondisi sehat, bank sentral memiliki keleluasaan untuk menurunkan suku bunga dan mendorong pertumbuhan ekonomi tanpa menimbulkan kekhawatiran inflasi.

Dua konsep penting, yaitu:

1. *Fiscal dominance*, terjadi ketika kebijakan fiskal yang ekspansif dan defisit tinggi mendominasi arah kebijakan ekonomi, sehingga bank sentral harus menyesuaikan kebijakan moneternya untuk mendukung pembiayaan fiskal, misalnya melalui suku bunga rendah atau pembelian surat utang pemerintah. Kondisi ini berisiko mengikis independensi bank sentral dan mendorong inflasi.

2. *Monetary dominance*, terjadi ketika kebijakan fiskal harus tunduk pada tujuan stabilitas harga yang dijaga oleh bank sentral, sehingga pemerintah dituntut untuk menjaga defisit tetap terkendali.

Keseimbangan ideal adalah ketika kedua otoritas saling bekerja sama, tidak saling mendominasi, dan berorientasi pada tujuan makroekonomi bersama. Koordinasi kebijakan moneter dan fiskal dalam konteks ekonomi modern yang penuh ketidakpastian, seperti setelah krisis keuangan global 2008 dan pandemi COVID-19. Di era kebijakan moneter konvensional yang terbatas (karena suku bunga mendekati nol), peran kebijakan fiskal menjadi sangat penting untuk mendorong pemulihan ekonomi. Namun, keberhasilan kebijakan fiskal tersebut bergantung pada dukungan bank sentral, terutama dalam menjaga likuiditas dan menstabilkan pasar keuangan melalui kebijakan moneter longgar seperti *quantitative easing* (QE). Dengan demikian, koordinasi yang efektif antara kebijakan moneter dan fiskal menjadi prasyarat keberhasilan pemulihan ekonomi. Koordinasi kebijakan bukan berarti hilangnya independensi bank sentral, tetapi justru pembentukan kerangka kerja yang saling melengkapi dan konsisten (*cooperative policy framework*). Dalam kerangka ini, bank sentral tetap fokus pada stabilitas harga, sedangkan pemerintah fokus pada pertumbuhan dan kesejahteraan, namun keduanya berbagi visi dan strategi yang sama dalam menjaga stabilitas makroekonomi.

Koordinasi kebijakan juga berfungsi untuk menghindari ketidakseimbangan jangka panjang, seperti inflasi tinggi akibat defisit fiskal kronis atau stagnasi ekonomi karena kebijakan moneter terlalu ketat. Pada situasi resesi, kombinasi kebijakan fiskal ekspansif dan moneter ekspansif merupakan pilihan terbaik untuk mengangkat output mendekati potensi perekonomian. Namun, pada saat perekonomian mendekati kapasitas penuh, keduanya harus

menyesuaikan arah ke kebijakan yang lebih netral untuk menghindari overheating dan tekanan inflasi. Dengan kata lain, koordinasi bukan hanya persoalan waktu (timing), tetapi juga kesesuaian arah kebijakan dalam setiap fase siklus ekonomi.

DAFTAR PUSTAKA

- Afonso, A., Alves, J., & Balhote, R. (2019). *Interactions between Monetary and Fiscal Policies*. *Journal of Macroeconomics*, 62, 103048.
- Blanchard, O., Amighini, A., & Giavazzi, F. (2017). *Macroeconomics* (Edisi ke-7). Pearson Education Limited.
- Dornbusch, R., & Fischer, S. (2010). *Macroeconomics* (Edisi ke-11). McGraw-Hill Education.
- Fondo Moneter Internasional (IMF). (2021). *World Economic Outlook: Recovery During a Pandemic*. Washington, D.C.: International Monetary Fund.
- Krugman, P. R., & Obstfeld, M. (2009). *International Economics: Theory and Policy* (Edisi ke-8). Pearson Addison-Wesley.
- Mankiw, N. G. (2016). *Macroeconomics* (Edisi ke-9). Worth Publishers.
- Martin, T., Ondra, M., & Dominik, H. (2022). *The Role of Fiscal vs. Monetary Policy in Modern Economics*. *Journal of Economic Studies and Research*, 12(4), 45–59.
- Mishkin, F. S. (2019). *The Economics of Money, Banking, and Financial Markets* (Edisi ke-12). Pearson Education.
- Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2010). *Economics* (Edisi ke-19). McGraw-Hill Education.
- Todaro, M. P., & Smith, S. C. (2015). *Economic Development* (Edisi ke-12). Pearson Education Limited.

TENTANG PENULIS



Dita Ratnasari, S.E., M.M.,

Penulis adalah seorang profesional keuangan yang berpengalaman di bidang pengelolaan keuangan, khususnya dalam industri Supply Chain dan Logistik, saat ini dipercaya menjabat sebagai Direktur Keuangan di FAB ENTERPRISES Group sejak tahun 2022, dimana bertanggung jawab atas mengatur dan melakukan perencanaan keuangan perusahaan holding beserta pengelolaan aliran kas.

Dita Ratnasari, S.E., M.M. selain memimpin sebuah perusahaan holding sebagai praktisi dan professional di bidang keuangan, juga aktif di kegiatan asosiasi ALFI-Asosiasi Logistik & Forwarder Indonesia serta ISEI-Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia.

Menyelesaikan gelar Sarjana Ekonomi Pembangunan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga pada tahun 2021, dan telah menyelesaikan pendidikan Magister Manajemen (S2) di Universitas Airlangga pada tahun 2025. Saat ini dalam proses menempuh pendidikan program Dokturnya.

BAB

7

MANAJEMEN DAN FUNGSI MANAJEMEN

Dr. Drs. H. Pandoyo, S.E., M.M.

A. Pengertian dan Pentingnya Manajemen

Manajemen merupakan suatu seni dan ilmu untuk mencapai tujuan dengan mempergunakan kegiatan orang lain melalui perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, mengkoordinir dan mengevaluasi, Manajemen adalah proses yang dilakukan oleh satu atau lebih individu untuk mengkoordinasikan berbagai aktivitas lain untuk mencapai hasil - hasil yang tidak bisa dicapai apabila satu individu bertindak sendiri. Manajemen adalah Proses merencanakan , mengorganisasikan, memimpin dan mengendalikan pekerjaan anggota organisasi dan menggunakan semua sumber daya organisasi untuk mencapai sasaran organisasi yang sudah ditetapkan.

Mengapa para manajer, pemimpin pada organisasi bisnis dan non bisnis perlu mempelajari manajemen ? karena dengan perkembangan jaman dewasa perlu mengambil cepat, tepat dan akurat, maka disini dibutuhkan adanya spesialisasi, dimana masyarakat kita tergantung pada spesialisasi berbagai lembaga dan organisasi untuk menyediakan barang - barang dan jasa yang diinginkan.

Agar individu mendapat kebutuhan untuk spesialisasi, dimana individu yang tidak terlatih sebagai manajer sering menemukan dirinya dalam posisi manajerial. Misal seorang Akuntan suatu saat nanti menjadi manajer.

Perkembangan Manajemen sebagai bidang studi, disini para biasanya menggambarkan pengalamannya sendiri dan mencoba menggeneralisasi prinsip- prinsip yang mereka alami. Bahkan sekarang, banyak dari apa yang kita ketahui tentang manajemen bersal dsari autobiografi dan riwayat hidup pria dan wanita yang menjadi atau pernah menjadi manajer.

Perkembangan sekarang ini para individu lain juga tertarik dengan manajemen karena alasan ilmiah. Lmuwan sosial dan perilaku melihat manajemen dari berbagai organisasi sebagai suatu fenomena sosial yang luar biasa penting, layak dipelajari melalui pendidikan ilmiah. Sebagai ilmwan, pria dan wanita tersebut membuat pertimbangan tanpa nilai, menganaikan praktek – praktek manajemen baik atau buruk. Tujuan mereka adalah untuk memahami dan menerangkan praktek manajemen itu .

B. Pengertian dan Konsep Manajemen

1. Pengertian Manajemen

- a. Menurut para ahli (Koontz & O'Donnell, Terry, Fayol, Drucker, Stoner, dll.)
- b. Pengertian manajemen secara umum

2. Unsur-unsur Manajemen (6M)

- a. Man (Manusia)
- b. Money (Uang)
- c. Material (Bahan)
- d. Machine (Mesin)
- e. Method (Metode)
- f. Market (Pasar)

- 3. Tingkatan Manajemen**
 - a. Top Management
 - b. Middle Management
 - c. Lower/Operational Management
- 4. Peranan dan Keterampilan Manajer**
 - a. Peran interpersonal, informasional, dan pengambilan keputusan
 - b. Keterampilan konseptual, teknis, dan human skill

C. Fungsi-Fungsi Manajemen

- 1. Perencanaan (Planning)**
 - a. Pengertian
 - b. Jenis dan langkah-langkah perencanaan
 - c. Tujuan dan manfaat perencanaan
- 2. Pengorganisasian (Organizing)**
 - a. Pengertian dan prinsip pengorganisasian
 - b. Pembentukan struktur organisasi
 - c. Pembagian tugas dan wewenang
- 3. Penyusunan Personalia / Penempatan (Staffing)**
 - a. Rekrutmen, seleksi, pelatihan, dan pengembangan SDM
 - b. Penempatan dan evaluasi kinerja
- 4. Pengarahan (Directing/Leading)**
 - a. Gaya kepemimpinan
 - b. Motivasi kerja
 - c. Komunikasi dalam organisasi
- 5. Pengawasan (Controlling)**
 - a. Pengertian dan tujuan
 - b. Jenis dan proses pengawasan
 - c. Evaluasi dan tindakan korektif

D. Pengertian Manajemen Menurut Para Ahli

1. George R. Terry (1972)

“Manajemen adalah suatu proses yang khas, yang terdiri atas tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan, yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai tujuan yang telah ditetapkan dengan menggunakan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya.”

Makna: Manajemen merupakan proses yang sistematis untuk mencapai tujuan organisasi melalui tahapan tertentu.

2. Henry Fayol (1916)

“Manajemen berarti merencanakan, mengorganisasi, memerintah, mengoordinasikan, dan mengendalikan.”

Makna : Fayol menekankan manajemen sebagai fungsi-fungsi pokok yang harus dijalankan setiap manajer agar organisasi berjalan efektif.

3. Harold Koontz dan Cyril O'Donnell (1976)

“Manajemen adalah usaha untuk mencapai tujuan tertentu melalui kegiatan orang lain.”

Makna : Manajemen berfokus pada kerja sama dan koordinasi antarindividu agar tujuan bersama tercapai secara efisien.

4. Mary Parker Follett (1941)

“Manajemen adalah seni dalam menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain.”

Makna : Follett melihat manajemen sebagai seni dan keterampilan interpersonal dalam memimpin dan memotivasi orang lain.

5. Peter F. Drucker (1954)

“Manajemen adalah organisasi bisnis yang mengubah sumber daya menjadi hasil yang berguna, Tugas manajemen adalah membuat orang mampu bekerja sama, mencapai kinerja, dan mencapai tujuan bersama,”

Makna : Manajemen sangat berperan sebagai penggerak utama yang mengoptimalkan sumber daya manusia dan material agar produktif.

6. James A.F. Stoner (1995)

“Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi serta penggunaan sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.”

Makna : Manajemen adalah proses terpadu yang mengatur seluruh sumber daya organisasi agar bekerja secara efektif dan efisien.

Simpulan

Dari berbagai pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa, Manajemen adalah suatu proses yang melibatkan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan terhadap sumber daya (manusia maupun nonmanusia) untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien melalui kerja sama orang lain.

E. Pentingnya Manajemen dalam Bisnis

1. Mengarahkan Tujuan dan Strategi Organisasi

Manajemen membantu menetapkan **visi, misi, dan tujuan bisnis** yang jelas. Dengan adanya manajemen, setiap bagian organisasi memiliki arah yang sama sehingga kegiatan usaha tidak berjalan tanpa tujuan.

Contoh: Perusahaan menetapkan target penjualan tahunan dan strategi pemasaran yang selaras dengan visi perusahaan.

2. Mengoptimalkan Penggunaan Sumber Daya

Dalam bisnis, sumber daya seperti modal, tenaga kerja, waktu, dan bahan baku terbatas, Manajemen berperan untuk **mengalokasikan sumber daya secara efisien** agar menghasilkan output maksimal dengan biaya minimal.

Contoh: Manajer produksi mengatur jadwal kerja dan penggunaan bahan baku agar tidak terjadi pemborosan.

3. Meningkatkan Efektivitas dan Efisiensi Operasi

Manajemen membantu menciptakan sistem kerja yang **terorganisasi dan terukur**. Melalui fungsi perencanaan dan pengawasan, bisnis dapat mengurangi kesalahan, mempercepat proses, dan meningkatkan kualitas produk/jasa.

Contoh: Penerapan sistem manajemen mutu (ISO) untuk meningkatkan efisiensi produksi dan menjaga standar kualitas.

4. Membangun Koordinasi dan Kerja Sama Tim

Manajemen memastikan setiap bagian organisasi **bekerja secara terkoordinasi**. Tanpa manajemen, masing-masing departemen bisa bekerja sendiri-sendiri tanpa arah yang sama.

Contoh: Koordinasi antara bagian pemasaran, keuangan, dan produksi untuk meluncurkan produk baru.

5. Menghadapi Perubahan dan Persaingan

Lingkungan bisnis selalu berubah akibat teknologi, tren pasar, dan kebijakan ekonomi. Manajemen yang baik memungkinkan perusahaan **beradaptasi dan berinovasi** agar tetap kompetitif.

Contoh: Perusahaan yang cepat beralih ke pemasaran digital saat tren e-commerce meningkat.

6. Mengembangkan dan Memotivasi Karyawan

Manajemen berperan dalam **pembinaan, pelatihan, dan motivasi karyawan** agar produktif dan loyal. Karyawan yang dikelola dengan baik akan lebih berkomitmen pada tujuan perusahaan.

Contoh: Program penghargaan kinerja dan pelatihan keterampilan bagi staf pemasaran.

7. Menjamin Pengawasan dan Evaluasi Kinerja

Manajemen menyediakan mekanisme untuk **mengukur hasil kerja dan memperbaiki kekurangan**. Dengan sistem pengawasan, perusahaan dapat mengidentifikasi masalah sejak dini.

Contoh: Audit internal dan laporan keuangan bulanan untuk mengontrol efisiensi biaya.

Kesimpulan

Manajemen sangat penting dalam bisnis karena berfungsi mengarahkan tujuan, mengatur sumber daya, meningkatkan efisiensi, membangun koordinasi, menghadapi perubahan, serta memastikan bisnis berjalan efektif dan berkelanjutan.

Tabel 7.1 Pentingnya Manajemen dalam Bisnis dan Contohnya

No.	Aspek Penting Manajemen	Penjelasan	Contoh dalam Bisnis
1	Mengarahkan Tujuan dan Strategi Organisasi	Manajemen membantu menetapkan visi, misi, dan sasaran yang jelas agar seluruh kegiatan bisnis terarah.	Menentukan target penjualan tahunan dan strategi pemasaran sesuai visi perusahaan.

No.	Aspek Penting Manajemen	Penjelasan	Contoh dalam Bisnis
2	Mengoptimalkan Penggunaan Sumber Daya	Mengatur pemanfaatan modal, tenaga kerja, waktu, dan bahan baku agar efisien dan tidak boros.	Mengatur jadwal produksi untuk menghindari pemborosan bahan baku.
3	Meningkatkan Efektivitas dan Efisiensi Operasi	Menciptakan sistem kerja yang terukur, mempercepat proses, dan meningkatkan kualitas hasil.	Penerapan sistem manajemen mutu (ISO) untuk menjaga standar kualitas produk.
4	Membangun Koordinasi dan Kerja Sama Tim	Menghubungkan antarbagian organisasi agar bekerja selaras menuju tujuan bersama.	Kolaborasi antara bagian pemasaran, keuangan, dan produksi saat meluncurkan produk baru.
5	Menghadapi Perubahan dan Persaingan	Membantu perusahaan beradaptasi dengan dinamika pasar dan teknologi.	Perusahaan beralih ke pemasaran digital saat tren e-commerce meningkat.

No.	Aspek Penting Manajemen	Penjelasan	Contoh dalam Bisnis
6	Mengembangkan dan Memotivasi Karyawan	Manajemen membina dan memotivasi karyawan agar produktif dan loyal terhadap organisasi.	Program penghargaan dan pelatihan keterampilan untuk staf penjualan.
7	Menjamin Pengawasan dan Evaluasi Kinerja	Melakukan kontrol terhadap hasil kerja dan mengambil tindakan perbaikan bila ada penyimpangan.	Audit internal dan laporan keuangan rutin untuk menilai efisiensi biaya.

Kesimpulan

Manajemen berperan penting dalam mengatur, mengarahkan, dan mengawasi seluruh kegiatan bisnis agar berjalan efektif, efisien, dan mampu bersaing di pasar yang dinamis.

Apakah Anda ingin saya lanjutkan ke bagian berikutnya, yaitu **fungsi-fungsi manajemen (Planning, Organizing, Actuating, Controlling)** lengkap dengan penjelasan dan contoh bisnisnya dalam tabel?

F. Fungsi-Fungsi Manajemen

Secara umum, fungsi manajemen terdiri dari **lima unsur utama** yang dikenal dengan konsep **POAC + S** yaitu: **Planning (Perencanaan), Organizing (Pengorganisasian), Actuating (Pengarahan/Pelaksanaan), Controlling (Pengawasan), dan Staffing (Penyusunan Personalia).**

1. Perencanaan (Planning)

Pengertian:

Perencanaan adalah proses penentuan tujuan organisasi serta cara terbaik untuk mencapainya. Dalam tahap ini, manajer menentukan apa yang harus dilakukan, kapan dilakukan, oleh siapa, dan dengan sumber daya apa.

Tujuan:

- a. Memberi arah kegiatan organisasi.
- b. Mengantisipasi risiko dan perubahan.
- c. Mengoptimalkan sumber daya agar efektif dan efisien.

Kegiatan Utama:

- a. Menetapkan tujuan dan target kerja.
- b. Menentukan strategi dan kebijakan.
- c. Menyusun rencana kegiatan dan anggaran.

Contoh:

Perusahaan membuat rencana penjualan tahunan dan strategi promosi produk baru.

2. Pengorganisasian (Organizing)

Pengertian:

Pengorganisasian adalah proses menyusun struktur organisasi dan membagi tugas, wewenang, serta tanggung jawab kepada setiap anggota agar tujuan tercapai.

Tujuan:

- a. Menciptakan koordinasi antar bagian.
- b. Menentukan posisi dan tanggung jawab setiap individu.
- c. Menghindari tumpang tindih pekerjaan.

Kegiatan Utama:

- a. Membentuk struktur organisasi.
- b. Menentukan pembagian kerja.
- c. Menetapkan hubungan wewenang dan tanggung jawab.

Contoh:

Membentuk divisi pemasaran, keuangan, dan produksi dengan tugas dan target yang berbeda.

3. Penyusunan Personalia (Staffing)

Pengertian:

Staffing adalah proses memperoleh, menempatkan, mengembangkan, dan mempertahankan tenaga kerja yang kompeten untuk menjalankan kegiatan organisasi.

Tujuan:

- a. Menjamin ketersediaan SDM yang tepat pada posisi yang sesuai.
- b. Meningkatkan kemampuan dan motivasi pegawai.
- c. Mencapai efektivitas kerja organisasi.

Kegiatan Utama:

- a. Rekrutmen dan seleksi karyawan.
- b. Pelatihan dan pengembangan.
- c. Evaluasi dan promosi jabatan.

Contoh:

Manajer HRD melakukan rekrutmen staf baru dan mengadakan pelatihan peningkatan keterampilan.

4. Pengarahan (Actuating/Leading)

Pengertian:

Pengarahan adalah kegiatan memotivasi, membimbing, dan mengarahkan bawahan agar melaksanakan tugas sesuai rencana dengan semangat tinggi.

Tujuan:

- a. Meningkatkan kinerja karyawan.
- b. Membangun komunikasi dan kerja sama.
- c. Menumbuhkan loyalitas dan semangat kerja.

Kegiatan Utama:

- a. Memberikan instruksi dan motivasi.
- b. Menyampaikan visi dan tujuan organisasi.
- c. Menyelesaikan konflik kerja.

Contoh:

Seorang manajer memberikan arahan dan penghargaan kepada tim yang mencapai target penjualan.

5. Pengawasan (Controlling)**Pengertian:**

Pengawasan adalah proses memastikan bahwa kegiatan organisasi berjalan sesuai rencana dan tujuan yang telah ditetapkan.

Tujuan:

- a. Menilai hasil kerja dan kinerja.
- b. Mengoreksi penyimpangan dari rencana.
- c. Menjamin tercapainya target organisasi.

Kegiatan Utama:

- a. Menetapkan standar kinerja.
- b. Mengukur hasil pelaksanaan kerja.
- c. Mengambil tindakan perbaikan bila ada penyimpangan.

Kesimpulan

Fungsi manajemen mencakup proses dari **perencanaan hingga pengawasan** untuk memastikan seluruh kegiatan organisasi berjalan efektif, efisien, dan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Hasibuan, M. (2021). Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah.
- Koontz, H., & O'Donnell, C. (2020). Management: A Global Perspective.
- Siagian, S.P. (2020). Filsafat Administrasi.
- Stoner, J.A.F. (2018). Management.
- Terry, G.R. (2019). Principles of Management.

TENTANG PENULIS



Dr. Drs. H. Pandoyo, S.E., M.M.

Penulsi Lahir di Boyolali, 29 Desember 1984. Penulis merupakan lulusan Akademi Administrasi Perusahaan, Lulus 1981. Dan melanjutkan pendidikan di STIE Pengembangan Bisnis dan Manajemen, jurusan akuntansi tahun 2008 (SE), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasila Doktoradus (Drs) 1985, Program Magister Manajemen di Jakarta, lulus tahun 1995, Doktor Ilmu Ekonomi Universtias Pancasila Jakarta, lulus tahun 2015, konsentrasi Manajemen Keuangan.

Pengalaman kerja penulis sebagai :

1. Tahun 1977 menjadi PNS pada Inspektorat Jenderal Departemen Pertanian sampai dengan September 2004 sebagai auditor Ahli Madya.
2. Pada tahun 2004 (Oktober 2004) Mutasi ke Badan Pengawas Tenaga Nuklir (Bapeten) sampai bulan Juli 2009
3. Pada tahun 2004 sd 2006 sebagai Pengendali teknis Auditor pada Inspektorat Bapeten
4. Pada tahun 2006 sd 2008 sebagai Kepala Inspektorat Bapeten
5. Pada tahun 2009 Departemen Pendidikan dan Kebudayaan sebagai dosen DPK Kopertis III Jakarta sampai dengan 2020
6. Dosen tetap ISMI STIAMI tahun 2020 sampai sekarang
7. Pembantu Dekan III Fakultas Ekonomi Universitas Ibnu Chaldun Jakarta
8. Pembantu Dekan II Fakultas Ekonomi Universitas Ibnu Chaldun Jakarta
9. Pembantu Rektor II Universitas Ibnu Chaldun Jakarta
10. Ketua Progam Studi Akuntansi STIE Pengembangan Bisnis dan Manajemen Jakarta dari tahun 2009 sd 2014
11. Direktur Sekolah Pascasarjana Institut STIAMI Jakarta

Email : p.pandoyo@gmail.com, Pandoyo029@gmail.com

BAB 8

PERENCANAAN BISNIS DAN LITERASI KEUANGAN

Andi Aditya Hardinto, S.E., M.Ak., C.Par., C.Md., CLA.

A. Pendahuluan

Dalam dunia bisnis yang sangat dinamis, perencanaan bisnis merupakan komponen yang tidak dapat dipisahkan dari kesuksesan perusahaan. Perencanaan bisnis berfungsi sebagai peta jalan yang mengarahkan setiap tindakan perusahaan menuju tujuannya yang lebih besar. Tanpa adanya perencanaan yang jelas dan terstruktur, sebuah perusahaan cenderung akan kehilangan arah dan fokus.

Oleh karena itu, perencanaan bisnis bukan sekadar tugas administratif, tetapi lebih merupakan langkah strategis yang mengintegrasikan berbagai aspek, seperti analisis pasar, strategi pemasaran, perencanaan keuangan, dan pengelolaan sumber daya manusia. Semua elemen ini saling terkait dan harus dikelola secara holistik agar dapat mendorong pertumbuhan perusahaan di tengah kompetisi yang semakin ketat.

Pentingnya perencanaan bisnis dapat dipahami lebih dalam ketika melihat kenyataan bahwa dunia usaha selalu dihadapkan pada ketidakpastian. Dari perubahan tren pasar hingga ketegangan politik atau sosial yang dapat mempengaruhi kebijakan ekonomi, setiap faktor eksternal dapat mengganggu stabilitas perusahaan. Oleh karena itu, tanpa perencanaan yang matang, perusahaan akan sulit

bertahan dan bersaing di pasar yang terus berkembang. Perencanaan bisnis yang efektif harus dapat merespons perubahan dengan cepat dan tepat, serta memberikan arahan yang jelas dalam mengelola berbagai sumber daya yang ada.

Salah satu aspek yang sangat penting dalam perencanaan bisnis adalah literasi keuangan. Dalam menjalankan bisnis, pengusaha tidak hanya dituntut untuk memahami cara mencatat transaksi keuangan, tetapi juga untuk dapat membaca dan menganalisis laporan keuangan secara komprehensif. Literasi keuangan yang baik memungkinkan pengusaha untuk merencanakan anggaran, memantau arus kas, dan mengelola risiko keuangan dengan lebih efektif. Pengusaha yang memiliki pemahaman yang kuat tentang keuangan lebih mampu membuat keputusan yang berbasis data, yang pada gilirannya dapat meningkatkan keberlanjutan dan profitabilitas perusahaan.

Namun, literasi keuangan bukan hanya tentang angka-angka dalam laporan keuangan. Literasi ini juga berkaitan dengan kemampuan untuk merencanakan investasi dan pembiayaan perusahaan. Dengan memahami cara kerja berbagai instrumen keuangan, seorang pengusaha dapat merancang strategi yang lebih efektif dalam hal penggunaan utang dan ekuitas, serta meminimalkan potensi risiko yang dapat timbul dari keputusan keuangan yang buruk. Oleh karena itu, literasi keuangan menjadi salah satu pilar utama dalam perencanaan bisnis yang sukses.

Pendekatan materialisme dialektis dan historis memberikan perspektif yang lebih dalam dalam memahami perencanaan bisnis. Konsep materialisme dialektis mengajarkan bahwa setiap perubahan dalam kondisi material, seperti perubahan dalam struktur ekonomi atau kebijakan pemerintah, akan memengaruhi cara perusahaan beroperasi. Begitu pula dengan materialisme historis yang mengajak kita untuk memahami perubahan sosial-ekonomi dalam konteks sejarah. Setiap keputusan bisnis yang diambil

tidak dapat dipisahkan dari konteks perubahan besar yang terjadi dalam masyarakat dan ekonomi global.

Dalam konteks ini, perencanaan bisnis tidak hanya berfokus pada strategi jangka pendek atau pragmatis, tetapi juga harus mampu merespons perubahan jangka panjang dalam perekonomian global. Misalnya, perubahan dalam kebijakan fiskal atau perkembangan teknologi baru dapat mempengaruhi keputusan perusahaan dalam hal investasi, pengeluaran, dan pengelolaan sumber daya. Oleh karena itu, perencanaan bisnis yang baik harus mempertimbangkan faktor-faktor eksternal ini, agar perusahaan dapat tetap relevan dan berkembang di tengah perubahan zaman.

Dalam bab ini, kita akan membahas lebih lanjut mengenai perencanaan bisnis dengan pendekatan yang lebih holistik, serta mengkaji pentingnya literasi keuangan dalam perencanaan tersebut. Kita akan menggali langkah-langkah strategis yang harus diambil dalam menyusun perencanaan bisnis yang efektif dan berkelanjutan. Selain itu, teori-teori materialisme dialektis dan historis akan diintegrasikan untuk memberikan wawasan yang lebih dalam tentang bagaimana perencanaan bisnis harus disesuaikan dengan dinamika sosial dan ekonomi yang berkembang.

Perencanaan bisnis yang baik juga harus mencakup pemahaman yang mendalam mengenai analisis pasar dan persaingan. Di tengah ketatnya persaingan global, perusahaan harus mampu mengidentifikasi peluang dan ancaman yang ada di pasar, serta menyusun strategi yang memungkinkan mereka untuk beradaptasi dan unggul. Selain itu, perusahaan juga harus dapat mengelola sumber daya manusia secara efektif, mengingat peran penting SDM dalam keberhasilan jangka panjang perusahaan. Oleh karena itu, perencanaan bisnis yang komprehensif harus mencakup aspek operasional, strategis, dan keuangan secara bersamaan.

Dengan demikian, bab ini bertujuan untuk memberikan panduan yang menyeluruh mengenai perencanaan bisnis, serta menunjukkan bagaimana literasi keuangan dan teori materialisme dapat memperkuat proses tersebut. Setiap langkah yang diambil dalam perencanaan bisnis harus didasarkan pada pemahaman yang mendalam tentang dinamika internal dan eksternal perusahaan, serta kemampuan untuk merespons perubahan yang ada. Dengan pendekatan yang terstruktur dan teori yang mendalam, perusahaan dapat merancang perencanaan bisnis yang tidak hanya relevan dengan kondisi saat ini, tetapi juga berkelanjutan dalam menghadapi tantangan masa depan.

B. Pentingnya Perencanaan Bisnis

Perencanaan bisnis merupakan langkah strategis yang fundamental bagi setiap organisasi, baik skala kecil, menengah, maupun besar. Dalam dunia bisnis yang penuh ketidakpastian dan kompetisi yang semakin ketat, perencanaan bisnis berfungsi sebagai kompas yang menuntun arah gerak perusahaan menuju tujuan yang telah ditetapkan. Melalui perencanaan yang terstruktur, perusahaan dapat menetapkan visi dan misi yang jelas, serta menyusun strategi untuk mencapai keberlanjutan jangka panjang.

Tanpa adanya perencanaan yang matang, perusahaan akan beroperasi tanpa arah yang jelas, rentan terhadap kesalahan strategis, dan berpotensi kehilangan daya saing di pasar. Dengan demikian, perencanaan bisnis bukan hanya aktivitas administratif, melainkan bentuk rasionalisasi dan kesadaran strategis dalam mengelola sumber daya.

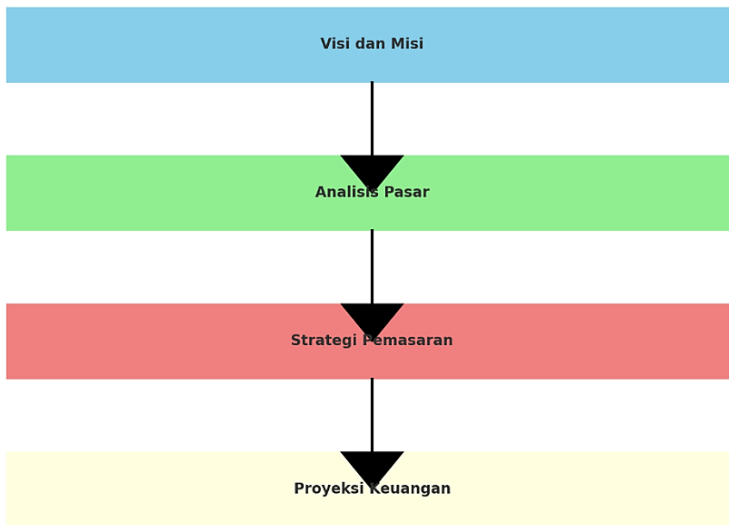
Dalam konteks ekonomi modern yang bergerak cepat, perencanaan bisnis menjadi semakin vital. Perubahan pasar yang drastis, kemajuan teknologi digital, dan dinamika politik-ekonomi global menuntut perusahaan untuk memiliki strategi adaptif. Perusahaan yang memiliki perencanaan

yang baik mampu memproyeksikan tren masa depan, mengidentifikasi risiko, serta menyiapkan langkah mitigasi yang sesuai.

Misalnya, perusahaan dapat memanfaatkan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) untuk mengevaluasi posisi mereka dalam lingkungan bisnis yang kompleks. Tanpa perencanaan, reaksi perusahaan terhadap perubahan sering kali bersifat spontan dan tidak efektif, yang dapat berujung pada kerugian finansial maupun reputasi.

Selain itu, perencanaan bisnis juga memainkan peran penting dalam pengelolaan sumber daya. Dalam perusahaan modern, sumber daya tidak hanya berupa modal dan tenaga kerja, tetapi juga mencakup data, informasi, dan jaringan sosial. Perencanaan bisnis yang baik memastikan bahwa setiap sumber daya digunakan secara efisien dan diarahkan pada tujuan yang memberikan nilai tambah. Dalam hal ini, konsep efisiensi dan efektivitas manajerial menjadi krusial. Perusahaan yang mampu mengoptimalkan sumber dayanya sesuai dengan strategi yang telah direncanakan akan memiliki keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Model Perencanaan Bisnis Berbasis Keuangan



Gambar 8.1 Model Perencanaan Bisnis Berbasis Keuangan

Diagram ini menunjukkan komponen-komponen utama dalam perencanaan bisnis, mulai dari visi dan misi hingga proyeksi keuangan.

Dalam perspektif materialisme dialektis, perencanaan bisnis harus dipahami sebagai hasil dari interaksi dinamis antara kondisi material (ekonomi, sosial, dan teknologi) dan struktur kesadaran manusia (visi, ide, dan strategi). Artinya, keputusan strategis yang diambil perusahaan tidak lahir dari ruang hampa, melainkan merupakan refleksi dari kondisi sosial-ekonomi yang sedang berlangsung. Misalnya, krisis energi global, perubahan iklim, atau transformasi digital memengaruhi bagaimana perusahaan merencanakan produksi, distribusi, dan inovasi.

Oleh karena itu, perencanaan bisnis yang berpijak pada pendekatan dialektis akan selalu mempertimbangkan perubahan dan kontradiksi yang terjadi di lingkungan eksternal sebagai bagian dari dinamika yang tak terhindarkan.

Lebih jauh lagi, pendekatan materialisme historis menegaskan bahwa perencanaan bisnis tidak dapat dilepaskan dari konteks sejarah perkembangan ekonomi dan sosial suatu masyarakat. Setiap tahap perkembangan kapitalisme, misalnya, membawa pola dan logika bisnis yang berbeda. Dalam tahap awal industrialisasi, fokus perencanaan mungkin terletak pada efisiensi produksi dan skala ekonomi; namun, pada era ekonomi digital saat ini, perencanaan bisnis lebih menekankan pada inovasi, keberlanjutan, dan nilai sosial. Dengan memahami konteks historis ini, perencanaan bisnis dapat disusun dengan mempertimbangkan tantangan struktural jangka panjang, bukan sekadar keuntungan jangka pendek.

Perencanaan bisnis yang efektif juga berfungsi sebagai sarana koordinasi dan komunikasi antar bagian dalam perusahaan. Setiap divisi mulai dari keuangan, pemasaran, hingga operasional perlu memiliki pemahaman yang sama terhadap tujuan strategis organisasi. Dengan adanya perencanaan yang jelas, proses koordinasi menjadi lebih terarah dan terukur. Hal ini membantu perusahaan menghindari konflik internal, meningkatkan sinergi antar tim, dan memperkuat budaya organisasi yang berorientasi pada pencapaian tujuan bersama.

Dengan kata lain, perencanaan bisnis tidak hanya menyatukan strategi, tetapi juga menyatukan kesadaran kolektif organisasi. Selain itu, perencanaan bisnis juga memiliki dimensi sosial dan moral.

Dalam ekonomi global yang semakin berorientasi pada keberlanjutan, perusahaan dituntut tidak hanya mengejar keuntungan, tetapi juga memperhatikan dampak sosial dan lingkungan dari aktivitasnya. Perencanaan bisnis yang beretika dan berwawasan sosial memungkinkan perusahaan untuk menciptakan nilai bersama (*shared value*) bagi masyarakat. Ini sejalan dengan pandangan materialisme historis bahwa ekonomi dan moralitas tidak dapat

dipisahkan, karena setiap praktik ekonomi selalu terkait dengan relasi sosial yang melatarbelakanginya. Maka, perencanaan bisnis yang baik juga harus mempertimbangkan kesejahteraan tenaga kerja, tanggung jawab lingkungan, dan transparansi publik.

Dari perspektif ekonomi politik, perencanaan bisnis berfungsi sebagai alat adaptasi terhadap sistem kapitalisme global yang terus berubah. Di era industri 4.0, misalnya, digitalisasi dan otomatisasi telah mengubah cara perusahaan memproduksi dan mendistribusikan barang. Hal ini menuntut munculnya model perencanaan yang lebih fleksibel dan berbasis data. Perusahaan perlu mengintegrasikan teknologi analitik, kecerdasan buatan, dan big data dalam proses perencanaan agar mampu memprediksi pasar dan mengambil keputusan yang cepat. Dengan demikian, perencanaan bisnis yang modern harus menggabungkan kemampuan analisis rasional dengan sensitivitas terhadap dinamika sosial dan ekonomi yang kompleks.

Akhirnya, perencanaan bisnis bukanlah dokumen yang statis, melainkan proses yang terus berkembang. Ia harus bersifat reflektif dan adaptif, mampu bereaksi terhadap perubahan lingkungan eksternal dan internal.

Seperti halnya pandangan dialektika Hegel yang menekankan bahwa setiap tesis selalu memunculkan antitesis yang kemudian melahirkan sintesis baru, demikian pula perencanaan bisnis harus terus diperbarui melalui siklus pembelajaran dan evaluasi berkelanjutan. Dengan begitu, perusahaan tidak hanya mampu bertahan dalam arus perubahan, tetapi juga menjadi pelaku yang aktif dalam membentuk arah perkembangan ekonomi dan sosial di masa depan.

C. Langkah-Langkah Perencanaan Bisnis

Langkah pertama dalam perencanaan bisnis adalah menetapkan visi dan misi perusahaan. Visi menggambarkan cita-cita jangka panjang yang ingin dicapai perusahaan, sedangkan misi menjelaskan cara untuk mencapainya melalui strategi dan tindakan nyata. Kedua unsur ini merupakan fondasi yang memberikan arah dan makna bagi seluruh aktivitas bisnis.

Visi dan misi yang jelas tidak hanya berfungsi sebagai panduan internal, tetapi juga menjadi alat komunikasi eksternal bagi para pemangku kepentingan mulai dari karyawan, investor, hingga pelanggan. Dalam kerangka materialisme historis, visi dan misi perusahaan harus selaras dengan kebutuhan masyarakat dan perubahan sosial yang melingkupinya, karena perusahaan adalah bagian dari totalitas ekonomi yang selalu bergerak secara dialektis.

Langkah kedua adalah melakukan analisis lingkungan internal dan eksternal. Analisis internal mencakup evaluasi kekuatan (strengths) dan kelemahan (weaknesses) perusahaan, sementara analisis eksternal memetakan peluang (opportunities) dan ancaman (threats) di pasar. Analisis SWOT ini menjadi alat dasar untuk memahami posisi kompetitif perusahaan. Dalam konteks materialisme dialektis, analisis ini bukan sekadar identifikasi data statis, melainkan proses pemahaman atas dinamika yang terus berubah. Kondisi material, seperti teknologi, regulasi, dan distribusi kekayaan, menciptakan kontradiksi yang harus direspon perusahaan melalui strategi yang adaptif dan berkesinambungan.

Langkah ketiga adalah analisis pasar dan pesaing. Di tahap ini, perusahaan mengidentifikasi siapa pelanggan utamanya, apa kebutuhan mereka, dan bagaimana pola konsumsi mereka berubah seiring waktu. Perusahaan juga menganalisis perilaku pesaing—strategi, harga, kualitas produk, dan pangsa pasar—untuk menemukan posisi unik

yang bisa mereka isi. Pendekatan historis membantu memahami bahwa struktur pasar tidak pernah statis: perubahan gaya hidup, budaya konsumsi, dan perkembangan teknologi menggeser cara nilai ekonomi diciptakan. Oleh karena itu, perencanaan bisnis yang baik harus bersifat prospektif, bukan reaktif, dengan mengantisipasi perubahan masa depan, bukan sekadar menyesuaikan diri dengan kondisi sekarang.

Langkah keempat adalah perumusan strategi bisnis. Strategi adalah seni mengubah sumber daya terbatas menjadi keunggulan kompetitif. Strategi harus disusun berdasarkan hasil analisis lingkungan dan kondisi internal yang realistis, serta disesuaikan dengan visi dan misi yang telah ditetapkan. Dalam perspektif dialektika, strategi tidak bersifat tunggal atau final, dia lahir dari negosiasi antara idealisme manajemen dan realitas pasar.

Karena itu, strategi bisnis harus dinamis: mampu bertransformasi seiring perubahan kondisi eksternal, baik ekonomi, sosial, maupun politik. Strategi yang baik mengandung fleksibilitas, inovasi, dan keberanian untuk menantang status quo.

Langkah kelima adalah perencanaan operasional. Setelah strategi disusun, perusahaan harus mengubahnya menjadi rencana kerja yang konkret dan terukur. Rencana operasional mencakup pembagian tugas, penjadwalan kegiatan, dan penentuan indikator kinerja. Pada tahap ini, penting untuk mengintegrasikan semua aspek organisasi produksi, pemasaran, keuangan, dan sumber daya manusia agar seluruh bagian bekerja secara sinergis.

Dalam kerangka materialisme historis, tahap operasional merepresentasikan bentuk material dari ide-ide strategis; ia adalah perwujudan praksis ekonomi yang menentukan apakah strategi yang dirancang dapat diterapkan secara nyata di lapangan.

Langkah keenam adalah perencanaan keuangan. Tidak ada strategi yang bisa berjalan tanpa dukungan keuangan yang memadai. Perusahaan harus menyusun proyeksi keuangan yang mencakup estimasi pendapatan, pengeluaran, arus kas, dan kebutuhan modal. Perencanaan keuangan juga berfungsi untuk menilai kelayakan bisnis dari sisi profitabilitas dan risiko. Dalam hal ini, literasi keuangan menjadi kemampuan kunci yang wajib dimiliki manajer dan pengusaha. Dengan memahami konsep seperti break-even point, margin laba, dan return on investment, pengambil keputusan dapat memastikan bahwa setiap langkah bisnis memiliki dasar rasional dan realistis.

Langkah ketujuh adalah pengelolaan risiko dan ketidakpastian. Dalam dunia bisnis modern, risiko merupakan bagian yang tak terelakkan. Oleh karena itu, setiap perencanaan bisnis harus dilengkapi dengan analisis risiko yang mencakup skenario terbaik dan terburuk. Pendekatan dialektis menekankan bahwa risiko tidak harus dihindari, melainkan dipahami dan dikelola.

Risiko muncul sebagai konsekuensi dari kontradiksi antara stabilitas dan perubahan dalam sistem ekonomi. Dengan demikian, perusahaan yang mampu membaca tanda-tanda perubahan sosial dan ekonomi lebih dini akan memiliki kemampuan adaptif yang lebih tinggi dibandingkan pesaingnya.

Langkah kedelapan adalah implementasi dan pengawasan. Perencanaan tanpa pelaksanaan hanyalah ide tanpa nilai. Implementasi adalah tahap di mana rencana diuji dalam praktik nyata. Namun, implementasi yang efektif memerlukan sistem pengawasan yang ketat untuk memastikan bahwa kegiatan yang dijalankan sesuai dengan rencana.

Pengawasan tidak hanya bertujuan untuk menemukan kesalahan, tetapi juga untuk mendorong pembelajaran organisasi. Dalam logika dialektika Hegelian, kesalahan dan

kegagalan bukanlah akhir, melainkan sarana menuju sintesis yang lebih tinggi proses pembelajaran yang memperkaya strategi berikutnya.

Langkah kesembilan adalah evaluasi dan pembaruan strategi. Dunia bisnis terus berubah, sehingga perencanaan bisnis harus bersifat dinamis dan berkelanjutan. Evaluasi dilakukan untuk menilai keberhasilan strategi yang telah dijalankan serta untuk menemukan area yang memerlukan perbaikan.

Dalam semangat materialisme historis, evaluasi ini harus memandang perubahan bukan sebagai ancaman, tetapi sebagai keharusan dalam perkembangan ekonomi. Setiap perubahan material, baik teknologi maupun sosial, menuntut penyesuaian strategi. Dengan demikian, perencanaan bisnis bukanlah dokumen sekali jadi, tetapi proses yang terus berevolusi dialektika antara pengalaman, pembelajaran, dan inovasi.

D. Literasi Keuangan dan Pengelolaan Keuangan

Literasi keuangan merupakan kemampuan untuk memahami, mengelola, dan mengambil keputusan yang bijak terkait aspek keuangan, baik dalam konteks pribadi maupun organisasi. Dalam dunia bisnis modern, literasi keuangan bukan lagi sekadar keahlian tambahan, melainkan kompetensi utama yang menentukan kelangsungan dan kesuksesan suatu perusahaan.

Pemahaman yang baik tentang keuangan memungkinkan pengusaha untuk menilai kondisi perusahaan secara objektif, memprediksi risiko, serta mengalokasikan sumber daya dengan efisien. Tanpa literasi keuangan, strategi bisnis yang baik sekalipun akan sulit diwujudkan secara berkelanjutan, karena perusahaan berpotensi kehilangan kendali terhadap arus kas dan profitabilitasnya.

Dalam konteks bisnis kontemporer, literasi keuangan tidak hanya mencakup kemampuan membaca laporan keuangan, tetapi juga mencakup pemahaman yang lebih luas mengenai penganggaran, pembiayaan, investasi, dan pengelolaan risiko. Seorang pemimpin bisnis yang melek finansial mampu menafsirkan angka-angka dalam laporan keuangan sebagai representasi dari realitas operasional dan strategis perusahaan. Misalnya, fluktuasi dalam rasio keuangan dapat menjadi indikator adanya masalah struktural, baik dalam efisiensi operasional maupun strategi pemasaran. Dengan kata lain, literasi keuangan adalah kemampuan dialektis: kemampuan membaca kontradiksi antara data keuangan (bentuk material) dan kondisi nyata perusahaan (substansi sosial-ekonomi).

Dari sudut pandang materialisme dialektis, literasi keuangan dapat dipahami sebagai refleksi dari kesadaran ekonomi terhadap kondisi material yang berubah. Artinya, kemampuan seseorang atau organisasi dalam memahami keuangan tidak berdiri sendiri, melainkan terbentuk dari interaksi dengan sistem ekonomi yang sedang berlaku. Misalnya, dalam era kapitalisme digital, literasi keuangan meluas pada pemahaman terhadap aset non-fisik seperti data, algoritma, dan nilai merek (brand equity) yang kini menjadi faktor penentu nilai ekonomi. Oleh karena itu, pemahaman terhadap konsep keuangan modern harus bersifat dinamis, menyesuaikan diri dengan transformasi sosial dan teknologi yang terus berlangsung.

Lebih jauh lagi, mengajarkan bahwa literasi keuangan harus dipahami dalam konteks perkembangan sejarah ekonomi. Pada masa revolusi industri, pengelolaan keuangan berfokus pada modal fisik seperti mesin dan tenaga kerja. Namun di abad ke-21, kapital telah mengambil bentuk baru yang lebih abstrak: kapital digital, intelektual, dan sosial. Dalam konteks ini, literasi keuangan menjadi jembatan antara cara lama dan baru dalam memahami nilai. Pengusaha yang

memahami sejarah evolusi sistem keuangan akan lebih peka terhadap perubahan struktural ekonomi global dan mampu menyesuaikan strategi pengelolaan keuangannya dengan kebutuhan zaman.

Aspek penting dari literasi keuangan adalah kemampuan perencanaan dan penganggaran (budgeting). Anggaran merupakan instrumen utama untuk mengontrol dan mengarahkan aktivitas keuangan perusahaan. Melalui penganggaran, perusahaan dapat memastikan bahwa dana digunakan sesuai prioritas strategis dan tujuan jangka panjang.

Dalam praktiknya, penganggaran yang baik tidak hanya berfungsi sebagai alat administratif, tetapi juga sebagai alat politik ekonomi internal yang menunjukkan nilai-nilai perusahaan: efisiensi, transparansi, dan tanggung jawab. Dalam semangat dialektis, proses penyusunan anggaran selalu menjadi arena negosiasi antara kebutuhan dan kemampuan, antara tujuan jangka pendek dan visi jangka panjang.

Selain itu, literasi keuangan juga mencakup kemampuan dalam mengelola arus kas (cash flow management). Arus kas yang sehat menjadi indikator keberlangsungan hidup perusahaan. Banyak bisnis gagal bukan karena tidak menguntungkan, melainkan karena kekurangan likuiditas untuk menutupi kewajiban jangka pendek.

Dalam konteks ini, literasi keuangan mengajarkan keseimbangan antara agresivitas investasi dan kehati-hatian finansial. Dengan memahami siklus arus kas, perusahaan dapat mengantisipasi fluktuasi pendapatan dan pengeluaran, serta menjaga kestabilan operasional. Pendekatan dialektis mengingatkan bahwa keseimbangan ini selalu bersifat dinamis: stabilitas keuangan hanya dapat dicapai melalui kemampuan adaptasi yang berkelanjutan terhadap perubahan kondisi ekonomi.

Selanjutnya, kemampuan mengelola investasi dan pembiayaan (financing) merupakan bagian integral dari literasi keuangan. Pengusaha yang literat secara finansial memahami perbedaan antara utang produktif dan utang konsumtif, serta mampu menilai risiko dan return dari setiap keputusan pembiayaan. Dalam konteks kapitalisme modern, struktur modal (capital structure) menjadi arena dialektika antara kepemilikan dan pengendalian. Perusahaan harus menyeimbangkan penggunaan modal sendiri (equity) dan modal pinjaman (debt) untuk memaksimalkan nilai perusahaan tanpa menimbulkan risiko finansial yang berlebihan. Pemahaman terhadap hubungan kontradiktif ini adalah inti dari literasi keuangan strategis.

Di sisi lain, literasi keuangan juga berkaitan erat dengan transparansi dan akuntabilitas. Dalam sistem ekonomi global yang menuntut keterbukaan, perusahaan dituntut untuk tidak hanya mengelola keuangan secara efisien, tetapi juga secara etis. Transparansi laporan keuangan tidak hanya meningkatkan kepercayaan investor dan publik, tetapi juga memperkuat legitimasi sosial perusahaan. Dalam konteks materialisme historis, transparansi keuangan mencerminkan perkembangan kesadaran sosial terhadap pentingnya keadilan ekonomi dan distribusi informasi yang merata. Oleh karena itu, literasi keuangan juga harus mencakup kesadaran moral terhadap dampak sosial dari setiap keputusan ekonomi yang diambil.

Terakhir, literasi keuangan bukanlah tujuan akhir, melainkan alat untuk pengelolaan perubahan (management of transformation). Dalam dunia yang semakin terdigitalisasi, kemampuan keuangan harus diiringi dengan kecakapan analitik dan teknologi. Perusahaan yang mampu memanfaatkan data keuangan secara cerdas akan lebih siap menghadapi disrupsi pasar. Literasi keuangan di abad ke-21 bukan sekadar membaca angka, melainkan menafsirkan narasi ekonomi yang tersembunyi di balik data. Di sinilah

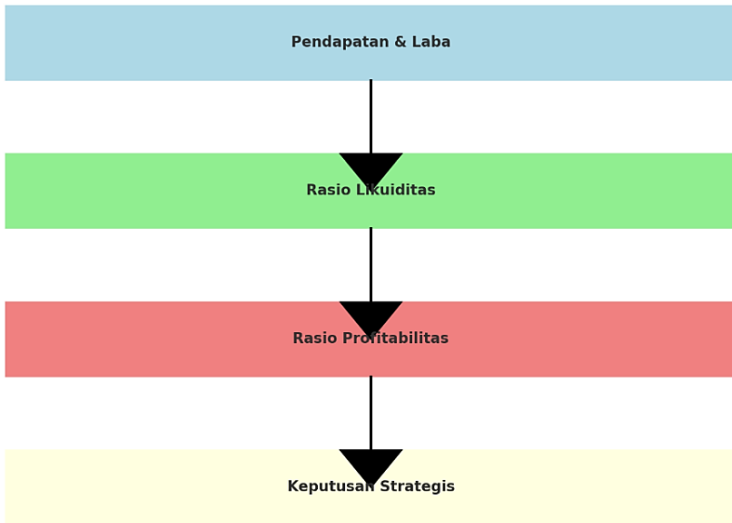
prinsip dialektika berperan: literasi keuangan menjadi sintesis antara teori dan praktik, antara ekonomi dan etika, antara angka dan manusia.

Dengan demikian, literasi keuangan dan pengelolaan keuangan bukan sekadar kompetensi teknis, melainkan bentuk kesadaran strategis yang menghubungkan dimensi material dan moral dari aktivitas ekonomi. Dalam pandangan materialisme dialektis-historis, penguasaan literasi keuangan memungkinkan perusahaan tidak hanya bertahan di tengah perubahan, tetapi juga berperan aktif dalam membentuk arah ekonomi masa depan yang lebih rasional, berkelanjutan, dan berkeadilan.

E. Analisis Keuangan dalam Perencanaan Bisnis

Analisis keuangan merupakan komponen inti dalam proses perencanaan bisnis, karena melalui analisis inilah perusahaan dapat menilai kondisi ekonomi internalnya secara objektif dan menentukan strategi masa depan yang tepat. Analisis keuangan berfungsi sebagai cermin yang memantulkan realitas kinerja perusahaan, baik dari sisi likuiditas, profitabilitas, efisiensi, maupun solvabilitas. Tanpa analisis keuangan yang mendalam, perencanaan bisnis akan berjalan dalam kegelapan—seolah menyusun peta tanpa kompas. Oleh karena itu, setiap pengambil keputusan bisnis harus memiliki kemampuan untuk membaca, menafsirkan, dan mengaitkan data keuangan dengan dinamika operasional dan strategis perusahaan.

Proses Analisis Rasio Keuangan



Gambar 8.2 Proses Analisis Rasio Keuangan

Diagram ini menggambarkan tahapan analisis rasio yang digunakan untuk menilai kinerja keuangan perusahaan dan bagaimana hal itu mempengaruhi keputusan strategis.

Dalam praktiknya, analisis keuangan berperan sebagai alat diagnostik. Melalui laporan keuangan seperti neraca (balance sheet), laporan laba rugi (income statement), dan laporan arus kas (cash flow statement), manajemen dapat mengidentifikasi sumber kekuatan dan kelemahan perusahaan. Neraca menggambarkan posisi aset, kewajiban, dan ekuitas; laporan laba rugi mencatat kinerja operasional; sementara arus kas menunjukkan sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan likuiditas untuk menopang kegiatan bisnisnya. Ketiga laporan ini bukanlah angka mati, melainkan representasi material dari aktivitas ekonomi perusahaan. Dalam pandangan materialisme dialektis, setiap angka mengandung kontradiksi – antara produksi dan distribusi, antara akumulasi dan konsumsi, antara rencana

dan realisasi – yang mencerminkan dinamika kehidupan ekonomi yang selalu bergerak.

Salah satu metode utama dalam analisis keuangan adalah analisis rasio keuangan (*financial ratio analysis*). Rasio seperti *current ratio*, *debt to equity ratio*, *gross profit margin*, dan *return on assets* digunakan untuk menilai kesehatan keuangan perusahaan dari berbagai aspek. Melalui perbandingan antarperiode (*trend analysis*) atau dengan industri sejenis (*benchmarking*), manajemen dapat menilai sejauh mana efisiensi dan profitabilitas dicapai. Namun, dalam konteks historis, rasio keuangan bukan sekadar alat perhitungan mekanis – ia merupakan hasil evolusi dari sistem kapitalisme industri yang menuntut standarisasi kinerja. Dengan memahami asal-usul dan makna sosial-ekonomi di balik indikator keuangan, seorang analis tidak hanya menghitung, tetapi juga menafsirkan realitas ekonomi yang lebih dalam.

Lebih jauh, analisis keuangan juga melibatkan analisis tren (*trend analysis*) dan proyeksi keuangan (*financial forecasting*). Analisis tren memungkinkan perusahaan untuk memantau pola pertumbuhan atau penurunan kinerja keuangan selama periode tertentu, sedangkan proyeksi keuangan berfungsi untuk memperkirakan kondisi keuangan di masa depan berdasarkan asumsi tertentu. Kedua alat ini penting dalam perencanaan bisnis karena membantu manajemen memahami ke mana arah perusahaan bergerak. Dalam perspektif dialektis, tren bukan sekadar data masa lalu yang diulang ke depan, melainkan refleksi dari kontradiksi antara stabilitas dan perubahan. Oleh karena itu, perencanaan keuangan harus bersifat dialektis – menyeimbangkan kontinuitas dengan inovasi, menjaga tradisi sambil membuka ruang bagi pembaruan.

Aspek lain yang tidak kalah penting adalah analisis struktur modal (*capital structure analysis*). Struktur modal menggambarkan bagaimana perusahaan mendanai

operasinya, apakah melalui modal sendiri, utang, atau kombinasi keduanya. Dalam konteks materialisme historis, struktur modal merupakan representasi dari hubungan sosial dalam ekonomi, hubungan antara pemilik modal dan peminjam, antara risiko dan kontrol, antara kepemilikan dan produksi. Keputusan mengenai struktur modal tidak hanya berdampak pada rasio keuangan, tetapi juga pada distribusi kekuasaan dalam organisasi dan masyarakat. Oleh karena itu, analisis keuangan yang mendalam tidak hanya mempertimbangkan angka, tetapi juga makna sosial dari setiap bentuk pembiayaan.

Selain itu, analisis keuangan harus mencakup evaluasi terhadap efisiensi dan produktivitas perusahaan. Efisiensi tidak hanya diukur dari seberapa kecil biaya operasional dibandingkan pendapatan, tetapi juga dari sejauh mana perusahaan memanfaatkan sumber daya material dan manusia secara optimal. Dalam pendekatan dialektis, efisiensi selalu bersifat kontradiktif: upaya untuk menekan biaya sering kali berhadapan dengan kebutuhan untuk mempertahankan kualitas dan kesejahteraan pekerja. Oleh karena itu, analisis keuangan yang baik tidak berhenti pada pencarian keuntungan maksimal, tetapi juga menilai keseimbangan antara kepentingan ekonomi dan sosial yang lebih luas.

Analisis keuangan juga memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan strategis. Data keuangan yang dianalisis dengan baik dapat menjadi dasar untuk menentukan apakah perusahaan perlu melakukan ekspansi, merger, restrukturisasi, atau diversifikasi usaha. Namun, keputusan tersebut tidak dapat dilepaskan dari konteks sejarah dan struktur ekonomi yang melingkupinya. Sebagaimana diajarkan oleh materialisme historis, keputusan bisnis selalu berakar pada kondisi konkret zamannya – struktur pasar, kebijakan pemerintah, dan teknologi yang tersedia. Karena itu, analisis keuangan harus dilakukan

dengan kesadaran historis: memahami bukan hanya “berapa” tetapi juga “mengapa” perubahan terjadi.

Dalam era digital saat ini, analisis keuangan juga berevolusi dengan memanfaatkan teknologi informasi dan data analitik. Big data, kecerdasan buatan (AI), dan sistem akuntansi berbasis cloud memungkinkan perusahaan untuk melakukan analisis yang lebih cepat, akurat, dan prediktif. Namun, teknologi tidak menggantikan prinsip dasar analisis keuangan; ia hanya memperkuatnya. Dalam kerangka materialisme dialektis, teknologi adalah alat material baru yang mengubah cara manusia memahami dan mengelola ekonomi, tetapi tetap berada dalam hubungan timbal balik dengan struktur sosial yang ada. Oleh karena itu, kemampuan untuk mengintegrasikan teknologi dalam analisis keuangan merupakan bentuk kesadaran baru terhadap dinamika ekonomi kontemporer.

Akhirnya, analisis keuangan dalam perencanaan bisnis bukanlah kegiatan yang berdiri sendiri, melainkan bagian dari siklus pembelajaran organisasi yang berkelanjutan. Setiap hasil analisis harus diikuti dengan refleksi dan perbaikan strategi. Di sinilah prinsip dialektika bekerja paling nyata: tesis berupa strategi awal diuji oleh antitesis berupa realitas keuangan, yang kemudian menghasilkan sintesis berupa strategi baru yang lebih matang. Dengan demikian, analisis keuangan tidak hanya membantu perusahaan untuk memahami kondisi masa kini, tetapi juga membentuk kemampuan adaptif untuk menghadapi masa depan. Dalam pengertian ini, analisis keuangan bukan sekadar alat manajerial, melainkan bentuk kesadaran kritis terhadap proses ekonomi yang hidup dan terus berubah.

F. Kesimpulan dan Penutup

Perencanaan bisnis dan literasi keuangan merupakan dua fondasi utama dalam keberhasilan dan keberlanjutan perusahaan di era ekonomi yang semakin kompleks dan

terintegrasi. Bab ini menegaskan bahwa perencanaan bisnis bukan hanya sekadar penyusunan dokumen formal, tetapi sebuah proses strategis yang melibatkan pemahaman mendalam terhadap dinamika pasar, kondisi internal organisasi, dan perubahan eksternal yang terus berlangsung. Perencanaan bisnis yang efektif bersifat dinamis, reflektif, dan adaptif yang bukan hanya mengarahkan perusahaan untuk mencapai tujuan jangka pendek, tetapi juga mempersiapkannya menghadapi perubahan struktural jangka panjang yang terjadi di lingkungan ekonomi, sosial, dan politik.

Melalui pendekatan materialisme dialektis, kita memahami bahwa setiap keputusan bisnis tidak pernah berdiri sendiri, tetapi selalu dipengaruhi oleh kondisi material yang terus berubah – mulai dari perkembangan teknologi, kebijakan ekonomi, hingga transformasi sosial. Proses perencanaan bisnis harus mampu membaca kontradiksi antara kepentingan kapital dan kesejahteraan sosial, antara stabilitas dan perubahan, antara tujuan ekonomi dan tanggung jawab moral. Dengan demikian, perencanaan bisnis bukan hanya instrumen ekonomi, tetapi juga manifestasi dari kesadaran sosial dan ideologis yang lebih luas dalam dunia usaha modern.

Sementara itu, pendekatan materialisme historis memberikan perspektif bahwa setiap praktik bisnis merupakan hasil dari proses sejarah yang panjang. Bentuk-bentuk perencanaan, pengelolaan, dan analisis keuangan yang kita gunakan hari ini adalah hasil evolusi dari cara manusia mengorganisasi ekonomi sejak masa industrialisasi hingga era digital.

Dengan memahami sejarah ekonomi, pengusaha dan manajer dapat mengambil pelajaran dari masa lalu untuk merancang strategi masa depan yang lebih relevan dan berkelanjutan. Kesadaran historis ini penting untuk menghindari sikap ahistoris dalam bisnis, yakni anggapan

bahwa strategi masa kini dapat diterapkan tanpa mempertimbangkan konteks sosial dan ekonomi yang berubah.

Dari sisi literasi keuangan, bab ini menekankan bahwa kemampuan finansial tidak lagi cukup hanya dalam bentuk penguasaan teknis akuntansi atau pembacaan laporan keuangan. Literasi keuangan dalam konteks modern mencakup kemampuan interpretatif dan reflektif kemampuan untuk memahami makna di balik angka dan implikasi sosial dari setiap keputusan finansial. Seorang pemimpin bisnis yang melek finansial tidak hanya mengejar efisiensi dan profitabilitas, tetapi juga memperhatikan keberlanjutan, etika, dan kesejahteraan kolektif. Dalam hal ini, literasi keuangan menjadi jembatan antara logika ekonomi dan tanggung jawab sosial.

Analisis keuangan, sebagaimana dibahas dalam sub-bab terakhir, menjadi komponen penting dalam memastikan bahwa setiap perencanaan bisnis memiliki dasar rasional yang kuat. Melalui analisis rasio, tren, dan struktur modal, perusahaan dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Namun, analisis keuangan yang sejati tidak berhenti pada perhitungan matematis, melainkan juga mencakup interpretasi kontekstual. Dalam kerangka dialektis, angka-angka keuangan merefleksikan dinamika sosial-ekonomi yang hidup kontradiksi antara produktivitas dan distribusi, antara efisiensi dan keadilan. Dengan demikian, analisis keuangan adalah tindakan kritis yang menghubungkan data dengan kesadaran strategis dan moral.

Dalam menghadapi dunia bisnis yang ditandai oleh ketidakpastian global, digitalisasi, dan perubahan sosial yang cepat, kemampuan untuk merencanakan, menganalisis, dan mengelola keuangan menjadi semakin penting. Perusahaan tidak lagi cukup hanya reaktif terhadap perubahan, tetapi harus mampu menjadi subjek yang aktif membentuk arah perubahan itu sendiri.

Lebih jauh, bab ini juga menggarisbawahi pentingnya keterpaduan antara rasionalitas ekonomi dan nilai kemanusiaan. Bisnis yang berkelanjutan bukan hanya bisnis yang mampu bertahan dan menghasilkan keuntungan, tetapi juga yang mampu menciptakan nilai sosial bagi masyarakat dan lingkungan. Oleh karena itu, perencanaan bisnis dan literasi keuangan harus diorientasikan pada pembangunan ekonomi yang “bernyawa” ekonomi yang tidak sekadar mengakumulasi kapital, tetapi juga menghidupkan nilai-nilai keadilan, transparansi, dan partisipasi.

Sebagai penutup, dapat ditegaskan bahwa perencanaan bisnis dan literasi keuangan bukan dua entitas yang terpisah, melainkan dua sisi dari satu kesadaran ekonomi yang utuh. Perencanaan bisnis memberikan arah, sementara literasi keuangan menyediakan alat dan bahasa untuk mengukur serta mengarahkan gerak menuju tujuan tersebut. Keduanya menjadi pilar utama dalam membangun organisasi yang adaptif, cerdas, dan beretika di tengah tantangan global yang semakin kompleks. Dalam kerangka akademik dan praktik profesional, pemahaman terhadap kedua konsep ini bukan hanya memperkuat daya saing perusahaan, tetapi juga meneguhkan peran ilmu ekonomi dan bisnis dalam membentuk masa depan yang lebih adil dan berkelanjutan.

G. Rangkuman Poin-Poin Penting

1. Perencanaan bisnis adalah proses strategis yang menyatukan visi, misi, dan tindakan konkret dalam menghadapi perubahan ekonomi dan sosial.
2. Materialisme dialektis membantu memahami bahwa setiap keputusan bisnis dipengaruhi oleh kondisi material dan kontradiksi sosial yang dinamis.
3. Materialisme historis memberikan kesadaran bahwa strategi bisnis selalu berakar pada konteks sejarah dan perkembangan ekonomi global.

4. Literasi keuangan mencakup pemahaman teknis, reflektif, dan etis dalam mengelola sumber daya finansial secara efisien dan berkeadilan.
5. Analisis keuangan menjadi alat penting dalam menilai kondisi perusahaan, memproyeksikan masa depan, dan menghubungkan angka dengan realitas sosial-ekonomi.
6. Perencanaan dan keuangan bukan sekadar alat pengelolaan bisnis, tetapi juga wahana pengembangan kesadaran ekonomi yang kritis dan berkelanjutan.
7. Transformasi digital dan globalisasi menuntut literasi keuangan yang berbasis data dan teknologi, namun tetap berpijak pada nilai-nilai kemanusiaan.
8. Sinergi antara rasionalitas ekonomi dan moralitas sosial menjadi arah baru bagi bisnis yang beretika dan inklusif.
9. Kesadaran dialektis-historis menempatkan perusahaan bukan hanya sebagai entitas ekonomi, tetapi juga sebagai agen perubahan sosial yang bertanggung jawab.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, S.** (2010). *Capitalism in the Age of Globalization: The Management of Contemporary Society*. Zed Books.
- Bodie, Z., Kane, A., & Marcus, A. J.** (2021). *Investments* (12th ed.). McGraw-Hill Education.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F.** (2022). *Fundamentals of Financial Management* (16th ed.). Cengage Learning.
- Damodaran, A.** (2015). *Applied Corporate Finance: A User's Manual* (4th ed.). Wiley.
- Drucker, P. F.** (2007). *Management Challenges for the 21st Century*. HarperCollins.
- Engels, F.** (1970). *Socialism: Utopian and Scientific*. Progress Publishers.
- Gitman, L. J., & Zutter, C. J.** (2019). *Principles of Managerial Finance* (15th ed.). Pearson Education.
- Gough, I.** (2017). *Heat, Greed and Human Need: Climate Change, Capitalism and Sustainable Wellbeing*. Edward Elgar Publishing.
- Harvey, D.** (2010). *The Enigma of Capital and the Crises of Capitalism*. Oxford University Press.
- Hegel, G. W. F.** (1977). *Phenomenology of Spirit* (A. V. Miller, Trans.). Oxford University Press. (Original work published 1807)
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P.** (2008). *The Execution Premium: Linking Strategy to Operations for Competitive Advantage*. Harvard Business Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L.** (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

- Lefebvre, H.** (2009). *Dialectical Materialism*. University of Minnesota Press.
- Marx, K.** (1992). *Capital: A Critique of Political Economy, Volume 1*. Penguin Classics. (Original work published 1867)
- Mayo, A.** (2021). *Strategy: Theory and Practice* (2nd ed.). Sage Publications.
- Minsky, H. P.** (2008). *Stabilizing an Unstable Economy*. McGraw-Hill.
- Nikolai, L. A., Bazley, J. D., & Jones, J. P.** (2019). *Intermediate Accounting* (13th ed.). Cengage Learning.
- Porter, M. E.** (2008). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.
- Schumpeter, J. A.** (2003). *Capitalism, Socialism and Democracy*. Routledge.
- Sullivan, A., & Sheffrin, S. M.** (2003). *Economics: Principles in Action*. Pearson Prentice Hall.
- Tirole, J.** (2017). *Economics for the Common Good*. Princeton University Press.
- Zizek, S.** (2012). *The Year of Dreaming Dangerously*. Verso.

TENTANG PENULIS



Andi Aditya Hardinto

Penulis adalah seorang profesional muda dengan latar belakang pendidikan yang kuat di bidang akuntansi. Lahir di Medan pada 13 September 1995, ia meraih gelar Sarjana Akuntansi dari Universitas Negeri Jakarta pada tahun 2019 dan melanjutkan pendidikannya dengan meraih gelar Magister Akuntansi dari Universitas Trisakti pada tahun 2022.

Selain berprestasi di bidang akademik, Andi aktif berorganisasi sejak masa kuliah. Ia merupakan anggota aktif Gerakan Mahasiswa Nasional Indonesia (GMNI), Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) di kampusnya, dan terlibat dalam kegiatan internasional seperti Asia-Africa Youth Government (AAYG). Pengalaman organisasi ini membentuk kemampuannya dalam kepemimpinan, komunikasi, dan pengambilan keputusan.

Di dunia profesional, Andi memiliki pengalaman kerja yang luas, dengan fokus pada evaluasi keterbukaan informasi publik, hubungan institusional, dan uji konsekuensi informasi. Selain itu, ia juga aktif sebagai pengajar di perguruan tinggi dan memiliki pengalaman di bidang audit serta keuangan perusahaan.

Pengalamannya yang luas menjadikannya sosok yang kompeten dalam mengintegrasikan seni akuntansi dengan praktik profesional.

BAB 9

PERANAN KOPERASI DALAM PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT

Indah Fitriana Sari, S.H.I., M.E.

A. Pendahuluan

Perekonomian Indonesia memiliki karakteristik yang unik, di mana peran masyarakat dalam kegiatan ekonomi sangat menonjol, khususnya dalam sektor informal dan usaha mikro. Dalam konteks ini, koperasi hadir sebagai bentuk organisasi ekonomi yang berakar kuat pada nilai-nilai kebersamaan, solidaritas, dan demokrasi ekonomi. Koperasi tidak hanya berfungsi sebagai badan usaha, tetapi juga sebagai gerakan sosial yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan anggota dan masyarakat luas melalui prinsip-prinsip ekonomi yang adil dan partisipatif.

Koperasi menjadi penting karena mampu menjadi penyeimbang di tengah sistem ekonomi kapitalistik yang cenderung mengutamakan akumulasi modal oleh segelintir orang. Dalam koperasi, setiap anggota memiliki hak yang sama dalam pengambilan keputusan dan mendapatkan manfaat yang proporsional terhadap kontribusinya. Dengan kata lain, koperasi merupakan bentuk nyata dari sistem ekonomi yang berkeadilan sosial dan berorientasi pada kesejahteraan kolektif, bukan keuntungan individu semata.

Sejak masa kemerdekaan, koperasi telah diakui sebagai bagian penting dalam pembangunan ekonomi nasional. Bung Hatta, yang dikenal sebagai Bapak Koperasi Indonesia,

melihat koperasi sebagai jalan tengah antara liberalisme dan sosialisme, serta sebagai alat perjuangan ekonomi rakyat kecil. Peran koperasi semakin krusial di era modern ini, di mana ketimpangan sosial dan kesenjangan ekonomi masih menjadi tantangan besar. Koperasi dapat menjadi solusi untuk menciptakan pemerataan ekonomi dan penguatan daya saing ekonomi lokal.

Namun demikian, keberadaan koperasi di Indonesia masih menghadapi berbagai persoalan, mulai dari rendahnya partisipasi anggota, lemahnya manajemen, hingga kurangnya akses terhadap modal dan teknologi. Di sisi lain, perkembangan zaman yang ditandai dengan kemajuan teknologi digital dan globalisasi justru membuka peluang baru bagi koperasi untuk bertransformasi menjadi lebih adaptif dan inovatif. Oleh karena itu, pemahaman mendalam tentang konsep koperasi, peran strategisnya dalam pembangunan ekonomi, serta tantangan yang dihadapi sangat penting untuk dikaji lebih lanjut.

B. Pengertian Koperasi

Koperasi merupakan organisasi ekonomi yang dibentuk dan dikelola oleh sekelompok orang atas dasar kesukarelaan untuk memenuhi kebutuhan bersama di bidang ekonomi, sosial, dan budaya. Menurut **Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992** tentang Perkoperasian, koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-seorang atau badan hukum koperasi, dengan kegiatan berdasarkan prinsip koperasi serta sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan asas kekeluargaan. Hal ini menandakan bahwa koperasi tidak hanya berorientasi pada keuntungan, melainkan juga pada nilai-nilai solidaritas dan keadilan.

Secara internasional, koperasi didefinisikan oleh **International Cooperative Alliance (ICA)** sebagai asosiasi otonom dari individu yang secara sukarela bersatu untuk memenuhi kebutuhan dan aspirasi ekonomi, sosial, serta

budaya mereka melalui suatu perusahaan yang dimiliki secara bersama dan dikendalikan secara demokratis.

C. Prinsip-Prinsip Koperasi

Dalam menjalankan kegiatannya, koperasi berpegang pada prinsip-prinsip yang ditetapkan oleh ICA. Prinsip-prinsip tersebut merupakan pedoman dasar yang membedakan koperasi dari bentuk badan usaha lain, yakni:

1. Keanggotaan Sukarela dan Terbuka

Keanggotaan dalam koperasi bersifat sukarela dan terbuka untuk siapa saja yang bersedia mematuhi ketentuan koperasi, tanpa diskriminasi sosial, ekonomi, politik, atau gender.

2. Pengelolaan Secara Demokratis

Setiap anggota memiliki hak suara yang sama, tidak tergantung pada jumlah modal yang ditanamkan. Konsep ini mengedepankan demokrasi ekonomi, yaitu satu anggota satu suara.

3. Partisipasi Ekonomi Anggota

Anggota secara aktif berkontribusi dalam pembiayaan koperasi dan menikmati hasil usaha sesuai partisipasi masing-masing, bukan berdasarkan jumlah saham seperti di perusahaan modal.

4. Otonomi dan Kebebasan

Koperasi adalah organisasi otonom yang bebas dari campur tangan pihak luar dalam pengambilan keputusan internal.

5. Pendidikan, Pelatihan, dan Informasi

Koperasi memberikan pendidikan dan pelatihan kepada anggotanya agar mampu berkontribusi secara maksimal dan menyebarkan pemahaman tentang koperasi kepada masyarakat.

6. Kerja Sama antar Koperasi

Koperasi bekerja sama secara lokal, nasional, maupun internasional untuk memperkuat gerakan koperasi secara keseluruhan.

7. Kepedulian terhadap Komunitas

Koperasi berkomitmen terhadap pembangunan berkelanjutan bagi komunitas melalui kebijakan yang disepakati anggotanya.

D. Jenis-Jenis Koperasi

Berdasarkan aktivitas dan fungsinya, koperasi dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa jenis, yaitu:

1. **Koperasi Konsumen:** menyediakan barang kebutuhan anggota dengan harga terjangkau
2. **Koperasi Produsen:** membantu produsen, seperti petani atau nelayan, dalam menjual produk mereka secara kolektif.
3. **Koperasi Simpan Pinjam:** memberikan layanan simpanan dan pinjaman kepada anggota dengan bunga rendah.
4. **Koperasi Jasa:** menyediakan jasa tertentu seperti transportasi, asuransi, atau pelayanan lainnya.
5. **Koperasi Serba Usaha (KSU):** menggabungkan berbagai jenis usaha dalam satu koperasi.

Klasifikasi tersebut menunjukkan fleksibilitas koperasi dalam memenuhi berbagai kebutuhan ekonomi masyarakat dari berbagai sektor.

E. Peranan Strategis Koperasi dalam Perekonomian Lokal

Koperasi memiliki peran strategis dalam mendorong perekonomian lokal, terutama di wilayah yang berbasis pertanian, perikanan, dan usaha mikro, seperti di Kabupaten Sumbawa Nusa Tenggara Barat. Koperasi tidak hanya menjadi lembaga ekonomi, tetapi juga instrumen pemberdayaan masyarakat. Di tengah tantangan

pembangunan daerah, koperasi hadir sebagai penggerak ekonomi rakyat yang menekankan pada kebersamaan, demokrasi ekonomi, dan distribusi manfaat yang adil.

Dengan prinsip-prinsipnya, koperasi membantu anggota memperoleh akses terhadap pembiayaan, pemasaran hasil usaha, serta peningkatan kapasitas melalui pelatihan. Hal ini sangat relevan dengan kondisi sosial-ekonomi masyarakat Sumbawa yang mayoritas bekerja di sektor pertanian, peternakan, dan kelautan. Melalui koperasi, para pelaku usaha kecil dapat memperkuat daya tawar dan efisiensi usaha mereka.

F. Studi Kasus: Koperasi Ternak Saling Sakiki Sumbawa

Salah satu koperasi yang cukup berhasil di Kabupaten Sumbawa adalah **Koperasi Tani Ternak “Saling Sakiki”** yang berlokasi di Kecamatan Lape. Koperasi ini berdiri pada tahun 2013 dan beranggotakan lebih dari 300 petani dan peternak lokal. Fokus utama koperasi ini adalah peningkatan produksi dan pemasaran hasil peternakan, khususnya sapi dan hasil pertanian seperti jagung dan padi.

Koperasi “Saling Sakiki” menerapkan sistem simpan pinjam internal, penyediaan pakan ternak, serta pengelolaan kelompok tani secara kolektif. Mereka juga bekerja sama dengan Dinas Peternakan dan Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) untuk mendapatkan pelatihan manajemen usaha dan teknologi tepat guna. Model partisipatif ini memberikan dampak langsung pada peningkatan pendapatan anggota dan efisiensi usaha.

Salah satu keberhasilan koperasi ini adalah inovasi dalam **pemasaran kolektif ternak sapi**, di mana koperasi menampung hasil ternak dari anggota dan menjualnya ke pasar-pasar besar di luar daerah dengan harga kompetitif. Hal ini menghilangkan peran tengkulak yang selama ini merugikan petani. Koperasi juga mengelola dana bergulir

yang digunakan untuk pengadaan bibit, pakan, dan kebutuhan produksi lainnya.

Meski demikian, Koperasi Saling Sakiki juga menghadapi berbagai tantangan. Di antaranya adalah :

1. Tingkat partisipasi anggota yang fluktuatif, terutama saat musim paceklik.
2. Terbatasnya kapasitas manajerial pengurus koperasi dalam mengelola organisasi modern.
3. Keterbatasan akses modal, terutama untuk pengembangan skala usaha yang lebih besar.
4. Kurangnya integrasi dengan teknologi informasi dalam pencatatan dan pemasaran.

Adapun **Upaya Pengembangan** untuk mengatasi tantangan tersebut, diperlukan sinergi antara koperasi, pemerintah daerah, dan lembaga pendidikan. Pelatihan manajemen koperasi, digitalisasi usaha, serta perluasan jaringan kemitraan pasar merupakan langkah strategis yang dapat memperkuat koperasi di daerah seperti Sumbawa.

G. Kesimpulan

Koperasi merupakan salah satu pilar penting dalam sistem perekonomian nasional yang berbasis pada asas kekeluargaan dan demokrasi ekonomi. Sebagai badan usaha yang dimiliki dan dikelola secara bersama oleh anggotanya, koperasi tidak hanya berfungsi untuk mengejar keuntungan semata, tetapi juga bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan anggotanya secara adil dan berkelanjutan.

Melalui prinsip-prinsip seperti keanggotaan sukarela, pengelolaan demokratis, dan partisipasi aktif, koperasi mampu menjadi wadah yang efektif dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat, khususnya di wilayah pedesaan dan daerah dengan tingkat keterbatasan akses terhadap sumber daya ekonomi.

Studi kasus Koperasi Tani Ternak “Saling Sakiki” di Kabupaten Sumbawa menunjukkan bagaimana koperasi dapat menjadi kekuatan ekonomi rakyat yang nyata. Melalui kolaborasi, manajemen usaha bersama, dan semangat gotong royong, koperasi ini mampu meningkatkan pendapatan anggotanya serta memperluas akses pasar bagi hasil pertanian dan peternakan. Meski masih menghadapi tantangan seperti rendahnya kapasitas manajerial dan keterbatasan modal, koperasi tersebut tetap menunjukkan potensi besar untuk berkembang lebih jauh.

H. Saran

Agar koperasi di daerah seperti Kabupaten Sumbawa dapat terus berkembang, diperlukan beberapa langkah konkret, antara lain; a) Peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan dan pendampingan, b) Penguatan akses permodalan dan digitalisasi sistem usaha koperasi, c) Dukungan aktif dari pemerintah daerah dan lembaga pendidikan dalam mengembangkan inovasi dan jaringan pasar. Dengan strategi tersebut, koperasi dapat menjadi motor penggerak ekonomi lokal yang kuat dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bung Hatta. (1954). *Membangun Koperasi dan Ekonomi Indonesia*. Jakarta: Penerbit Djambatan.
- Departemen Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (1992). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian*.
- International Cooperative Alliance (ICA). (1995). *Statement on the Cooperative Identity*.
<https://www.ica.coop/en/cooperatives/cooperative-identity>
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2023). *Data Perkembangan Koperasi Indonesia*.
<https://kemenkopukm.go.id>
- Nasution, S. (2019). *Revitalisasi Peran Koperasi Sebagai Pilar Ekonomi Rakyat*. *Jurnal Ekonomi Kerakyatan*, 5(1), 45-53.
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jurnal-ekonomi-kerakyatan/article/view/39827>
- Rahardjo, M. (2020). *Peran Koperasi dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat di Era Digital*. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 18(2), 112-120.
<https://doi.org/10.22212/jep.v18i2.2020>
- Samsuddin, H. (2022). *Studi Kasus: Peran Koperasi Tani Ternak "Saling Sakiki" dalam Meningkatkan Ekonomi Petani Sumbawa*. Laporan Penelitian Universitas Samawa.
<https://repository.unsa.ac.id/studi-kasus-koperasi-saling-sakiki>

TENTANG PENULIS



Indah Fitriana Sari, S.H.I., M.E

Penulis lahir di Sumbawa Besar tanggal 09 Mei 1990. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Teknologi Sumbawa. Menyelesaikan pendidikan sarjana di Jurusan Muamalat Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta (lulus tahun 2012). Kemudian Bekerja sebagai Pegawai Koperasi Pasar Brang Biji pada tahun 2012-2014. Kemudian Melanjutkan Studi Pascasarjana Konsentrasi Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta (lulus tahun 2016).

Penulis tercatat aktif sebagai Pengurus Daerah Masyarakat Ekonomi Syariah Kabupaten Sumbawa Nusa Tenggara Barat periode 2020-2024. Penulis aktif dalam program Kementerian Agama yakni “Program Sertifikasi Produk Halal bagi para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) periode 2023-2025.

“WHERE THERE IS A WILL THERE IS A WAY”

BAB 10

ANALISIS BIAYA DAN MANFAAT DALAM BISNIS

Hasmarudin, S.Pd., M.M.

A. Pendahuluan

Dalam dunia bisnis dan pengelolaan proyek, pengambilan keputusan yang tepat sangat bergantung pada pemahaman yang mendalam terhadap aspek biaya dan manfaat dari setiap pilihan yang dihadapi. Analisis biaya-manfaat merupakan salah satu alat penting yang digunakan untuk menilai kelayakan dan keberlanjutan suatu proyek atau kegiatan ekonomi. Melalui pendekatan ini, pengambil keputusan dapat membandingkan secara objektif antara biaya yang harus dikeluarkan dan manfaat yang akan diperoleh, sehingga dapat menentukan apakah suatu investasi layak untuk dilanjutkan atau perlu ditinjau kembali.

Urgensi dari pemahaman analisis biaya-manfaat semakin meningkat seiring dengan kompleksitas dan dinamika dunia usaha yang semakin kompetitif dan penuh ketidakpastian. Di era digital dan globalisasi saat ini, perusahaan dan pemerintah harus mampu melakukan evaluasi yang akurat terhadap berbagai proyek dan program yang akan dijalankan. Tanpa adanya analisis yang sistematis dan terukur, risiko kerugian dan pemborosan sumber daya akan semakin tinggi, yang pada akhirnya dapat mengancam keberlangsungan dan keberhasilan organisasi.

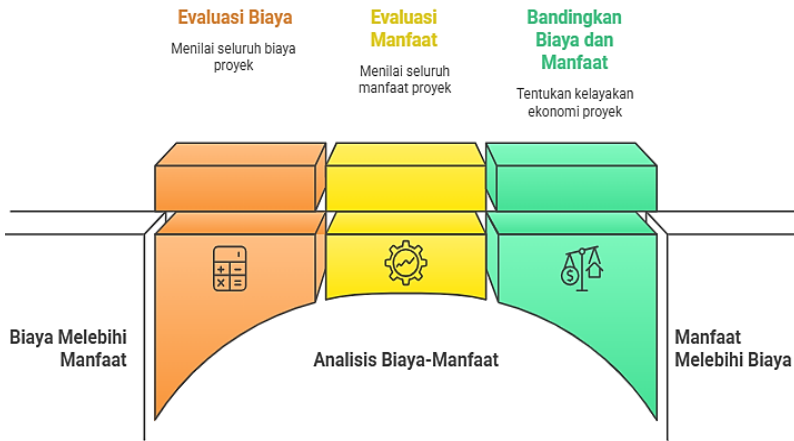
Selain itu, analisis biaya-manfaat juga menjadi landasan dalam pengambilan keputusan strategis yang berorientasi pada keberlanjutan dan tanggung jawab sosial. Dalam konteks pembangunan berkelanjutan, manfaat nonfinansial seperti dampak sosial dan lingkungan harus turut dipertimbangkan agar keputusan yang diambil tidak hanya menguntungkan secara ekonomi, tetapi juga memberikan manfaat jangka panjang bagi masyarakat dan planet. Oleh karena itu, penguasaan konsep dan teknik analisis biaya-manfaat menjadi sangat penting bagi mahasiswa yang akan menjadi profesional di bidang bisnis, manajemen, dan pengelolaan proyek.

Dalam modul ini, mahasiswa akan diajak untuk memahami secara mendalam pengertian dan komponen utama dari analisis biaya-manfaat, serta belajar mengklasifikasikan dan mengukur berbagai jenis biaya dan manfaat. Mereka juga akan dikenalkan pada berbagai teknik analisis yang dapat digunakan untuk menilai kelayakan ekonomi suatu proyek, termasuk studi kasus nyata yang akan memperkuat pemahaman dan keterampilan mereka. Dengan demikian, diharapkan mahasiswa tidak hanya mampu melakukan analisis secara teoritis, tetapi juga mampu mengaplikasikan pengetahuan tersebut dalam situasi nyata, sehingga dapat memberikan kontribusi positif dalam pengambilan keputusan bisnis dan pembangunan nasional.

B. Pengertian Analisis Biaya-Manfaat

Analisis biaya-manfaat (ABM) merupakan suatu metode evaluasi yang digunakan untuk menilai kelayakan suatu proyek, program, atau kebijakan dengan membandingkan seluruh biaya yang timbul dan manfaat yang diperoleh dari pelaksanaan proyek tersebut. Tujuan utama dari analisis ini adalah untuk menentukan apakah manfaat yang diperoleh melebihi biaya yang dikeluarkan,

sehingga proyek tersebut layak untuk dilaksanakan secara ekonomi (Boardman, Greenberg, Vining, & Weimer, 2018).



Gambar 10.1 Menilai Kelayakan Proyek dengan ABM

Dalam konteks ekonomi dan bisnis, ABM berfungsi sebagai alat pengambil keputusan yang objektif dan sistematis, membantu para pengambil kebijakan maupun manajer dalam menilai dampak ekonomi dari suatu kegiatan. Pendekatan ini tidak hanya mempertimbangkan aspek finansial secara langsung, tetapi juga manfaat dan biaya nonfinansial yang mungkin sulit diukur secara kuantitatif, seperti dampak sosial dan lingkungan. Dengan demikian, analisis biaya-manfaat menjadi instrumen penting dalam pengelolaan sumber daya yang efisien dan berkelanjutan (Keeney & Raiffa, 1993).

Menurut Hanley dan Spash (1993), ABM dapat diartikan sebagai proses identifikasi, pengukuran, dan perbandingan manfaat dan biaya dari suatu kegiatan atau proyek, yang bertujuan untuk membantu pengambil keputusan dalam memilih alternatif terbaik berdasarkan nilai ekonomi yang dihasilkan. Pendekatan ini juga dikenal sebagai analisis ekonomi yang berorientasi pada manfaat

sosial dan ekonomi secara luas, bukan hanya keuntungan finansial semata.

C. Klasifikasi dan Pengukuran Biaya

Pengklasifikasian biaya dalam analisis biaya-manfaat sangat penting agar pengukuran dan evaluasi dapat dilakukan secara akurat dan komprehensif. Secara umum, biaya dapat diklasifikasikan menjadi beberapa kategori utama, yaitu biaya langsung dan tidak langsung, biaya tetap dan variabel, serta biaya masa lalu dan masa depan.

1. Biaya Langsung dan Tidak Langsung

Biaya langsung adalah biaya yang secara langsung dapat diatribusikan kepada suatu proyek atau kegiatan tertentu. Contohnya adalah bahan baku, tenaga kerja langsung, dan peralatan yang digunakan secara spesifik untuk proyek tersebut. Sebaliknya, biaya tidak langsung adalah biaya yang tidak dapat diidentifikasi secara langsung dengan satu proyek tertentu, seperti biaya administrasi umum, listrik, dan sewa kantor yang digunakan secara umum (Drury, 2013).

2. Biaya Tetap dan Variabel

Biaya tetap adalah biaya yang jumlahnya tidak berubah meskipun volume produksi atau kegiatan meningkat atau menurun. Contohnya adalah biaya sewa gedung dan gaji manajer. Sedangkan biaya variabel adalah biaya yang berubah sesuai dengan volume kegiatan, seperti bahan baku dan upah lembur pekerja (Horngren, Sundem, & Stratton, 2014).

3. Pengukuran Biaya

Pengukuran biaya dilakukan dengan mengkuantifikasi seluruh biaya yang timbul selama pelaksanaan proyek. Pengukuran ini harus dilakukan secara cermat dan lengkap, termasuk biaya langsung dan tidak langsung, serta biaya tetap dan variabel. Pengukuran biaya juga harus mempertimbangkan aspek

waktu, karena biaya yang terjadi di masa depan harus didiskontokan ke nilai saat ini agar dapat dibandingkan secara adil dengan manfaat yang juga akan diperoleh di masa depan (Brealey, Myers, & Allen, 2017).

Contoh pengukuran biaya dalam proyek pembangunan jalan raya meliputi biaya bahan bangunan, tenaga kerja, alat berat, biaya administrasi, serta biaya pemeliharaan dan perbaikan di masa mendatang. Semua biaya ini harus dihitung secara lengkap dan akurat untuk mendapatkan gambaran biaya total yang diperlukan.

D. Penilaian Manfaat Finansial dan Nonfinansial

Penilaian manfaat dalam analisis biaya-manfaat tidak hanya terbatas pada manfaat finansial yang dapat diukur secara langsung, tetapi juga mencakup manfaat nonfinansial yang bersifat kualitatif dan kuantitatif. Pendekatan ini penting agar analisis menjadi komprehensif dan mencerminkan seluruh dampak dari proyek.

1. Manfaat Finansial

Manfaat finansial adalah manfaat yang dapat diukur secara langsung dalam bentuk peningkatan pendapatan, penghematan biaya, atau pengurangan kerugian. Contohnya adalah peningkatan penjualan akibat peluncuran produk baru, pengurangan biaya operasional melalui efisiensi proses, atau pengurangan biaya perawatan kendaraan melalui perbaikan infrastruktur. Pengukuran manfaat finansial biasanya dilakukan dengan menggunakan data keuangan historis dan proyeksi masa depan, serta analisis pengembalian investasi (ROI) dan nilai sekarang bersih (NPV) (Ross, Westerfield, & Jaffe, 2016).

2. Manfaat Nonfinansial

Manfaat nonfinansial meliputi aspek sosial, lingkungan, dan kualitatif lainnya yang sulit diukur secara langsung dengan angka. Contohnya adalah peningkatan citra perusahaan, kepuasan pelanggan, keberlanjutan lingkungan, dan peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar. Untuk menilai manfaat nonfinansial, digunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif seperti penilaian skala, survei persepsi, dan analisis dampak sosial (Pearce & Turner, 1989).



Gambar 10.2 Mengungkap Manfaat Nonfinansial

Sebagai contoh, sebuah proyek pembangunan taman kota tidak hanya memberikan manfaat berupa peningkatan nilai estetika dan kenyamanan warga, tetapi juga manfaat sosial seperti peningkatan kesehatan masyarakat dan penguatan kohesi sosial. Meskipun manfaat ini sulit diukur secara langsung, tetap harus dipertimbangkan dalam analisis keseluruhan.

3. Pendekatan Penilaian

Dalam praktiknya, penilaian manfaat nonfinansial dapat dilakukan dengan metode pengukuran nilai sosial ekonomi, seperti metode biaya perjalanan (travel cost method), metode nilai bersedia bayar (willingness to pay), dan analisis dampak sosial. Pendekatan ini membantu

mengkuantifikasi manfaat nonfinansial agar dapat dibandingkan secara proporsional dengan manfaat finansial (Mitchell & Carson, 1989).

E. Teknik Analisis Kelayakan Ekonomi

Berbagai teknik analisis digunakan untuk menilai kelayakan ekonomi dari suatu proyek berdasarkan perbandingan manfaat dan biaya yang telah diukur. Teknik utama yang umum digunakan meliputi analisis nilai sekarang bersih (NPV), tingkat pengembalian internal (IRR), dan rasio manfaat terhadap biaya (BCR).

1. Analisis Nilai Sekarang Bersih (NPV)

NPV adalah selisih antara nilai sekarang dari manfaat yang diperoleh dan nilai sekarang dari biaya yang dikeluarkan selama masa proyek. Rumusnya adalah:

$$\text{NPV} = \sum (\text{Manfaat bersih tahunan} / (1 + r)^t) - \text{Investasi awal}$$

di mana r adalah tingkat diskonto dan t adalah tahun ke- t . Jika NPV positif, proyek dianggap layak secara ekonomi karena manfaatnya melebihi biaya (Brealey et al., 2017).

2. Tingkat Pengembalian Internal (IRR)

IRR adalah tingkat diskonto yang membuat NPV sama dengan nol. Jika IRR lebih tinggi dari tingkat diskonto yang ditetapkan, maka proyek layak dilaksanakan. IRR memberikan gambaran tingkat pengembalian yang diharapkan dari investasi (Ross et al., 2016).

3. Rasio Manfaat terhadap Biaya (BCR)

BCR adalah rasio antara total manfaat yang didiskontokan dan total biaya yang didiskontokan. Jika BCR lebih besar dari 1, proyek dianggap layak karena manfaatnya lebih besar dari biaya. Rasio ini memudahkan

perbandingan antar proyek dengan skala berbeda (Boardman et al., 2018).

4. Analisis Sensitivitas dan Skenario

Selain teknik utama tersebut, analisis sensitivitas dan skenario digunakan untuk menguji ketahanan hasil evaluasi terhadap perubahan asumsi dan variabel kunci. Pendekatan ini membantu mengidentifikasi risiko dan ketidakpastian yang mungkin mempengaruhi kelayakan proyek (Keeney & Raiffa, 1993).

F. Studi Kasus Analisis Biaya-Manfaat pada Proyek Bisnis

Sebagai ilustrasi, pertimbangkan sebuah perusahaan yang berencana membangun pabrik pengolahan limbah untuk meningkatkan keberlanjutan lingkungan dan memenuhi regulasi pemerintah. Proyek ini memerlukan investasi awal sebesar Rp10 miliar, dengan estimasi manfaat finansial berupa penghematan biaya operasional sebesar Rp2 miliar per tahun selama 10 tahun, serta manfaat nonfinansial berupa peningkatan citra perusahaan dan pengurangan dampak lingkungan.

Langkah 1: Menghitung Biaya

Biaya utama adalah investasi awal sebesar Rp10 miliar. Selain itu, biaya operasional tahunan selama masa proyek diperkirakan sebesar Rp500 juta, termasuk biaya pemeliharaan dan tenaga kerja. Total biaya selama 10 tahun, termasuk diskonto, dihitung dengan tingkat diskonto 8% (Brealey et al., 2017).

Langkah 2: Menghitung Manfaat

Manfaat finansial utama adalah penghematan biaya operasional sebesar Rp2 miliar per tahun. Manfaat nonfinansial, seperti peningkatan citra dan keberlanjutan, diestimasi setara dengan manfaat finansial sebesar Rp1 miliar per tahun, berdasarkan survei persepsi masyarakat dan analisis dampak sosial.

Langkah 3: Analisis NPV dan IRR

Dengan menggunakan rumus NPV dan IRR, hasil perhitungan menunjukkan bahwa:

1. **NPV** proyek sebesar Rp4,2 miliar, yang berarti manfaat melebihi biaya dan proyek layak secara ekonomi.
2. **IRR** proyek mencapai 15%, lebih tinggi dari tingkat diskonto 8%, sehingga proyek dianggap menguntungkan.

Langkah 4: Evaluasi Risiko

Analisis sensitivitas menunjukkan bahwa jika biaya operasional meningkat 20% atau manfaat finansial menurun 15%, NPV tetap positif, menunjukkan ketahanan proyek terhadap risiko tersebut.

G. Rangkuman

Analisis biaya-manfaat (ABM) adalah metode evaluasi yang membandingkan seluruh biaya dan manfaat dari suatu proyek, program, atau kebijakan untuk menilai kelayakannya secara ekonomi. Tujuan utamanya adalah memastikan manfaat yang diperoleh melebihi biaya yang dikeluarkan, sehingga proyek layak dilaksanakan. ABM berfungsi sebagai alat pengambil keputusan yang objektif dan sistematis, mempertimbangkan aspek finansial dan nonfinansial, termasuk dampak sosial dan lingkungan. Pendekatan ini membantu pengelolaan sumber daya secara efisien dan berkelanjutan.

1. Pengklasifikasian biaya penting untuk akurasi evaluasi, meliputi biaya langsung dan tidak langsung, tetap dan variabel, serta biaya masa lalu dan masa depan. Pengukuran biaya harus lengkap dan mempertimbangkan aspek waktu dengan diskonto nilai masa depan ke nilai saat ini.
2. Manfaat dalam ABM meliputi manfaat finansial yang dapat diukur langsung seperti peningkatan pendapatan dan penghematan biaya, serta manfaat nonfinansial

seperti dampak sosial dan lingkungan yang sulit diukur secara kuantitatif. Penilaian manfaat nonfinansial dilakukan melalui pendekatan kualitatif dan kuantitatif.

3. Teknik analisis kelayakan ekonomi meliputi NPV, IRR, dan BCR, yang membantu menilai apakah manfaat melebihi biaya dan seberapa besar pengembalian investasi. Analisis sensitivitas dan skenario digunakan untuk menguji ketahanan hasil terhadap perubahan asumsi.
4. Studi kasus pembangunan pabrik pengolahan limbah menunjukkan penerapan ABM dalam menilai kelayakan proyek secara komprehensif, termasuk perhitungan biaya, manfaat, dan analisis risiko, yang menunjukkan proyek layak secara ekonomi dan berkelanjutan.

Dengan demikian, ABM menjadi instrumen penting dalam pengambilan keputusan investasi dan pengelolaan sumber daya yang efisien dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Dumas, M., La Rosa, M., Mendling, J., & Reijers, H. A. (2018). *Fundamentals of Business Process Management*. Springer.
- Goldratt, E. M. (2019). *The Goal: A Process of Ongoing Improvement*. North River Press.
- Harmon, P. (2019). *Business Process Change: A Business Process Management Guide for Managers and Process Professionals*. Morgan Kaufmann.
- Rother, M., & Shook, J. (2019). *Learning to See: Value Stream Mapping to Add Value and Eliminate MUDA*. Lean Enterprise Institute.
- White, S. A. (2018). *Business Process Model and Notation (BPMN) Version 2.0*. Object Management Group.

TENTANG PENULIS



Hasmarudin, S.Pd., M.M.

Lahir di Pulau, 23 Mei 1969. Sejak tahun 2010 sampai sekarang menjadi Kepala sekolah di SMK Negeri 1 Suak Tapeh. Memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd) dari Fakultas Pendidikan Biologi Universitas Sriwijaya Palembang (1997). Memperoleh gelar Magister Manajemen (M.M) dari Program Studi Manajemen Pendidikan Universitas Tridinanti Palembang (2014). Saat ini sebagai Kepala Sekolah SMK Negeri 1 Suak Tapeh Kabupaten Banyuasin Provinsi Sumatera Selatan.

BAB 11

PENGAMBILAN KEPUTUSAN DALAM BISNIS

Dr. Indriana Kristiawati, S.E., M.M.

A. Pendahuluan

1. Definisi pengambilan keputusan dalam konteks bisnis

Dalam dunia bisnis yang dinamis dan kompetitif, pengambilan keputusan merupakan inti dari setiap aktivitas manajerial. Keputusan bisnis mencerminkan pilihan strategis yang diambil oleh individu atau kelompok dalam organisasi untuk mencapai tujuan tertentu, berdasarkan informasi yang tersedia, analisis situasi, dan pertimbangan risiko.

Menurut Vera Herlina (2025), “pengambilan keputusan merupakan salah satu aspek paling krusial dalam manajemen bisnis, karena keputusan yang tepat dapat membawa perusahaan menuju kesuksesan dan pertumbuhan, sementara keputusan yang buruk bisa berakibat gagal dan kerugian besar”. Pernyataan ini menegaskan bahwa kualitas keputusan sangat menentukan arah dan keberlangsungan organisasi.

Secara konseptual, pengambilan keputusan dalam bisnis dapat didefinisikan sebagai proses sistematis dalam memilih satu alternatif terbaik dari beberapa opsi yang tersedia, dengan mempertimbangkan tujuan organisasi, kondisi internal dan eksternal, serta dampak jangka pendek dan panjang. Proses ini tidak hanya melibatkan

logika dan data, tetapi juga intuisi, pengalaman, dan nilai-nilai organisasi.

Wildan Fathoni dkk. (2025) menambahkan bahwa “pengambilan keputusan merupakan proses fundamental dalam setiap organisasi, yang secara langsung memengaruhi arah, kinerja, dan pencapaian tujuan organisasi”. Oleh karena itu, kemampuan untuk mengambil keputusan yang tepat menjadi kompetensi utama bagi para pemimpin bisnis di era ketidakpastian dan transformasi digital.

2. Pentingnya pengambilan keputusan yang efektif

Pengambilan keputusan yang efektif merupakan fondasi utama dalam keberhasilan bisnis modern. Di tengah lingkungan yang penuh ketidakpastian, kompetisi global, dan perubahan teknologi yang cepat, kemampuan untuk membuat keputusan yang tepat menjadi keunggulan strategis bagi organisasi.

Beberapa alasan pentingnya pengambilan keputusan yang efektif dalam bisnis antara lain:

- a. Menentukan arah strategis organisasi
Keputusan yang tepat membantu menetapkan visi, misi, dan strategi jangka panjang yang relevan dengan kondisi pasar dan potensi internal.
- b. Mengoptimalkan penggunaan sumber daya
Dengan keputusan yang terukur, perusahaan dapat mengalokasikan dana, tenaga kerja, dan waktu secara efisien.
- c. Mengurangi risiko dan ketidakpastian
Proses keputusan yang berbasis data dan analisis dapat mengidentifikasi potensi risiko dan merancang mitigasi yang sesuai.
- d. Meningkatkan daya saing dan inovasi
Keputusan yang responsif terhadap perubahan pasar mendorong inovasi produk, layanan, dan model bisnis.

e. Memperkuat koordinasi dan akuntabilitas

Keputusan yang jelas dan komunikatif memperkuat sinergi antar tim dan meningkatkan rasa tanggung jawab dalam pelaksanaannya.

Menurut Herlina, “pengambilan keputusan yang efektif tidak hanya menentukan arah dan strategi bisnis, tetapi juga mempengaruhi keberlangsungan jangka panjang perusahaan”³.

Keputusan yang efektif tidak hanya berdampak pada hasil finansial, tetapi juga pada reputasi dan keberlanjutan organisasi. Dalam era digital dan keterbukaan informasi, keputusan yang tidak tepat dapat dengan cepat menjadi sorotan publik dan menimbulkan krisis kepercayaan. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk memiliki mekanisme pengambilan keputusan yang transparan, berbasis data, dan mempertimbangkan aspek etis serta sosial

Dalam konteks manajerial, pengambilan keputusan yang efektif juga memperkuat kepemimpinan. Pemimpin yang mampu membuat keputusan yang tepat dan komunikatif akan lebih dihormati dan diikuti oleh timnya. Keputusan yang jelas dan konsisten menciptakan rasa aman dan kepercayaan di antara anggota organisasi, yang pada gilirannya meningkatkan produktivitas dan kolaborasi.

Keputusan yang efektif menjadi fondasi inovasi dan adaptasi. Di tengah disrupsi teknologi dan perubahan perilaku konsumen, organisasi yang mampu mengambil keputusan dengan cepat dan akurat akan lebih siap menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang. Seperti yang ditegaskan oleh Sari dan Prasetyo (2025), “pengambilan keputusan yang adaptif dan berbasis data merupakan kunci untuk mempertahankan relevansi bisnis di era transformasi digital”

3. Hubungan antara keputusan dan keberhasilan organisasi

Pengambilan keputusan yang tepat merupakan elemen krusial dalam pencapaian keberhasilan organisasi. Setiap keputusan yang diambil oleh manajemen – baik di tingkat strategis, taktis, maupun operasional – akan berdampak langsung terhadap arah, efektivitas, dan efisiensi organisasi. Keputusan yang selaras dengan visi dan misi organisasi dapat memperkuat posisi kompetitif, meningkatkan kinerja, serta mempercepat pencapaian tujuan jangka panjang. Lebih lanjut, Fathoni et al. (2025) menyatakan bahwa pengambilan keputusan merupakan proses fundamental yang memengaruhi arah dan kinerja organisasi secara keseluruhan. Keputusan yang tidak hanya mempertimbangkan aspek rasional, tetapi juga memperhatikan faktor psikologis dan nilai-nilai organisasi, akan menghasilkan kebijakan yang lebih adaptif dan berkelanjutan.

Keputusan yang berkualitas juga berperan dalam membentuk budaya organisasi yang proaktif dan berorientasi pada solusi. Ketika pemimpin dan tim terbiasa mengambil keputusan secara sistematis dan bertanggung jawab, maka akan tercipta lingkungan kerja yang mendukung inovasi, kolaborasi, dan pembelajaran berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan temuan dari Sari dan Prasetyo (2025) yang menyatakan bahwa organisasi dengan pola pengambilan keputusan yang terbuka dan partisipatif cenderung memiliki tingkat adaptabilitas dan kepuasan kerja yang lebih tinggi.

Keputusan yang sistematis dan berbasis data juga berkontribusi pada penciptaan budaya organisasi yang adaptif dan inovatif. Organisasi yang terbiasa melakukan evaluasi terhadap dampak keputusan cenderung lebih responsif terhadap perubahan lingkungan eksternal dan lebih mampu mengelola risiko. Saputra et al. (2024)

menekankan bahwa proses keputusan yang terstruktur dan partisipatif meningkatkan akuntabilitas serta mendorong keterlibatan karyawan dalam pencapaian tujuan bersama. Selain itu, keputusan yang tepat dapat memperkuat hubungan dengan stakeholder, baik internal maupun eksternal. Ketika keputusan mencerminkan nilai-nilai organisasi dan mempertimbangkan kepentingan berbagai pihak, maka kepercayaan dan loyalitas terhadap organisasi akan meningkat. Febriana (2025) menyatakan bahwa strategi pengambilan keputusan yang inklusif dan berorientasi pada keberlanjutan menjadi kunci dalam membangun reputasi dan daya saing jangka panjang.

B. Jenis-Jenis Keputusan Bisnis

Pengambilan keputusan dipandang sebagai proses fundamental yang merefleksikan kapasitas institusi dalam merespons dinamika lingkungan bisnis. Keputusan yang diambil oleh aktor organisasi—baik pada level strategis, taktis, maupun operasional—memiliki implikasi langsung terhadap efektivitas, efisiensi, dan keberlanjutan organisasi. Oleh karena itu, klasifikasi jenis-jenis keputusan bisnis menjadi instrumen analitis yang penting dalam memahami struktur dan pola pengambilan keputusan di berbagai level manajerial.

Secara konseptual, keputusan bisnis dapat dikategorikan berdasarkan tingkat kompleksitas, cakupan dampak, dan horizon waktu. Keputusan strategis, misalnya, bersifat jangka panjang dan menyangkut arah kebijakan makro organisasi, sementara keputusan taktis berfungsi sebagai penghubung antara strategi dan pelaksanaan teknis di tingkat unit kerja. Di sisi lain, keputusan operasional bersifat rutin dan teknis, berorientasi pada pelaksanaan tugas harian yang mendukung kelancaran proses bisnis.

Selain klasifikasi berdasarkan tingkat manajerial, keputusan bisnis juga dapat dibedakan antara keputusan yang bersifat rutin dan non-rutin. Keputusan rutin biasanya terstruktur dan mengikuti prosedur standar operasional (SOP), sedangkan keputusan non-rutin menuntut analisis situasional, kreativitas, dan pertimbangan multidimensi karena sifatnya yang tidak terduga dan berdampak luas.

Pemahaman terhadap jenis-jenis keputusan ini tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga memiliki nilai praktis dalam mendesain sistem pengambilan keputusan yang adaptif, akuntabel, dan berbasis data. Dalam konteks organisasi modern yang dihadapkan pada volatilitas pasar dan kompleksitas regulasi, kemampuan untuk mengidentifikasi dan mengelola berbagai jenis keputusan menjadi kompetensi strategis yang menentukan daya saing institusi. Berikut adalah penjelasan lengkap dan terstruktur mengenai jenis-jenis keputusan dalam bisnis, yang dapat digunakan untuk modul pelatihan, materi kuliah, atau pengembangan kebijakan manajerial:

1. Keputusan Strategis

Keputusan strategis adalah keputusan jangka panjang yang bersifat menyeluruh dan berdampak besar terhadap arah dan masa depan organisasi. Biasanya diambil oleh level eksekutif atau pimpinan tertinggi, keputusan ini menyangkut visi, misi, ekspansi pasar, diversifikasi produk, merger, dan investasi besar.

Karakteristik:

- a. Berdampak luas dan jangka panjang
- b. Melibatkan risiko tinggi dan ketidakpastian
- c. Memerlukan analisis lingkungan eksternal dan internal

Contoh: Menentukan strategi digitalisasi perusahaan atau ekspansi ke pasar internasional.

2. Keputusan Taktis

Keputusan taktis adalah keputusan jangka menengah yang mendukung pelaksanaan strategi. Biasanya diambil oleh manajer tingkat menengah dan berfokus pada pengalokasian sumber daya, pengembangan program, dan pengaturan operasional lintas divisi.

Karakteristik:

- a. Berdampak pada unit atau departemen tertentu
- b. Bersifat adaptif terhadap strategi utama
- c. Fokus pada efisiensi dan efektivitas pelaksanaan

Contoh: Menentukan metode pelatihan karyawan untuk mendukung transformasi digital.

3. Keputusan Operasional

Keputusan operasional adalah keputusan jangka pendek yang bersifat rutin dan teknis, diambil oleh manajer lini atau supervisor. Keputusan ini berkaitan dengan pelaksanaan tugas harian, jadwal kerja, pengadaan barang, dan penanganan masalah teknis.

Karakteristik:

- a. Berdampak langsung pada aktivitas harian
- b. Bersifat terprogram dan berulang
- c. Memerlukan respons cepat dan praktis

Contoh: Menyusun jadwal shift kerja atau memutuskan vendor untuk pengadaan alat tulis kantor.

4. Keputusan Rutin vs. Non-Rutin

a. Keputusan Rutin

Keputusan yang diambil secara berulang dengan prosedur standar. Biasanya sudah memiliki SOP dan tidak memerlukan analisis mendalam.

Contoh: Menyetujui permintaan cuti tahunan karyawan sesuai kebijakan HR.

b. Keputusan Non-Rutin

Keputusan yang bersifat unik, kompleks, dan tidak memiliki pola tetap. Memerlukan analisis situasional, kreativitas, dan pertimbangan multidimensi.

Contoh: Menentukan langkah penanganan krisis reputasi akibat isu publik yang viral.

C. Proses Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan dalam konteks bisnis merupakan proses berurutan yang melibatkan identifikasi masalah, analisis informasi, pengembangan alternatif, hingga evaluasi hasil. Proses ini bertujuan untuk menghasilkan keputusan yang rasional, terukur, dan berdampak positif terhadap kinerja organisasi. Pengambilan keputusan merupakan proses sistematis yang menjadi inti dari aktivitas manajerial dalam organisasi bisnis. Proses ini tidak hanya mencerminkan kemampuan kognitif individu atau tim dalam memilih alternatif terbaik, tetapi juga menjadi indikator efektivitas tata kelola dan ketepatan arah strategis perusahaan. Dalam konteks bisnis modern yang sarat dengan kompleksitas dan ketidakpastian, pengambilan keputusan yang terstruktur dan berbasis data menjadi prasyarat utama bagi keberhasilan organisasi.

Menurut Laoyan (2025), proses pengambilan keputusan adalah metode yang mencakup pengumpulan informasi, penilaian alternatif, dan penentuan pilihan akhir yang paling sesuai dengan tujuan organisasi. Proses ini tidak bersifat linear, melainkan iteratif dan adaptif terhadap dinamika lingkungan internal maupun eksternal. Setiap tahapan dalam proses keputusan memiliki peran penting dalam memastikan bahwa keputusan yang diambil bersifat rasional, terukur, dan dapat dipertanggungjawabkan secara strategis maupun operasional. Berikut adalah tahapan-tahapan utama dalam proses pengambilan keputusan:

1. Identifikasi Masalah atau Peluang

Tahap awal ini berfokus pada pengenalan situasi yang memerlukan intervensi manajerial. Masalah dapat berupa hambatan operasional, penurunan kinerja, atau ketidaksesuaian antara hasil dan target. Sebaliknya, peluang muncul dari perubahan eksternal seperti tren pasar, teknologi baru, atau regulasi yang menguntungkan. Tujuan utama tahap ini adalah merumuskan isu secara jelas agar dapat dianalisis secara sistematis.

2. Pengumpulan dan Analisis Informasi

Setelah masalah atau peluang teridentifikasi, organisasi perlu mengumpulkan data yang relevan. Informasi dapat bersumber dari laporan keuangan, survei pelanggan, data pasar, atau benchmarking kompetitor. Analisis dilakukan untuk memahami akar masalah, pola, dan variabel yang memengaruhi situasi. Analisis yang akurat menjadi dasar bagi pengambilan keputusan yang berbasis bukti (*evidence-based decision making*).

3. Pengembangan Alternatif Solusi

Tahap ini melibatkan eksplorasi berbagai opsi atau pendekatan yang dapat digunakan untuk menyelesaikan masalah atau memanfaatkan peluang. Alternatif dapat bersifat konservatif, moderat, atau inovatif, tergantung pada konteks dan toleransi risiko organisasi. Kreativitas dan partisipasi lintas fungsi sangat penting dalam menghasilkan alternatif yang komprehensif.

4. Evaluasi dan Pemilihan Alternatif Terbaik

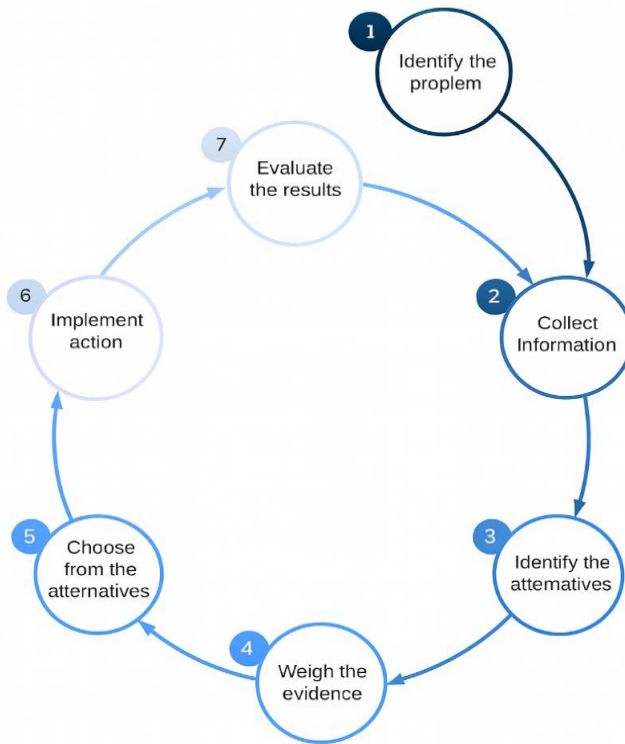
Setiap alternatif dianalisis berdasarkan kriteria tertentu seperti biaya, manfaat, risiko, waktu, dan kesesuaian dengan strategi organisasi. Teknik evaluasi dapat berupa analisis SWOT, matriks keputusan, atau simulasi skenario. Pemilihan alternatif terbaik harus mempertimbangkan trade-off antara efisiensi dan efektivitas.

5. Implementasi Keputusan

Keputusan yang telah dipilih kemudian diterjemahkan ke dalam rencana aksi. Tahap ini mencakup penugasan tanggung jawab, alokasi sumber daya, penjadwalan, dan komunikasi internal. Keberhasilan implementasi sangat bergantung pada koordinasi dan komitmen seluruh pihak terkait. Manajemen perubahan dan komunikasi strategis menjadi faktor kunci dalam tahap ini.

6. Evaluasi Hasil dan Umpan Balik

Tahap akhir melibatkan pengukuran dampak keputusan terhadap indikator kinerja yang telah ditetapkan. Evaluasi dilakukan untuk mengetahui efektivitas keputusan dan mengidentifikasi area perbaikan. Umpan balik digunakan untuk menyempurnakan proses pengambilan keputusan di masa mendatang. Evaluasi yang sistematis memperkuat siklus pembelajaran organisasi dan meningkatkan kualitas keputusan berikutnya.



Gambar 11.1 Proses Pengambilan Keputusan

D. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan dalam organisasi bisnis tidak terjadi dalam ruang hampa. Ia dipengaruhi oleh berbagai faktor yang bersifat internal, eksternal, maupun psikologis. Pemahaman terhadap faktor-faktor ini penting untuk memastikan bahwa keputusan yang diambil bersifat rasional, kontekstual, dan adaptif terhadap dinamika lingkungan. Menurut Fathoni et al. (2025), proses pengambilan keputusan dipengaruhi oleh struktur organisasi, nilai-nilai individu, serta tekanan situasional yang dihadapi oleh pengambil keputusan.



Gambar 11.2 Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan

Dalam praktiknya, faktor internal seperti budaya organisasi dan struktur birokrasi dapat membentuk pola pikir dan preferensi dalam pengambilan keputusan. Sementara itu, faktor eksternal seperti regulasi pemerintah, kondisi pasar, dan perkembangan teknologi menuntun organisasi untuk bersikap responsif dan inovatif. Di sisi lain, faktor psikologis seperti intuisi, bias kognitif, dan tekanan waktu sering kali memengaruhi kualitas keputusan, terutama dalam situasi yang kompleks dan mendesak (Nitanto et al., 2024). Berikut adalah Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan

1. Faktor Internal

- a. Budaya organisasi: Nilai-nilai, norma, dan kebiasaan yang berlaku dalam organisasi memengaruhi cara individu dan tim merespons masalah dan peluang. Budaya yang terbuka terhadap inovasi cenderung menghasilkan keputusan yang progresif.
- b. Struktur organisasi: Tingkat hierarki, sentralisasi, dan alur komunikasi menentukan siapa yang berwenang mengambil keputusan dan bagaimana informasi mengalir.

- c. Sumber daya: Ketersediaan dana, SDM, teknologi, dan waktu menjadi batasan sekaligus penentu dalam memilih alternatif keputusan.

2. Faktor Eksternal

- a. Pasar: Perubahan preferensi konsumen, tren industri, dan dinamika kompetitor memengaruhi arah keputusan strategis.
- b. Regulasi: Kebijakan pemerintah, peraturan pajak, dan standar industri menjadi batasan legal yang harus dipatuhi dalam pengambilan keputusan.
- c. Teknologi: Kemajuan teknologi membuka peluang baru sekaligus menuntut adaptasi dalam proses bisnis dan pengambilan keputusan.
- d. Kompetitor: Strategi dan inovasi pesaing menjadi referensi sekaligus tekanan eksternal yang memengaruhi keputusan organisasi.

3. Faktor Psikologis

- a. Intuisi: Pengalaman dan naluri sering kali digunakan dalam situasi yang tidak sepenuhnya terstruktur, terutama oleh pemimpin senior.
- b. Bias kognitif: Kesalahan berpikir seperti overconfidence, anchoring, atau confirmation bias dapat menurunkan kualitas keputusan.
- c. Tekanan waktu: Deadline yang ketat dapat memaksa pengambil keputusan untuk memilih alternatif tanpa analisis mendalam.

E. Teknik dan Alat Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan yang efektif memerlukan pendekatan sistematis dan dukungan alat analisis yang relevan. Berbagai teknik telah dikembangkan untuk membantu pengambil keputusan dalam mengevaluasi alternatif, mengukur risiko, dan memilih solusi terbaik. Teknik dan alat pengambilan keputusan berfungsi sebagai kerangka analitis yang membantu manajer dalam

mengevaluasi berbagai alternatif, mengidentifikasi risiko, dan memilih solusi yang paling rasional dan berdampak.

Menurut Safrin (2025), penggunaan alat seperti analisis SWOT, matriks keputusan, dan analisis biaya-manfaat memungkinkan organisasi untuk menilai keputusan secara objektif dan terstruktur. Sementara itu, pendekatan berbasis teknologi seperti business intelligence dan data analytics telah merevolusi cara organisasi mengakses, mengolah, dan memvisualisasikan informasi untuk mendukung keputusan strategis. Dengan demikian, penguasaan terhadap berbagai teknik dan alat pengambilan keputusan menjadi kompetensi penting bagi para pemimpin dan manajer. Tidak hanya meningkatkan kualitas keputusan, tetapi juga memperkuat daya saing organisasi melalui proses yang lebih transparan, adaptif, dan berbasis bukti. Berikut adalah enam teknik utama yang umum digunakan dalam praktik bisnis:

1. Analisis SWOT

Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) digunakan untuk mengevaluasi posisi strategis organisasi atau proyek. Teknik ini membantu mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta eksternal (peluang dan ancaman) yang memengaruhi keputusan. SWOT adalah alat dasar yang digunakan untuk memahami posisi organisasi dalam lingkungan kompetitif" (Safrin, 2025).

Kegunaan:

- a. Menyusun strategi bisnis
- b. Menilai kelayakan proyek atau produk baru
- c. Mengidentifikasi risiko dan potensi pertumbuhan

2. Matriks Keputusan

Matriks keputusan adalah alat kuantitatif yang digunakan untuk membandingkan berbagai alternatif berdasarkan sejumlah kriteria. Setiap alternatif diberi skor, dan hasil akhir menunjukkan opsi yang paling optimal.

“Matriks keputusan memungkinkan pengambil keputusan untuk menilai alternatif secara sistematis dan transparan” (Guru99, 2025).

Kegunaan:

- a. Membantu memilih vendor, lokasi, atau strategi
- b. Mengurangi subjektivitas dalam pengambilan keputusan
- c. Memfasilitasi diskusi tim secara objektif

3. Analisis Biaya-Manfaat (Cost-Benefit Analysis)

Teknik ini membandingkan total biaya dan manfaat dari suatu keputusan atau proyek. Tujuannya adalah memastikan bahwa manfaat yang diperoleh lebih besar daripada biaya yang dikeluarkan. “Analisis biaya-manfaat adalah pendekatan ekonomi yang digunakan untuk menilai efisiensi keputusan” (Safrin, 2025)

Kegunaan:

- a. Menilai kelayakan investasi
- b. Mengoptimalkan alokasi sumber daya
- c. Mendukung keputusan anggaran dan perencanaan

4. Decision Tree

Decision tree adalah representasi grafis dari proses pengambilan keputusan yang bercabang berdasarkan pilihan dan hasil yang mungkin terjadi. Setiap cabang menunjukkan konsekuensi dari suatu keputusan.

Kegunaan:

- a. Menangani keputusan yang kompleks dan bertahap
- b. Memvisualisasikan risiko dan hasil
- c. Mendukung pengambilan keputusan berbasis probabilitas

5. Simulasi dan Pemodelan

Simulasi dan pemodelan digunakan untuk menguji dampak keputusan dalam lingkungan virtual sebelum diterapkan secara nyata. Teknik ini sering digunakan

dalam perencanaan keuangan, logistik, dan operasi. “Simulasi memungkinkan organisasi untuk mengevaluasi keputusan dalam kondisi yang mendekati realitas” (Safrin, 2025).

Kegunaan:

- a. Menguji skenario “what-if”
- b. Mengurangi risiko implementasi
- c. Mendukung pengambilan keputusan berbasis data dinamis

6. Business Intelligence dan Data Analytics

Business Intelligence (BI) dan data analytics adalah pendekatan berbasis teknologi yang mengintegrasikan data internal dan eksternal untuk mendukung pengambilan keputusan. BI mencakup dashboard, visualisasi data, dan analisis prediktif. “BI dan data analytics telah merevolusi cara organisasi mengambil keputusan dengan memanfaatkan big data dan machine learning” (Asana, 2025).

Kegunaan:

- a. Mengidentifikasi tren dan pola per
- b. Mendukung keputusan real-time
- c. Meningkatkan akurasi dan kecepatan pengambilan keputusan

F. Tantangan dan Risiko dalam Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan dalam organisasi bisnis merupakan proses yang tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga strategis dan multidimensional. Di balik setiap keputusan terdapat serangkaian tantangan yang kompleks dan risiko yang melekat, yang jika tidak dikelola secara cermat dapat mengganggu stabilitas dan keberlanjutan organisasi. Dalam konteks manajerial, kemampuan untuk mengidentifikasi, memahami, dan mengantisipasi tantangan

serta risiko ini menjadi kompetensi inti yang membedakan antara keputusan yang reaktif dan keputusan yang resilien.

Salah satu tantangan utama dalam pengambilan keputusan adalah ketidakpastian. Ketidakpastian muncul dari dinamika eksternal seperti perubahan regulasi, fluktuasi pasar, disrupsi teknologi, dan instabilitas geopolitik. Ketika variabel-variabel ini tidak dapat diprediksi secara akurat, maka keputusan yang diambil berisiko tinggi mengalami deviasi dari hasil yang diharapkan. Selain itu, kompleksitas organisasi modern—yang ditandai oleh struktur multilevel, keterkaitan antar fungsi, dan volume data yang besar—menambah lapisan kesulitan dalam merumuskan keputusan yang tepat waktu dan tepat sasaran.

Di sisi lain, risiko kegagalan merupakan konsekuensi nyata dari keputusan yang tidak terinformasi atau tidak kontekstual. Kegagalan dapat berupa kerugian finansial, penurunan reputasi, konflik internal, atau bahkan hilangnya kepercayaan stakeholder. Menurut CRMS Indonesia (2025), risiko bisnis di era pasca-pandemi semakin dipengaruhi oleh faktor-faktor non-tradisional seperti tekanan sosial, ekspektasi ESG (Environmental, Social, Governance), dan volatilitas digital. Oleh karena itu, keputusan yang diambil tanpa mempertimbangkan spektrum risiko yang luas berpotensi menimbulkan dampak sistemik.

Untuk menghadapi tantangan tersebut, organisasi perlu menerapkan manajemen risiko dalam proses keputusan secara terintegrasi. Manajemen risiko bukan sekadar mekanisme kontrol, tetapi merupakan pendekatan strategis yang mencakup identifikasi risiko, penilaian probabilitas dan dampak, pengembangan strategi mitigasi, serta monitoring berkelanjutan. Dalam praktiknya, manajemen risiko yang efektif melibatkan kolaborasi lintas fungsi, pemanfaatan teknologi analitik, dan pembentukan budaya organisasi yang adaptif terhadap ketidakpastian.

Dengan demikian, pengambilan keputusan yang berkualitas tidak hanya ditentukan oleh ketepatan analisis, tetapi juga oleh kemampuan organisasi dalam mengelola tantangan dan risiko secara proaktif. Keputusan yang resilien adalah keputusan yang mempertimbangkan skenario terburuk, mengintegrasikan perspektif multidisipliner, dan tetap fleksibel terhadap perubahan yang tidak terduga.

1. Ketidakpastian dan Kompleksitas

Ketidakpastian merupakan elemen yang melekat dalam setiap proses pengambilan keputusan, terutama dalam konteks bisnis global yang dipengaruhi oleh fluktuasi ekonomi, perubahan teknologi, dan dinamika geopolitik. Kompleksitas muncul dari banyaknya variabel yang saling berinteraksi, baik internal maupun eksternal, yang membuat prediksi hasil keputusan menjadi sulit. Tantangan utama bisnis di era ini adalah ketidakpastian global yang dipicu oleh konflik regional, kebijakan moneter ketat, dan pelambatan ekonomi di negara-negara besar seperti China.

2. Risiko Kegagalan dan Dampaknya

Setiap keputusan membawa potensi kegagalan, baik dalam bentuk kerugian finansial, penurunan reputasi, maupun gangguan operasional. Risiko ini dapat bersumber dari kesalahan analisis, asumsi yang tidak akurat, atau implementasi yang tidak efektif. Dampak kegagalan keputusan meliputi:

- a. Kehilangan peluang bisnis
- b. Penurunan kepercayaan stakeholder
- c. Biaya pemulihan yang tinggi
- d. Gangguan terhadap keberlanjutan operasional

CRMS Indonesia (2025) mencatat bahwa risiko ketidakpastian ekonomi global dan perubahan drastis dalam dinamika sosial menjadi ancaman utama yang dapat menggagalkan keputusan strategis organisasi.

3. Manajemen Risiko dalam Proses Keputusan

Manajemen risiko adalah pendekatan sistematis untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan mengendalikan risiko yang terkait dengan keputusan. Dalam proses pengambilan keputusan, manajemen risiko berfungsi sebagai mekanisme mitigasi yang membantu organisasi mengurangi dampak negatif dan meningkatkan ketahanan.

Langkah-langkah manajemen risiko meliputi:

- a. Identifikasi risiko potensial sebelum keputusan diambil
- b. Penilaian probabilitas dan dampak risiko
- c. Pengembangan strategi mitigasi (diversifikasi, pengujian skenario, asuransi)
- d. Monitoring dan evaluasi pasca-implementasi



Gambar 11.3 Tantangan dalam pengambilan keputusan bisnis

G. Etika dan Tanggung Jawab dalam Pengambilan Keputusan

Dalam lanskap bisnis kontemporer yang semakin kompleks dan terdigitalisasi, pengambilan keputusan tidak lagi semata-mata dinilai dari efisiensi operasional atau keuntungan finansial. Keputusan yang diambil oleh manajer dan pemimpin organisasi kini harus memenuhi standar etika yang tinggi serta mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan secara menyeluruh. Etika dan tanggung jawab dalam pengambilan keputusan menjadi dimensi krusial yang menentukan legitimasi, keberlanjutan, dan reputasi organisasi di mata publik dan pemangku kepentingan.

Etika dalam pengambilan keputusan merujuk pada prinsip-prinsip moral yang membimbing proses berpikir dan tindakan pengambil keputusan. Dalam praktiknya, pertimbangan etis mencakup kejujuran, keadilan, integritas, dan penghormatan terhadap hak-hak individu dan kolektif. Menurut Gugus Wijonarko (2023), keputusan bisnis yang tidak mempertimbangkan etika berisiko menimbulkan konflik sosial, pelanggaran hukum, dan kerusakan reputasi yang sulit dipulihkan. Oleh karena itu, integrasi nilai-nilai etis dalam proses pengambilan keputusan bukan hanya bersifat normatif, tetapi juga strategis.

Dalam lanskap bisnis kontemporer yang semakin kompleks dan terdigitalisasi, pengambilan keputusan tidak lagi semata-mata dinilai dari efisiensi operasional atau keuntungan finansial. Keputusan yang diambil oleh manajer dan pemimpin organisasi kini harus memenuhi standar etika yang tinggi serta mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan secara menyeluruh. Etika dan tanggung jawab dalam pengambilan keputusan menjadi dimensi krusial yang menentukan legitimasi, keberlanjutan, dan reputasi organisasi di mata publik dan pemangku kepentingan.

Etika dalam pengambilan keputusan merujuk pada prinsip-prinsip moral yang membimbing proses berpikir dan tindakan pengambil keputusan. Dalam praktiknya,

pertimbangan etis mencakup kejujuran, keadilan, integritas, dan penghormatan terhadap hak-hak individu dan kolektif. Menurut Gugus Wijonarko (2023), keputusan bisnis yang tidak mempertimbangkan etika berisiko menimbulkan konflik sosial, pelanggaran hukum, dan kerusakan reputasi yang sulit dipulihkan. Oleh karena itu, integrasi nilai-nilai etis dalam proses pengambilan keputusan bukan hanya bersifat normatif, tetapi juga strategis.



Gambar 11.4 Pengambilan keputusan yang bertanggung jawab

1. Pertimbangan Etis dan Dampak Sosial

Pertimbangan etis dalam pengambilan keputusan mencakup penilaian terhadap nilai-nilai moral, keadilan, dan dampak terhadap individu maupun kelompok yang terlibat. Keputusan yang diambil harus mempertimbangkan hak-hak karyawan, konsumen, komunitas lokal, dan pemangku kepentingan lainnya. Dampak sosial dari keputusan bisnis dapat mencakup isu ketenagakerjaan, kesetaraan akses, perlindungan konsumen, dan kontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, pengambil keputusan perlu

mengintegrasikan prinsip tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dalam proses strategis.

2. Transparansi dan Akuntabilitas

Transparansi berarti keterbukaan dalam menyampaikan informasi yang relevan kepada publik dan stakeholder, termasuk alasan di balik keputusan yang diambil. Akuntabilitas merujuk pada kemampuan organisasi untuk mempertanggungjawabkan keputusan dan tindakan yang dilakukan. Dalam praktiknya, transparansi dan akuntabilitas diwujudkan melalui pelaporan yang jujur, audit internal, keterlibatan stakeholder, dan mekanisme pengawasan yang independen.

3. Keputusan Berkelanjutan dan Tanggung Jawab Lingkungan

Keputusan berkelanjutan adalah keputusan yang mempertimbangkan dampak jangka panjang terhadap lingkungan, sumber daya alam, dan generasi mendatang. Organisasi yang bertanggung jawab secara lingkungan akan menghindari praktik eksploitatif dan mengadopsi prinsip efisiensi energi, pengurangan limbah, dan inovasi hijau. Integrasi prinsip keberlanjutan dalam pengambilan keputusan juga sejalan dengan agenda global seperti SDGs (Sustainable Development Goals), yang menuntut sektor bisnis untuk berkontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan.

H. Kesimpulan

Pengambilan keputusan merupakan inti dari aktivitas manajerial dalam organisasi bisnis. Keputusan yang diambil oleh individu atau kelompok dalam organisasi mencerminkan arah strategis dan respons terhadap dinamika lingkungan eksternal maupun internal. Dalam konteks bisnis modern yang sarat dengan ketidakpastian dan kompleksitas, kemampuan untuk mengambil keputusan yang tepat, cepat,

dan berbasis data menjadi kompetensi utama bagi para pemimpin dan manajer.

Jenis-jenis keputusan bisnis dapat diklasifikasikan berdasarkan tingkat manajerial dan karakteristiknya, yaitu keputusan strategis, taktis, operasional, serta keputusan rutin dan non-rutin. Setiap jenis memiliki cakupan dampak dan horizon waktu yang berbeda, namun semuanya berkontribusi terhadap efektivitas dan efisiensi organisasi. Pemahaman terhadap klasifikasi ini membantu organisasi dalam merancang sistem pengambilan keputusan yang adaptif dan akuntabel.

Proses pengambilan keputusan dalam bisnis melibatkan tahapan sistematis mulai dari identifikasi masalah, pengumpulan informasi, pengembangan alternatif, evaluasi, implementasi, hingga umpan balik. Proses ini tidak bersifat linear, melainkan iteratif dan dinamis, menuntut keterlibatan lintas fungsi serta integrasi antara analisis rasional dan intuisi manajerial. Evaluasi hasil keputusan menjadi bagian penting dalam membangun siklus pembelajaran organisasi.

Keputusan bisnis dipengaruhi oleh berbagai faktor internal seperti budaya organisasi, struktur, dan sumber daya; faktor eksternal seperti pasar, regulasi, teknologi, dan kompetitor; serta faktor psikologis seperti intuisi, bias kognitif, dan tekanan waktu. Ketiga kategori ini saling berinteraksi dan membentuk konteks keputusan yang kompleks. Oleh karena itu, pengambil keputusan perlu memiliki sensitivitas terhadap dinamika lingkungan dan kapasitas reflektif dalam menilai situasi.

Untuk mendukung kualitas keputusan, berbagai teknik dan alat analisis telah dikembangkan, seperti analisis SWOT, matriks keputusan, analisis biaya-manfaat, decision tree, simulasi, dan business intelligence. Penguasaan terhadap teknik-teknik ini memungkinkan organisasi untuk menilai alternatif secara objektif, mengelola risiko, dan meningkatkan

akurasi keputusan. Pendekatan berbasis teknologi dan data analytics semakin memperkuat proses pengambilan keputusan di era digital.

Dengan demikian,, pengambilan keputusan yang etis dan bertanggung jawab menjadi fondasi keberlanjutan organisasi. Pertimbangan terhadap dampak sosial, transparansi, akuntabilitas, dan tanggung jawab lingkungan harus menjadi bagian integral dari proses keputusan. Keputusan yang tidak hanya rasional tetapi juga bermoral akan memperkuat legitimasi organisasi, membangun kepercayaan stakeholder, dan menciptakan nilai jangka panjang bagi masyarakat dan lingkungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Asana. (2025, January 17). *7 langkah penting dalam proses pengambilan keputusan*. <https://asana.com/id/resources/decision-making-process>
- CRMS Indonesia. (2025). *5 risiko bisnis yang harus diwaspadai di tahun 2025*. <https://crmsindonesia.org/publications/5-risiko-bisnis-yang-harus-diwaspadai-di-tahun-2025>
- Fathoni, W., Asiah, N., Asikin, N., Sukatin, & Qarnain, Z. (2025). *Pengambilan keputusan dalam organisasi*. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 3(1), 519. <https://doi.org/10.5281/zenodo.15863593>
- Febriana, R. (2025). *Strategi pengambilan keputusan yang inklusif dan berorientasi pada keberlanjutan*. *Jurnal Manajemen Strategis*, 4(1), 45–58.
- Guru99. (2025). *10 alat dan teknik pengambilan keputusan terbaik*. <https://guru99.com/id/decision-making-tools.html>
- Herlina, V. (2025). *Pengambilan keputusan sebagai fondasi manajemen bisnis*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 5(2), 112–124.
- Laoyan, S. (2025). *Proses pengambilan keputusan dalam organisasi*. Asana. <https://asana.com/id/resources/decision-making-process>
- Nitanto, F. S., Nabila, L. S., Hidayat, R., & Kusumasari, I. R. (2024). *Teori pengambilan keputusan: definisi, proses, dan faktor yang memengaruhi*. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial dan Politik*, 2(4). <https://ejournal.warunayama.org/index.php/triwikrama/article/download/6756/6228>

- Proxisis Group. (2025). *17 tantangan bisnis 2025: Pentingnya ketahanan bisnis di tengah ketidakpastian*. <https://strategy.proxisisgroup.com/insight/17-tantangan-bisnis-2025-pentingnya-ketahanan-bisnis-di-tengah-ketidakpastian>
- Safrin, F. A. (2025). *Buku ajar teori pengambilan keputusan*. PT Media Penerbit Indonesia. <http://www.repository.mediapenerbitindonesia.com/552/1/T%20421%20-%20Buku%20Ajar%20Teori%20Pengambilan%20Keputusan.pdf>
- Saputra, D., Ramadhani, M., & Lestari, N. (2024). *Evaluasi proses keputusan dalam organisasi adaptif*. *Jurnal Manajemen dan Inovasi*, 3(3), 88–102.
- Sari, M., & Prasetyo, A. (2025). *Pengambilan keputusan adaptif di era transformasi digital*. *Jurnal Teknologi dan Bisnis*, 6(1), 33–47.
- Wijonarko, G. (2023). *Pengambilan keputusan bisnis (berdasarkan etika bisnis, tanggung jawab sosial, perilaku organisasi, dan penyusunan business plan)*. KYTA Jaya Mandiri. <http://repositori.stiamak.ac.id/id/eprint/436/>

TENTANG PENULIS



Dr. Indriana Kristiawati, SE., MM.

Penulis adalah dosen tetap di STIA Manajemen Pelabuhan Barunawati Surabaya dan saat ini menjabat sebagai Kepala Lembaga Penjaminan Mutu. Beliau memiliki minat yang luas dalam bidang manajemen, khususnya manajemen pemasaran, manajemen logistik, dan manajemen sumber daya manusia. Selain aktif dalam kegiatan akademik, beliau juga menjadi asesor BNSP untuk uji kompetensi bidang MSDM serta terlibat sebagai reviewer dan editor di berbagai jurnal ilmiah nasional dan internasional.

Dr. Indriana aktif juga memimpin berbagai kegiatan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat, termasuk sebagai Ketua Tim PKM Hibah DIKTI-Kemendikbudristek tahun 2023 dan 2025. Kiprahnya dalam dunia akademik diperkuat dengan peran sebagai Koordinator Wilayah ADPI Jawa Timur dan editor ADPI nasional. Dengan latar belakang pendidikan doktoral dari Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, serta pengalaman struktural sebagai Sekretaris Senat dan Ketua SPMI STIAMAK, Dr. Indriana dikenal sebagai akademisi yang konsisten mendorong peningkatan mutu pendidikan tinggi dan tata kelola institusi. Komitmennya terhadap pengembangan SDM dan tata kelola organisasi menjadikan beliau sebagai salah satu figur penting dalam ekosistem pendidikan manajemen di Indonesia.

BAB 12 | EKONOMI GLOBAL DAN PERDAGANGAN INTERNASIONAL

Dr. Ir. Yusuf Gunawan, S.H., M.H., MBL., D.Th.

&

Roa Konitin, S.Kom., M.H., CCL., CPM., CPArb., CPCLE.

A. Pendahuluan

Ekonomi global merupakan suatu sistem yang menggambarkan keterkaitan dan ketergantungan antarnegara dalam kegiatan ekonomi di seluruh dunia. Dalam konteks ini, batas-batas geografis dan politik suatu negara menjadi semakin kabur karena arus barang, jasa, modal, teknologi, dan informasi bergerak secara lintas negara. Samuelson dan Nordhaus (2010) mendefinisikan ekonomi global sebagai integrasi aktivitas ekonomi berbagai negara yang dihubungkan oleh perdagangan internasional, investasi lintas batas, dan arus modal global. Menurut Todaro dan Smith (2015), ekonomi global menciptakan jaringan kompleks di mana keputusan ekonomi yang diambil di satu negara dapat mempengaruhi stabilitas ekonomi di negara lain. Misalnya, kebijakan moneter Amerika Serikat dapat berdampak pada nilai tukar dan arus investasi di Asia Tenggara. Oleh karena itu, ekonomi global bukan hanya tentang pertukaran barang, tetapi juga tentang keterikatan sistem keuangan, kebijakan ekonomi, dan keseimbangan geopolitik antarnegara.

Ekonomi global ditandai oleh sejumlah karakteristik utama yang membedakannya dari sistem ekonomi nasional. Pertama, liberalisasi perdagangan yang memungkinkan arus barang dan jasa mengalir lebih bebas di antara negara-negara anggota WTO. Kedua, mobilitas modal dan tenaga kerja internasional, di mana investor dapat menanamkan modal di berbagai negara dan tenaga kerja berpindah mengikuti peluang ekonomi. Ketiga, kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (ICT) yang mempercepat pertukaran data ekonomi secara real-time (Krugman & Obstfeld, 2018). Selain itu, ekonomi global juga ditandai oleh kompetisi dan kolaborasi internasional. Perusahaan multinasional (MNC) beroperasi lintas negara untuk memanfaatkan keunggulan komparatif dari tiap wilayah, seperti biaya produksi yang rendah atau sumber daya alam yang melimpah. Ciri lain adalah integrasi pasar keuangan, di mana bursa saham, obligasi, dan mata uang terhubung dalam jaringan transaksi global yang kompleks.

Globalisasi ekonomi tidak terjadi secara spontan, melainkan didorong oleh sejumlah faktor fundamental. Pertama, kemajuan teknologi di bidang transportasi dan komunikasi telah menurunkan biaya logistik dan mempercepat aliran informasi. Kedua, kebijakan liberalisasi perdagangan yang diadopsi oleh banyak negara sejak era 1980-an membuka pasar internasional lebih luas. Ketiga, perkembangan lembaga ekonomi internasional seperti WTO, IMF, dan World Bank turut mendorong harmonisasi kebijakan ekonomi global. Selain itu, perubahan struktur produksi global melalui konsep global value chain menjadikan negara-negara saling bergantung dalam proses produksi. Misalnya, komponen elektronik diproduksi di beberapa negara Asia, dirakit di Tiongkok, dan dijual di Amerika Serikat. Kondisi ini menunjukkan bahwa ekonomi global telah membentuk sistem produksi lintas batas yang terintegrasi (Stiglitz, 2018).

Globalisasi ekonomi membawa dampak yang luas bagi dunia bisnis. Di satu sisi, globalisasi menciptakan peluang ekspansi pasar, efisiensi produksi, dan pertukaran pengetahuan. Perusahaan dapat memperluas jangkauan pasar internasional melalui digitalisasi dan e-commerce. Namun di sisi lain, globalisasi juga menimbulkan tantangan kompetisi yang semakin ketat, terutama bagi pelaku usaha di negara berkembang yang harus bersaing dengan perusahaan multinasional. Menurut Porter (1990), daya saing suatu negara atau perusahaan dalam ekonomi global ditentukan oleh inovasi, efisiensi, dan kemampuan adaptasi terhadap perubahan teknologi. Perusahaan yang gagal beradaptasi terhadap perubahan global berisiko kehilangan pangsa pasar dan tertinggal dalam rantai nilai internasional. Dengan demikian, globalisasi menjadi katalis bagi kemajuan sekaligus tantangan bagi dunia bisnis modern.

Dalam era globalisasi, ekonomi nasional tidak dapat berdiri sendiri. Perekonomian suatu negara sangat dipengaruhi oleh kondisi eksternal seperti harga komoditas dunia, kebijakan suku bunga global, serta arus investasi internasional. Indonesia, misalnya, sangat bergantung pada ekspor komoditas primer seperti batubara, minyak sawit, dan karet yang harganya ditentukan oleh pasar dunia. Selain itu, keterlibatan Indonesia dalam organisasi ekonomi internasional seperti ASEAN, APEC, dan WTO memperkuat integrasinya dengan sistem ekonomi global. Ketika terjadi resesi di negara maju, dampaknya dapat menular melalui penurunan permintaan ekspor dan arus modal keluar (capital outflow). Oleh karena itu, stabilitas ekonomi nasional kini tidak dapat dilepaskan dari dinamika ekonomi global (Bank Indonesia, 2023).

Kawasan Asia menjadi contoh nyata bagaimana globalisasi mengubah struktur ekonomi regional. Negara-negara seperti Tiongkok, Korea Selatan, dan Vietnam berhasil meningkatkan pertumbuhan ekonomi melalui strategi

integrasi perdagangan dan investasi global. Tiongkok, misalnya, menjadi “pabrik dunia” setelah membuka diri terhadap investasi asing pada tahun 1980-an. Sementara itu, Indonesia dan Malaysia memanfaatkan keunggulan sumber daya alam dan tenaga kerja untuk menarik investor asing. Namun, tantangan yang dihadapi adalah menjaga keseimbangan antara keterbukaan ekonomi dengan kemandirian nasional. Dalam konteks ini, strategi pembangunan ekonomi yang adaptif, inovatif, dan berkelanjutan menjadi kunci menghadapi dinamika global.

Ekonomi global merupakan fenomena yang tidak dapat dihindari oleh negara mana pun. Keterkaitan antarnegara dalam sistem ekonomi global telah menciptakan peluang sekaligus tantangan bagi perekonomian nasional. Untuk menghadapi dinamika tersebut, dibutuhkan pemahaman yang mendalam tentang teori, kebijakan, dan praktik ekonomi internasional. Dengan demikian, Bab 1 ini menjadi dasar bagi pembahasan selanjutnya mengenai perdagangan internasional, investasi global, dan kebijakan ekonomi dunia.

B. Teori Perdagangan Internasional

Perdagangan internasional merupakan kegiatan pertukaran barang dan jasa antarnegara yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan yang tidak dapat dipenuhi secara domestik. Menurut Krugman dan Obstfeld (2018), perdagangan internasional muncul karena adanya perbedaan sumber daya alam, teknologi, tenaga kerja, dan preferensi konsumen di setiap negara. Dengan melakukan perdagangan, negara dapat memanfaatkan keunggulan relatifnya untuk memperoleh efisiensi ekonomi dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Ruang lingkup perdagangan internasional tidak hanya terbatas pada ekspor dan impor barang, tetapi juga mencakup jasa (seperti pariwisata dan pendidikan), investasi lintas negara, hak

kekayaan intelektual, dan aliran modal. Dalam konteks ekonomi global, perdagangan internasional menjadi salah satu motor utama pertumbuhan ekonomi karena memperluas pasar, meningkatkan produktivitas, serta mempercepat difusi teknologi.

Perdagangan internasional memberikan berbagai manfaat strategis bagi suatu negara. Pertama, perdagangan mendorong spesialisasi dan efisiensi produksi, di mana setiap negara fokus pada sektor yang memiliki keunggulan kompetitif. Kedua, memperluas pasar domestik, sehingga perusahaan dapat meningkatkan skala produksi dan efisiensi biaya. Ketiga, perdagangan membuka akses terhadap teknologi baru dan input produksi yang tidak tersedia secara lokal (Todaro & Smith, 2015). Selain itu, perdagangan internasional juga berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja baru, meningkatkan devisa negara, dan memperkuat stabilitas ekonomi melalui diversifikasi sumber pendapatan. Dalam jangka panjang, keterlibatan aktif dalam perdagangan dunia mendorong pertumbuhan ekonomi berkelanjutan dan peningkatan daya saing nasional (Stiglitz, 2018).

Teori keunggulan absolut diperkenalkan oleh Adam Smith dalam karya monumentalnya *The Wealth of Nations* (1776). Menurut Smith, perdagangan internasional akan menguntungkan jika setiap negara berspesialisasi dalam produksi barang yang dapat dihasilkan dengan biaya absolut lebih rendah dibandingkan negara lain. Dengan demikian, perdagangan memungkinkan kedua pihak memperoleh keuntungan melalui pertukaran hasil produksi yang efisien. Sebagai contoh, jika Indonesia lebih efisien memproduksi kopi dan Jepang lebih efisien memproduksi mobil, maka kedua negara akan diuntungkan apabila masing-masing fokus pada produk unggulannya dan saling bertukar melalui perdagangan. Teori ini menekankan pentingnya

produktivitas dan efisiensi sebagai dasar hubungan perdagangan yang saling menguntungkan (mutual benefit).

David Ricardo (1817) mengembangkan teori keunggulan komparatif, yang memperluas pemikiran Adam Smith. Menurut Ricardo, bahkan jika suatu negara memiliki keunggulan absolut dalam semua jenis barang, perdagangan tetap akan memberikan manfaat jika negara tersebut berspesialisasi pada barang yang memiliki keunggulan komparatif tertinggi yaitu barang yang dapat diproduksi dengan opportunity cost terendah. Teori ini menjelaskan bahwa perdagangan internasional didasarkan pada perbedaan efisiensi relatif antarnegara, bukan hanya efisiensi absolut. Prinsip ini menjadi landasan utama ekonomi internasional modern karena mampu menjelaskan pola perdagangan dunia secara lebih realistis. Ricardo juga menegaskan bahwa perdagangan bebas (free trade) akan meningkatkan produktivitas global dan kesejahteraan semua pihak.

Teori Heckscher-Ohlin (H-O) memperkenalkan pendekatan modern terhadap perdagangan internasional. Menurut teori ini, pola perdagangan ditentukan oleh perbedaan kelimpahan faktor produksi seperti tenaga kerja, modal, dan sumber daya alam. Negara akan mengekspor barang yang menggunakan faktor produksi yang berlimpah secara intensif, dan mengimpor barang yang menggunakan faktor produksi yang langka (Heckscher & Ohlin, 1933). Sebagai contoh, negara berkembang yang memiliki tenaga kerja berlimpah akan mengekspor produk padat karya seperti tekstil, sedangkan negara maju yang kaya modal akan mengekspor produk padat modal seperti mesin dan kendaraan. Teori ini menjadi dasar analisis struktur perdagangan global yang berfokus pada keunggulan faktor produksi. Namun, teori H-O juga menghadapi kritik, terutama setelah munculnya Paradoks Leontief, di mana hasil empiris menunjukkan bahwa Amerika Serikat (negara kaya

modal) justru mengekspor barang padat karya dan mengimpor barang padat modal. Paradoks ini menunjukkan bahwa faktor lain seperti teknologi dan produktivitas turut mempengaruhi pola perdagangan (Leontief, 1953).

Pada era 1980-an, muncul teori perdagangan baru (New Trade Theory) yang menekankan peran skala ekonomi (economies of scale) dan inovasi teknologi dalam menentukan pola perdagangan antarnegara. Krugman (1980) menyatakan bahwa negara dapat memperoleh keunggulan bukan hanya karena perbedaan sumber daya, tetapi juga karena efisiensi skala dan pembelajaran industri (learning by doing). Selain itu, Porter (1990) memperkenalkan konsep keunggulan kompetitif nasional, yang menjelaskan bahwa daya saing suatu negara tidak semata-mata ditentukan oleh faktor alamiah, tetapi juga oleh kemampuan inovasi, kualitas SDM, dan strategi bisnis. Porter menekankan pentingnya “diamond model” yang mencakup empat elemen utama: kondisi faktor, kondisi permintaan domestik, industri terkait dan pendukung, serta strategi dan struktur perusahaan. Model ini menjelaskan mengapa negara-negara seperti Jepang dan Jerman unggul dalam industri otomotif dan elektronik.

Meskipun teori-teori perdagangan internasional telah memberikan dasar analisis yang kuat, berbagai kritik muncul terkait asumsi dan relevansinya dalam ekonomi global modern. Pertama, teori klasik mengasumsikan pasar persaingan sempurna dan tidak memperhitungkan hambatan perdagangan seperti tarif, kuota, dan kebijakan proteksionis. Kedua, teori keunggulan komparatif mengabaikan biaya transportasi, perubahan teknologi, dan faktor lingkungan (Stiglitz, 2018). Selain itu, teori modern seperti H-O juga dinilai terlalu menekankan aspek faktor produksi tanpa memperhitungkan peran perusahaan multinasional, inovasi digital, dan rantai pasok global (global supply chain). Dalam ekonomi kontemporer, perdagangan

internasional lebih dipengaruhi oleh kemampuan teknologi, manajemen, dan regulasi internasional daripada sekadar perbedaan faktor produksi. Oleh karena itu, teori perdagangan internasional perlu dikontekstualisasikan dengan dinamika ekonomi global masa kini.

Perdagangan internasional merupakan pilar utama dalam sistem ekonomi global yang memungkinkan setiap negara memperoleh manfaat melalui spesialisasi dan pertukaran barang serta jasa. Dari teori klasik hingga modern, prinsip utama yang mendasarinya tetap sama: perdagangan menciptakan efisiensi, pertumbuhan, dan kesejahteraan global. Namun, seiring perkembangan teknologi dan globalisasi, teori-teori tersebut perlu diperbarui untuk menjawab tantangan baru seperti digitalisasi, perubahan iklim, dan ketimpangan global.

C. Kebijakan Perdagangan Internasional

Kebijakan perdagangan internasional adalah seperangkat aturan, strategi, dan instrumen yang digunakan pemerintah untuk mengatur arus barang dan jasa antarnegara. Menurut Krugman dan Obstfeld (2018), kebijakan perdagangan dirancang untuk mencapai berbagai tujuan ekonomi seperti melindungi industri domestik, meningkatkan ekspor, menjaga stabilitas neraca pembayaran, serta memperkuat posisi daya saing nasional di pasar global. Tujuan utama dari kebijakan perdagangan internasional dapat dibagi menjadi dua: (1) tujuan ekonomi, seperti pertumbuhan produksi dan penciptaan lapangan kerja, serta (2) tujuan non-ekonomi, seperti stabilitas politik, keamanan nasional, dan hubungan diplomatik. Dalam praktiknya, kebijakan perdagangan juga berfungsi sebagai instrumen untuk mengatasi ketidakseimbangan ekonomi global dan melindungi sektor-sektor strategis dari tekanan pasar internasional (Salvatore, 2014).

Pemerintah memiliki berbagai instrumen untuk mengatur perdagangan lintas batas. Secara umum, kebijakan ini dapat dibedakan menjadi dua bentuk utama: proteksionis dan liberalis.

1. Kebijakan Proteksionis

Proteksionisme bertujuan untuk melindungi industri dalam negeri dari persaingan asing dengan cara membatasi impor. Bentuk umum kebijakan proteksionis meliputi:

- a. Tarif (bea masuk): pajak yang dikenakan atas barang impor untuk meningkatkan harga produk asing di pasar domestik.
- b. Kuota impor: pembatasan jumlah atau volume barang yang boleh diimpor dalam jangka waktu tertentu.
- c. Subsidi ekspor: bantuan pemerintah untuk meningkatkan daya saing produk lokal di pasar global.
- d. Dumping dan anti-dumping: kebijakan untuk melindungi industri dari praktik penjualan barang asing di bawah harga pasar.

2. Kebijakan Liberalisasi Perdagangan

Sebaliknya, liberalisasi perdagangan bertujuan membuka akses pasar dan mengurangi hambatan perdagangan antarnegara. Pendekatan ini berakar pada prinsip ekonomi pasar bebas yang diyakini dapat meningkatkan efisiensi dan kesejahteraan global. Menurut teori keunggulan komparatif (Ricardo, 1817), liberalisasi memungkinkan negara memaksimalkan potensi produksinya dengan mengeksport barang yang paling efisien dihasilkan.

Dalam konteks global, banyak negara kini mengadopsi kebijakan perdagangan campuran (mixed trade policy), yaitu kombinasi antara proteksionisme selektif dan liberalisasi parsial untuk menyesuaikan dengan dinamika pasar dunia.

Walaupun perdagangan bebas diyakini memberikan manfaat jangka panjang, tidak semua negara mampu berkompetisi secara seimbang. Oleh karena itu, kebijakan proteksionis sering dianggap perlu untuk menjaga stabilitas ekonomi domestik. Menurut Krugman (1987), alasan utama penerapan proteksionisme antara lain:

1. Melindungi Industri Baru (Infant Industry Argument). Industri yang baru berkembang membutuhkan perlindungan sementara dari kompetisi internasional hingga mereka mampu bersaing secara efisien.
2. Menjaga Lapangan Kerja Domestik. Pembatasan impor dapat mencegah penurunan produksi dan kehilangan pekerjaan di sektor-sektor yang rentan terhadap barang impor murah.
3. Keamanan Ekonomi dan Strategis. Beberapa industri seperti energi, pangan, dan pertahanan dianggap vital bagi kedaulatan negara sehingga perlu dilindungi.
4. Perbaikan Neraca Pembayaran. Proteksi terhadap impor dapat mengurangi defisit perdagangan dan menjaga kestabilan mata uang nasional.

Namun, berbagai studi menunjukkan bahwa proteksionisme yang berlebihan justru dapat menurunkan efisiensi ekonomi dan memicu tindakan balasan (retaliasi) dari negara mitra dagang (Salvatore, 2014; Stiglitz, 2018).

Liberalisasi perdagangan adalah proses pengurangan hambatan perdagangan untuk menciptakan sistem pasar global yang terbuka. Tujuannya adalah meningkatkan arus barang, jasa, modal, dan investasi antarnegara. Menurut Bhagwati (2002), liberalisasi perdagangan dapat mempercepat pertumbuhan ekonomi melalui peningkatan efisiensi dan inovasi. Banyak organisasi internasional seperti WTO (World Trade Organization) dan IMF (International Monetary Fund) mendorong liberalisasi sebagai strategi pembangunan global. Mereka berpendapat bahwa

keterbukaan ekonomi akan mendorong pertukaran teknologi, peningkatan investasi asing, serta menciptakan persaingan yang sehat. Namun demikian, liberalisasi juga dapat memperlebar kesenjangan antara negara maju dan negara berkembang. Oleh karena itu, penerapan liberalisasi harus diimbangi dengan kebijakan domestik yang mendukung peningkatan kapasitas industri nasional, pendidikan, dan perlindungan sosial.

Pemerintah memiliki peran sentral dalam menjaga keseimbangan antara kepentingan nasional dan keterlibatan dalam ekonomi global. Menurut Porter (1990), peran pemerintah bukan hanya sebagai regulator, tetapi juga sebagai fasilitator yang menciptakan lingkungan bisnis yang kompetitif. Fungsi utama pemerintah dalam konteks perdagangan internasional meliputi:

1. Membuat kebijakan fiskal dan moneter yang mendukung ekspor.
2. Menjalin kerja sama bilateral dan multilateral untuk memperluas pasar ekspor.
3. Menyediakan infrastruktur perdagangan, seperti pelabuhan, logistik, dan sistem pembayaran internasional.
4. Memberikan dukungan diplomatik dan hukum terhadap perusahaan nasional yang beroperasi di luar negeri.

Kebijakan perdagangan yang efektif harus bersifat adaptif, transparan, dan berbasis pada bukti empiris agar dapat mengantisipasi perubahan dinamika global.

Indonesia sebagai negara berkembang menghadapi tantangan dalam menyeimbangkan proteksi domestik dan keterbukaan global. Pemerintah Indonesia menerapkan berbagai kebijakan perdagangan melalui perjanjian internasional seperti ASEAN Free Trade Area (AFTA), ASEAN-China FTA, dan Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP). Menurut Kementerian Perdagangan (2023), strategi nasional diarahkan untuk memperkuat daya

saing ekspor nonmigas, mendorong diversifikasi pasar, serta meningkatkan nilai tambah produk melalui hilirisasi industri. Kebijakan ini juga sejalan dengan agenda global seperti perdagangan berkelanjutan (sustainable trade) dan ekonomi hijau (green economy). Namun, tantangan utama yang dihadapi Indonesia adalah ketergantungan terhadap ekspor komoditas primer dan rendahnya daya saing produk manufaktur. Oleh karena itu, diperlukan reformasi struktural di sektor industri, pendidikan, dan inovasi untuk memperkuat posisi Indonesia dalam rantai nilai global.

Kebijakan perdagangan internasional memainkan peran penting dalam menentukan arah pembangunan ekonomi suatu negara. Melalui kombinasi kebijakan proteksionis dan liberalisasi yang tepat, pemerintah dapat melindungi kepentingan nasional sekaligus memanfaatkan peluang pasar global. Dalam konteks modern, kebijakan perdagangan tidak hanya berorientasi pada efisiensi ekonomi, tetapi juga pada pemerataan, keberlanjutan, dan daya saing jangka panjang.

D. Kebijakan Ekonomi dan Regulasi Perdagangan

Dalam sistem ekonomi global yang saling terhubung, kebijakan ekonomi dan regulasi perdagangan internasional memiliki peran penting dalam menentukan arah serta stabilitas hubungan antarnegara. Kebijakan ekonomi tidak hanya menyangkut pengaturan internal seperti fiskal dan moneter, tetapi juga menyentuh aspek eksternal berupa tarif, subsidi, kuota, serta perjanjian perdagangan multilateral. Regulasi ini menjadi instrumen bagi negara dalam menjaga keseimbangan antara perlindungan ekonomi domestik dan keterbukaan pasar global. Dalam konteks modern, kebijakan ekonomi suatu negara tidak dapat dilepaskan dari dinamika politik global, isu lingkungan, dan perkembangan teknologi. Globalisasi telah menuntut harmonisasi kebijakan antarnegara untuk memastikan perdagangan yang adil (fair

trade) sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Oleh karena itu, memahami regulasi dan kebijakan ekonomi internasional menjadi hal yang fundamental bagi pelaku bisnis maupun pembuat kebijakan.

Kebijakan fiskal dan moneter memiliki pengaruh langsung terhadap daya saing ekspor, nilai tukar, dan arus modal internasional. Kebijakan fiskal meliputi penggunaan instrumen pajak dan belanja pemerintah untuk menstabilkan perekonomian, sementara kebijakan moneter berkaitan dengan pengaturan jumlah uang beredar, suku bunga, dan nilai tukar oleh bank sentral. Dalam perdagangan internasional, kebijakan fiskal yang ekspansif dapat mendorong permintaan terhadap impor karena meningkatnya daya beli masyarakat, sementara kebijakan moneter yang longgar dapat menurunkan nilai mata uang dan meningkatkan daya saing ekspor. Namun, kebijakan yang tidak terkoordinasi dengan baik dapat menimbulkan ketidakseimbangan neraca pembayaran dan fluktuasi nilai tukar yang berlebihan (Krugman & Obstfeld, 2018). Selain itu, kebijakan moneter di negara-negara besar seperti Amerika Serikat atau Uni Eropa memiliki dampak global. Misalnya, kenaikan suku bunga oleh The Federal Reserve dapat menyebabkan aliran modal keluar dari negara berkembang menuju pasar keuangan AS, sehingga memengaruhi stabilitas nilai tukar dan inflasi di negara-negara tersebut (Blanchard, 2017).

Regulasi perdagangan internasional mencakup berbagai instrumen kebijakan seperti tarif, kuota, subsidi, dan hambatan nontarif. Tarif atau bea masuk merupakan bentuk paling umum dari proteksi perdagangan, digunakan untuk melindungi industri domestik dari kompetisi luar negeri. Namun, kebijakan tarif juga sering menimbulkan efek domino berupa retaliasi atau perang dagang, seperti yang terjadi dalam konflik perdagangan antara Amerika Serikat dan Tiongkok pada dekade terakhir (Irwin, 2020). Selain tarif,

terdapat pula hambatan nontarif seperti standar teknis, regulasi kesehatan, atau kebijakan lingkungan yang dapat membatasi arus barang antarnegara. Hambatan ini sering digunakan secara strategis oleh negara maju untuk melindungi sektor-sektor tertentu dengan alasan keamanan dan keberlanjutan (Hill & Hult, 2019). Di sisi lain, subsidi ekspor diberikan untuk meningkatkan daya saing produk domestik di pasar internasional. Namun, praktik ini sering dikritik karena dapat menciptakan distorsi harga dan dianggap sebagai bentuk perdagangan tidak adil menurut peraturan Organisasi Perdagangan Dunia (WTO).

Organisasi internasional memainkan peran penting dalam membentuk dan menegakkan aturan main perdagangan global. Beberapa organisasi utama yang berpengaruh antara lain:

1. World Trade Organization (WTO): bertugas mengawasi implementasi perjanjian perdagangan, menyelesaikan sengketa, dan memfasilitasi negosiasi liberalisasi perdagangan.
2. International Monetary Fund (IMF): berperan menjaga stabilitas moneter global dengan memberikan bantuan keuangan dan rekomendasi kebijakan kepada negara anggota.
3. World Bank: fokus pada pembangunan ekonomi dan pengentasan kemiskinan, terutama di negara berkembang.
4. United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD): mempromosikan integrasi negara-negara berkembang ke dalam ekonomi global melalui kebijakan yang adil dan berkelanjutan.

Kolaborasi antarorganisasi ini menjadi dasar terciptanya sistem perdagangan internasional yang transparan dan berkeadilan. Namun, kritik terhadap lembaga-lembaga tersebut juga muncul, terutama terkait

ketimpangan kekuasaan antara negara maju dan negara berkembang dalam proses pengambilan keputusan (Stiglitz, 2018).

Dua paradigma utama yang selalu menjadi perdebatan dalam ekonomi internasional adalah perdagangan bebas (free trade) dan proteksionisme. Kaum liberal berpendapat bahwa perdagangan bebas akan meningkatkan efisiensi dan kesejahteraan global karena sumber daya akan mengalir ke sektor yang paling produktif. Sementara itu, pendekatan proteksionisme menekankan pentingnya melindungi industri domestik yang masih lemah agar mampu bersaing di pasar internasional (Salvatore, 2019). Kebijakan perdagangan bebas diwujudkan melalui perjanjian multilateral seperti GATT, WTO, atau perjanjian regional seperti ASEAN Free Trade Area (AFTA) dan European Union (EU). Sebaliknya, proteksionisme muncul dalam bentuk kebijakan tarif, subsidi, dan pembatasan impor yang ditujukan untuk menjaga kemandirian ekonomi nasional. Fenomena terkini menunjukkan adanya gelombang baru proteksionisme di tengah globalisasi. Pandemi COVID-19 dan konflik geopolitik mendorong negara-negara untuk meninjau ulang ketergantungan pada rantai pasok global dan memperkuat kemandirian ekonomi nasional (Rodrik, 2021).

Kebijakan ekonomi dan regulasi perdagangan internasional merupakan elemen vital dalam mengelola hubungan ekonomi antarnegara. Negara perlu menyeimbangkan antara keterbukaan ekonomi dan perlindungan terhadap kepentingan nasional. Di era globalisasi dan digitalisasi, kebijakan yang adaptif, inklusif, dan berkelanjutan menjadi kunci agar setiap negara dapat memperoleh manfaat optimal dari sistem perdagangan internasional yang terus berkembang.

E. Investasi dan Aliran Modal Global

Investasi internasional merupakan salah satu pilar utama dalam sistem ekonomi global modern. Melalui mekanisme aliran modal lintas batas, negara-negara saling terhubung dalam jaringan ekonomi yang kompleks dan dinamis. Investasi internasional tidak hanya membawa manfaat berupa peningkatan pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan transfer teknologi, tetapi juga menghadirkan tantangan berupa ketergantungan finansial dan risiko volatilitas pasar. Dalam konteks globalisasi, arus investasi lintas negara semakin meningkat, baik dalam bentuk foreign direct investment (FDI) maupun foreign portfolio investment (FPI). Keduanya menjadi sarana utama dalam memperluas aktivitas bisnis, mengintegrasikan pasar keuangan, serta memperkuat posisi suatu negara dalam tatanan ekonomi dunia. Namun, kestabilan dan manfaat dari aliran modal global sangat bergantung pada kebijakan ekonomi, tata kelola pemerintahan, dan kondisi geopolitik internasional (Krugman & Obstfeld, 2018).

Konseptual, investasi internasional dapat didefinisikan sebagai penanaman modal oleh individu, perusahaan, atau pemerintah suatu negara ke negara lain dengan tujuan memperoleh keuntungan ekonomi. Terdapat dua bentuk utama investasi internasional, yaitu:

1. Foreign Direct Investment (FDI): FDI adalah investasi jangka panjang di mana investor memiliki kendali atau pengaruh signifikan terhadap manajemen perusahaan di negara penerima. Bentuknya bisa berupa pendirian cabang, akuisisi, atau pembangunan fasilitas produksi di luar negeri. FDI sering dianggap sebagai indikator utama integrasi ekonomi global karena mencerminkan kepercayaan terhadap stabilitas dan prospek ekonomi negara tujuan (Salvatore, 2019).

2. Foreign Portfolio Investment (FPI): FPI meliputi pembelian surat berharga seperti saham dan obligasi di pasar keuangan asing tanpa tujuan mengendalikan perusahaan tersebut. Meskipun lebih likuid dibanding FDI, FPI juga lebih rentan terhadap perubahan sentimen pasar global dan fluktuasi nilai tukar (Blanchard, 2017).

Arus investasi internasional dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik ekonomi maupun non-ekonomi. Beberapa faktor utama antara lain:

1. Stabilitas politik dan hukum: Negara dengan sistem hukum yang kuat, pemerintahan yang stabil, dan perlindungan terhadap hak investor cenderung lebih menarik bagi penanam modal asing.
2. Kebijakan fiskal dan moneter: Suku bunga yang kompetitif, kebijakan pajak yang ramah investasi, dan stabilitas nilai tukar akan meningkatkan daya tarik investasi.
3. Infrastruktur dan tenaga kerja: Infrastruktur yang memadai dan tenaga kerja berkualitas menjadi daya tarik utama bagi perusahaan multinasional yang ingin memperluas operasinya.
4. Ukuran pasar dan potensi pertumbuhan ekonomi: Negara dengan populasi besar dan pertumbuhan ekonomi tinggi sering menjadi tujuan utama investasi jangka panjang.

Global supply chain dan integrasi regional: Pembentukan kawasan perdagangan bebas seperti ASEAN Economic Community (AEC) atau European Union (EU) mempercepat arus investasi melalui penghapusan hambatan lintas negara (Hill & Hult, 2019).

FDI memiliki dampak yang signifikan terhadap pembangunan ekonomi negara penerima. Beberapa manfaat utamanya antara lain:

1. Transfer teknologi dan pengetahuan: Perusahaan multinasional membawa teknologi modern dan praktik manajemen yang dapat meningkatkan produktivitas industri lokal.
2. Peningkatan kesempatan kerja: FDI menciptakan lapangan kerja baru dan meningkatkan kapasitas produksi nasional.
3. Meningkatkan ekspor: Kehadiran perusahaan asing mendorong ekspor karena produk yang dihasilkan sering dipasarkan ke pasar global.
4. Efek pengganda (multiplier effect): Investasi di sektor tertentu dapat menstimulasi pertumbuhan sektor lain, seperti jasa, transportasi, dan logistik.

Namun demikian, FDI juga membawa risiko seperti ketergantungan ekonomi, repatriasi keuntungan ke negara asal, serta potensi eksploitasi sumber daya alam. Oleh karena itu, kebijakan pemerintah harus dirancang untuk memastikan bahwa investasi asing memberikan manfaat jangka panjang bagi pembangunan nasional (Stiglitz, 2018).

Globalisasi keuangan menyebabkan meningkatnya integrasi pasar modal dunia, tetapi juga memperbesar risiko penyebaran krisis lintas negara. Fenomena seperti Asian Financial Crisis tahun 1997, 1998 dan Global Financial Crisis tahun 2008 menunjukkan bahwa mobilitas modal yang tinggi dapat menjadi pedang bermata dua. Arus modal jangka pendek yang masif dapat memperkuat nilai mata uang dan mendorong gelembung aset, namun ketika investor menarik dana secara tiba-tiba, hal ini dapat menimbulkan gejolak ekonomi yang serius (Irwin, 2020). Krisis keuangan global mengajarkan pentingnya pengawasan dan regulasi keuangan internasional yang ketat. Organisasi seperti International Monetary Fund (IMF) dan Financial Stability Board (FSB) berperan dalam menjaga stabilitas sistem keuangan global dengan mengeluarkan rekomendasi kebijakan, membantu

restrukturisasi utang, dan memberikan fasilitas pinjaman darurat bagi negara yang mengalami krisis likuiditas.

Integrasi pasar keuangan global memungkinkan investor untuk mendiversifikasi portofolio dan meminimalkan risiko melalui investasi lintas negara. Teknologi digital dan kemajuan sistem pembayaran internasional telah mempercepat transaksi keuangan global, meningkatkan efisiensi, sekaligus memperbesar volatilitas. Namun, integrasi keuangan juga menimbulkan tantangan baru seperti currency speculation, capital flight, dan shadow banking. Negara-negara berkembang perlu memperkuat sistem pengawasan keuangan domestik serta memperkuat koordinasi dengan lembaga internasional untuk menjaga stabilitas moneter dan nilai tukar (Rodrik, 2021).

Agar investasi asing dapat memberikan manfaat optimal, diperlukan strategi nasional yang terintegrasi, antara lain:

1. Reformasi regulasi investasi: Menyederhanakan perizinan, memperkuat kepastian hukum, dan memperbaiki tata kelola lembaga investasi.
2. Peningkatan kualitas SDM: Menyediakan tenaga kerja yang kompeten agar dapat berpartisipasi dalam sektor berteknologi tinggi.
3. Pemberdayaan industri lokal: Mendorong kemitraan antara perusahaan asing dan lokal untuk memperkuat rantai nilai domestik.
4. Kebijakan insentif selektif: Memberikan insentif fiskal bagi investasi di sektor prioritas seperti energi terbarukan, teknologi digital, dan manufaktur berkelanjutan.

Strategi yang adaptif dan berbasis kepentingan nasional akan membantu negara memanfaatkan investasi global tanpa kehilangan kedaulatan ekonomi. Investasi internasional merupakan motor penting dalam perekonomian global, namun juga mengandung tantangan

kompleks yang memerlukan kebijakan pengelolaan yang cermat. Negara harus mampu menyeimbangkan antara keterbukaan terhadap modal asing dan perlindungan terhadap kepentingan ekonomi nasional. Dengan pengelolaan yang tepat, aliran modal global dapat menjadi katalisator bagi pertumbuhan ekonomi inklusif dan berkelanjutan.

F. Perdagangan Regional dan Integrasi Ekonomi Global

Perdagangan regional merupakan salah satu fenomena penting dalam ekonomi global modern. Melalui pembentukan blok-blok ekonomi dan perjanjian perdagangan regional, negara-negara berupaya meningkatkan efisiensi ekonomi, memperluas pasar, dan memperkuat posisi tawar mereka di tingkat global. Integrasi ekonomi regional menjadi strategi adaptif terhadap kompleksitas sistem perdagangan dunia yang diwarnai oleh ketimpangan, proteksionisme, dan dinamika geopolitik (Krugman & Obstfeld, 2018). Di era globalisasi, integrasi ekonomi regional tidak hanya berfungsi sebagai instrumen ekonomi, tetapi juga sebagai mekanisme politik dan sosial untuk menjaga stabilitas kawasan. Perjanjian seperti Uni Eropa (EU), ASEAN Economic Community (AEC), North American Free Trade Agreement (NAFTA, kini USMCA), dan African Continental Free Trade Area (AfCFTA) menjadi contoh nyata bagaimana regionalisme dapat menggerakkan roda ekonomi sekaligus memperkuat solidaritas antarnegara.

Integrasi ekonomi mengacu pada proses penyatuan ekonomi antarnegara melalui penghapusan hambatan perdagangan dan koordinasi kebijakan ekonomi. Menurut Balassa (1961), terdapat lima tingkat integrasi ekonomi utama:

1. Free Trade Area (FTA): Negara-negara anggota menghapus tarif dan hambatan perdagangan antar mereka, tetapi tetap mempertahankan kebijakan

perdagangan masing-masing terhadap negara non-anggota. Contohnya: ASEAN Free Trade Area (AFTA).

2. Customs Union: Selain menghapus tarif internal, negara anggota menetapkan tarif eksternal bersama terhadap negara non-anggota. Contoh: Southern African Customs Union (SACU).
3. Common Market: Integrasi ini memungkinkan pergerakan bebas barang, jasa, modal, dan tenaga kerja antarnegara anggota, seperti yang diterapkan oleh European Economic Community (EEC).
4. Economic Union: Negara-negara anggota menyatukan kebijakan ekonomi, fiskal, dan moneter. Contoh paling nyata adalah Uni Eropa dengan mata uang tunggal euro.
5. Political Union: Tingkat tertinggi integrasi di mana negara-negara anggota melebur dalam satu kesatuan politik dan pemerintahan, meskipun tahap ini masih jarang tercapai secara penuh.

Integrasi ekonomi pada dasarnya bertujuan menciptakan efisiensi produksi, memperbesar skala ekonomi, serta meningkatkan daya saing kawasan di kancah global (Salvatore, 2019).

Terdapat beberapa faktor utama yang mendorong negara untuk membentuk perjanjian perdagangan regional, yaitu:

1. Efisiensi ekonomi: Mengurangi biaya transaksi dan meningkatkan arus barang serta jasa.
2. Daya saing global: Melalui kerja sama, negara dapat memperkuat posisi tawarnya terhadap blok ekonomi lain.
3. Stabilitas politik dan keamanan: Integrasi ekonomi dapat memperkuat hubungan diplomatik dan mencegah konflik.
4. Pertumbuhan industri domestik: Pasar regional memberikan ruang bagi perusahaan lokal untuk berkembang sebelum bersaing di pasar global.

5. Kepastian investasi: Harmonisasi kebijakan perdagangan menciptakan iklim investasi yang lebih stabil dan menarik bagi investor asing (Hill & Hult, 2019).

ASEAN Economic Community (AEC) merupakan salah satu bentuk integrasi ekonomi regional paling signifikan di kawasan Asia. Diresmikan pada tahun 2015, AEC bertujuan mewujudkan pasar tunggal dan basis produksi bersama di kawasan Asia Tenggara. Empat pilar utama AEC meliputi: Pasar tunggal dan basis produksi, Kawasan ekonomi berdaya saing tinggi, Pembangunan ekonomi yang merata, Integrasi penuh dengan ekonomi global. AEC mendorong liberalisasi perdagangan barang, jasa, dan investasi antarnegara ASEAN, termasuk Indonesia. Dampaknya antara lain peningkatan ekspor intra-ASEAN, peningkatan investasi asing langsung (FDI), serta perbaikan daya saing regional. Namun, tantangan utama AEC terletak pada kesenjangan pembangunan antarnegara anggota serta harmonisasi kebijakan nasional yang masih belum seragam (Nesadurai, 2020).

Selain ASEAN, terdapat berbagai bentuk integrasi regional di belahan dunia lain:

1. European Union (EU): Model integrasi paling maju dengan kesatuan moneter (Eurozone), kebijakan pertanian bersama, dan lembaga supranasional seperti Parlemen Eropa.
2. United States, Mexico, Canada Agreement (USMCA): Pengganti NAFTA yang menekankan perdagangan yang lebih seimbang dan perlindungan hak kekayaan intelektual.
3. Mercosur (Mercado Común del Sur): Blok perdagangan di Amerika Selatan yang bertujuan meningkatkan integrasi ekonomi antara Argentina, Brasil, Paraguay, dan Uruguay.

4. African Continental Free Trade Area (AfCFTA): Inisiatif baru yang diharapkan memperkuat industrialisasi dan perdagangan intra-Afrika (Irwin, 2020).

Setiap bentuk integrasi regional mencerminkan kondisi geopolitik, ekonomi, dan sosial yang berbeda, namun semuanya menunjukkan arah menuju globalisasi yang lebih terdesentralisasi dan berbasis kawasan.

Integrasi ekonomi regional berkontribusi besar terhadap proses globalisasi ekonomi dunia. Beberapa dampak positifnya antara lain:

1. Meningkatkan efisiensi perdagangan: Eliminasi hambatan tarif mendorong aliran barang dan jasa yang lebih cepat.
2. Mendorong spesialisasi produksi: Negara dapat fokus pada sektor di mana mereka memiliki keunggulan komparatif.
3. Meningkatkan daya saing global: Integrasi kawasan menciptakan pasar besar yang mampu bersaing dengan kekuatan ekonomi seperti AS, Tiongkok, dan Uni Eropa.

Namun, integrasi juga membawa tantangan, seperti ketimpangan ekonomi antarnegara anggota, kehilangan kedaulatan kebijakan ekonomi, serta risiko dominasi negara kuat atas negara yang lebih kecil. Dalam konteks ini, kebijakan koordinatif dan solidaritas regional menjadi kunci keberhasilan (Rodrik, 2021).

Seiring kemajuan teknologi, integrasi ekonomi tidak hanya berlangsung secara fisik, tetapi juga digital. Perdagangan berbasis teknologi seperti e-commerce, digital finance, dan cross-border data flow menjadi elemen penting dalam integrasi ekonomi masa depan. ASEAN dan Uni Eropa telah mulai mengadopsi Digital Economy Framework Agreement untuk memfasilitasi perdagangan digital lintas negara (UNCTAD, 2022). Integrasi digital memungkinkan pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) untuk menembus pasar internasional dengan biaya rendah, sekaligus

memperkuat ketahanan ekonomi regional di era disrupsi teknologi.

Perdagangan regional dan integrasi ekonomi global adalah dua sisi dari mata uang yang sama. Keduanya saling melengkapi dalam menciptakan sistem ekonomi dunia yang lebih inklusif, stabil, dan kompetitif. Integrasi ekonomi yang berhasil harus tidak hanya berorientasi pada pertumbuhan, tetapi juga memperhatikan keadilan sosial, pemerataan ekonomi, dan keberlanjutan lingkungan. Dengan sinergi antara kerja sama regional dan tata kelola global, dunia dapat menuju sistem perdagangan internasional yang lebih seimbang dan berkeadilan.

G. Tantangan Globalisasi

Globalisasi telah menjadi kekuatan dominan yang membentuk wajah ekonomi dunia abad ke-21. Melalui kemajuan teknologi, mobilitas modal, dan pertukaran informasi, dunia kini terhubung dalam sistem ekonomi yang saling bergantung. Namun, di balik manfaatnya terhadap pertumbuhan dan efisiensi, globalisasi juga menghadirkan berbagai tantangan yang kompleks: ketimpangan pendapatan, marginalisasi negara berkembang, eksploitasi sumber daya alam, serta krisis lingkungan global (Stiglitz, 2018). Keadilan ekonomi internasional kemudian muncul sebagai isu fundamental dalam diskursus ekonomi global. Pertanyaan yang mengemuka bukan lagi sekadar “seberapa besar pertumbuhan ekonomi dapat dicapai”, melainkan “siapa yang mendapatkan manfaat dari pertumbuhan tersebut.” Dalam konteks ini, kebijakan global harus diarahkan tidak hanya untuk mempercepat pertumbuhan, tetapi juga memastikan bahwa hasilnya dapat dinikmati secara merata oleh seluruh lapisan masyarakat dunia (Rodrik, 2021).

Salah satu paradoks terbesar globalisasi adalah meningkatnya ketimpangan ekonomi di tengah kemajuan teknologi dan perdagangan bebas. Negara-negara maju seperti Amerika Serikat, Jepang, dan negara-negara Eropa menikmati surplus perdagangan dan dominasi teknologi, sementara sebagian besar negara berkembang masih terjebak dalam ketergantungan struktural terhadap ekspor bahan mentah. Menurut laporan World Inequality Database (2022), 10% penduduk dunia terkaya menguasai lebih dari 75% total kekayaan global. Ketimpangan ini diperparah oleh arus modal global yang cenderung mengalir ke negara dengan infrastruktur dan stabilitas politik yang lebih baik, sehingga memperlebar jarak antara utara dan selatan dunia (Piketty, 2020). Di tingkat domestik, liberalisasi ekonomi juga sering memperbesar kesenjangan sosial. Industri padat karya yang kalah bersaing dengan impor murah sering kali terpaksa menutup usaha, menyebabkan pengangguran dan melemahkan sektor riil. Fenomena ini memunculkan gelombang populisme ekonomi dan proteksionisme baru di berbagai negara.

Keadilan ekonomi internasional mencakup prinsip pemerataan hasil pembangunan global, distribusi kekayaan yang proporsional, dan akses yang adil terhadap sumber daya serta teknologi. Dalam kerangka moral ekonomi global, keadilan bukan sekadar hasil dari mekanisme pasar, tetapi juga tanggung jawab kolektif antarnegara (Sen, 2009). Beberapa prinsip utama keadilan ekonomi internasional antara lain:

1. Prinsip solidaritas global: Negara maju memiliki tanggung jawab moral untuk membantu negara berkembang melalui kerja sama ekonomi, transfer teknologi, dan penghapusan hambatan perdagangan.

2. Prinsip redistribusi global: Lembaga keuangan internasional seperti IMF dan World Bank harus berfungsi tidak hanya sebagai penjaga stabilitas, tetapi juga agen pemerataan pembangunan.
3. Prinsip keberlanjutan: Keadilan ekonomi tidak dapat dicapai tanpa memperhatikan keberlanjutan lingkungan dan generasi mendatang.
4. Prinsip inklusivitas digital: Dalam era ekonomi digital, akses terhadap teknologi dan internet harus dianggap sebagai hak ekonomi dasar (UNDP, 2021).

Organisasi internasional seperti Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB), World Trade Organization (WTO), dan International Monetary Fund (IMF) memiliki peran penting dalam menciptakan tata kelola ekonomi global yang adil. Melalui agenda Sustainable Development Goals (SDGs), PBB mendorong negara-negara anggota untuk mengurangi kemiskinan, memperluas akses pendidikan, dan memperkuat kemitraan global. Namun, sistem global saat ini masih menghadapi kritik keras. IMF sering dianggap terlalu menekankan stabilitas makroekonomi dibanding keadilan sosial, sementara WTO dinilai kurang melindungi kepentingan negara berkembang dalam negosiasi perdagangan (Stiglitz, 2018). Oleh karena itu, reformasi lembaga-lembaga internasional menjadi keharusan agar mereka benar-benar dapat berperan sebagai fasilitator keadilan ekonomi global, bukan sekadar penjaga status quo.

Globalisasi ekonomi telah membawa kemajuan luar biasa bagi peradaban manusia, namun juga melahirkan tantangan besar bagi keadilan sosial dan keseimbangan global. Keadilan ekonomi internasional tidak akan tercapai hanya melalui mekanisme pasar bebas, melainkan melalui tata kelola global yang inklusif, etis, dan berorientasi pada kemanusiaan. Dunia membutuhkan paradigma baru ekonomi global yang tidak hanya mengejar efisiensi, tetapi

juga memastikan keberlanjutan, solidaritas, dan keadilan bagi seluruh umat manusia.

H. Penutup

Perdagangan internasional dan dinamika ekonomi global merupakan fondasi utama bagi pertumbuhan dan kemakmuran bangsa-bangsa di abad ke-21. Melalui globalisasi, dunia telah mengalami transformasi besar dalam struktur produksi, pola konsumsi, serta arus investasi lintas negara. Buku ini telah menguraikan secara menyeluruh bagaimana teori ekonomi, kebijakan, dan kelembagaan internasional berinteraksi dalam membentuk sistem ekonomi dunia yang saling bergantung dan kompleks. Dalam konteks globalisasi ekonomi, tidak ada negara yang benar-benar mampu berdiri sendiri. Perdagangan internasional membuka peluang bagi peningkatan efisiensi dan kesejahteraan, namun di sisi lain juga menghadirkan tantangan berupa ketimpangan ekonomi, fluktuasi nilai tukar, hingga ketidakstabilan politik global. Oleh karena itu, peran negara melalui kebijakan fiskal, moneter, dan regulasi perdagangan menjadi sangat penting untuk menjaga keseimbangan antara keterbukaan ekonomi dan kepentingan nasional.

Kelembagaan global seperti WTO, IMF, dan World Bank berfungsi sebagai pilar pengatur sistem ekonomi internasional. Sementara itu, kerjasama ekonomi regional seperti ASEAN, APEC, dan RCEP menjadi wujud nyata dari upaya negara-negara berkembang untuk memperkuat posisi tawar dalam ekonomi dunia. Integrasi ekonomi yang efektif harus dibangun atas dasar keadilan, transparansi, dan keberlanjutan agar manfaat globalisasi dapat dirasakan secara merata. Ke depan, ekonomi global akan semakin ditentukan oleh inovasi teknologi, ekonomi hijau, serta tata kelola perdagangan digital. Negara-negara dituntut untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan ini, sekaligus memperkuat fondasi sosial dan kelembagaan agar tetap

kompetitif dan berdaya saing. Dengan demikian, masa depan ekonomi global yang berkeadilan dan berkelanjutan hanya dapat terwujud melalui kolaborasi lintas batas, solidaritas antarnegara, dan komitmen terhadap nilai-nilai kemanusiaan dalam setiap kebijakan ekonomi.

DAFTAR PUSTAKA

- Balassa, B. (1961). *The Theory of Economic Integration*. Routledge.
- Bank Indonesia. (2023). *Laporan Perekonomian Indonesia*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Bhagwati, J. (2002). *Free Trade Today*. Princeton University Press.
- Blanchard, O. (2017). *Macroeconomics* (7th ed.). Pearson Education.
- Heckscher, E., & Ohlin, B. (1933). *Interregional and International Trade*. Harvard University Press.
- Hill, C. W. L., & Hult, G. T. M. (2019). *International Business: Competing in the Global Marketplace* (12th ed.). McGraw-Hill Education.
- Irwin, D. A. (2020). *Clashing over Commerce: A History of US Trade Policy*. University of Chicago Press.
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2023). *Laporan Tahunan Perdagangan Indonesia*. Jakarta: Kemendag.
- Krugman, P. (1980). Scale Economies, Product Differentiation, and the Pattern of Trade. *The American Economic Review*, 70(5), 950, 959.
- Krugman, P. (1987). Is Free Trade Passe? *Journal of Economic Perspectives*, 1(2), 131, 144.
- Krugman, P. R., & Obstfeld, M. (2018). *International Economics: Theory and Policy* (11th ed.). Pearson Education.
- Leontief, W. (1953). Domestic Production and Foreign Trade: The American Capital Position Re-Examined. *Proceedings of the American Philosophical Society*, 97(4), 332, 349.

- Nesadurai, H. E. S. (2020). *ASEAN and Regional Governance after the AEC*. Palgrave Macmillan.
- OECD. (2022). *Green Growth and Sustainable Development*. Organisation for Economic Co-operation and Development.
- Piketty, T. (2020). *Capital and Ideology*. Harvard University Press.
- Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. Free Press.
- Ricardo, D. (1817). *On the Principles of Political Economy and Taxation*. London: John Murray.
- Rodrik, D. (2021). *Straight Talk on Trade: Ideas for a Sane World Economy*. Princeton University Press.
- Salvatore, D. (2014). *International Economics* (11th ed.). Wiley.
- Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2010). *Economics* (19th ed.). McGraw-Hill Education.
- Sen, A. (2009). *The Idea of Justice*. Harvard University Press.
- Smith, A. (1776). *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*. London: W. Strahan and T. Cadell.
- Stiglitz, J. E. (2018). *Globalization and Its Discontents Revisited: Anti-Globalization in the Era of Trump*. W.W. Norton & Company.
- Todaro, M. P., & Smith, S. C. (2015). *Economic Development* (12th ed.). Pearson Education.
- UNCTAD. (2022). *Digital Economy Report 2022: Cross-border Data Flows and Development*. United Nations.
- UNDP. (2021). *Human Development Report 2021/2022: Uncertain Times, Unsettled Lives*. United Nations Development Programme.

World Inequality Database. (2022). Global Inequality Report 2022. Paris School of Economics.

TENTANG PENULIS



Dr. Ir. Yusuf Gunawan, SH, MH, MBL, DTh

Penulis adalah kelahiran Surabaya, lulus sebagai Insinyur di Unika Widya Mandala, Sarjana Hukum di Universitas Jakarta, Magister Hukum dan Master of Business Law di Sekolah Tinggi Ilmu Hukum IBLAM, menyelesaikan pendidikan Doktoral di bidang Hukum di Universitas Jayabaya dan Doktor Theologia di Sekolah Tinggi Theologia IKAT. Penulis selain sebagai Dosen, Advokat, Konsultan Imigrasi, Konsultan Hak Kekayaan Intelektual, Advokat Pajak dan Bea dan Cukai, Konsultan Tenaga Kerja Asing, Arbiter, Mediator, Asesor dan juga menulis berbagai Jurnal, Book Chapter dan Buku yang dapat dilihat di Google Scholar dan sekarang menempuh studi Doctoral di Prodi Teknologi Pendidikan di Universitas Jakarta dan Magister Manajemen di Universitas Mitra Bangsa, Jakarta.
e-mail: yusufgunawan@iblam.ac.id; essensiajkt@yahoo.com



Roa Konitin, S.kom., M.H., CCL., CPM., CPArb, CPCLE,

Lulusan Sarana Komputer Universitas Islam Internasional pada Tahun 2015, Lulusan Magister Hukum STIH IBLAM, Sertifikat Profesional Profesi Beacukai, Sertifikat Profesional Mediator, Sertifikat Profesional Arbitrasi, sebagai Asesor dan sebagai Mahasiswa S1 Sekolah Tinggi Ilmu Hukum (STIH) IBLM juga. Keahlian lain adalah sebagai Profesional dan berpengalaman dalam Manajemen Kesehatan dan Perhotelan, operasional lapangan kebugaran dan kesehatan, serta layanan pelanggan, supervisi staf, manajemen operasional, dan administrasi back-end yang memadukan keterampilan kepemimpinan yang kuat dengan hasrat yang tulus untuk menciptakan pengalaman perhotelan yang berkesan

dan menarik. Sertifikat lain yang dimiliki adalah: Bela Negara, Muay Thai Pad Course, TRX Course, National Academy Sport and Medicine, Kickboxing, Yoga dan yang lainnya. Selain sebagai profesional juga sebagai business woman yang mempunyai usaha salon kecantikan di beberapa wilayah dan juga bisnis catering dan ditengah-tengah kesibukan menyempatkan diri mengikuti pelatihan, menulis buku dan jurnal ilmiah.

e-mail: queenroro09@yahoo.com

BAB 13 | PERAN TEKNOLOGI DALAM EKONOMI BISNIS

Yasir Riady

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi telah menjadi katalis utama dalam transformasi ekonomi global. Dalam beberapa dekade terakhir, kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, otomatisasi, kecerdasan buatan, dan digitalisasi telah mengubah secara fundamental cara bisnis dijalankan. Teknologi tidak lagi hanya berfungsi sebagai alat bantu operasional, tetapi telah menjadi elemen strategis dalam menciptakan nilai, meningkatkan efisiensi, dan memperluas jangkauan pasar.

Saat ini persaingan yang semakin ketat dan perubahan pasar yang dinamis, perusahaan dituntut untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perkembangan teknologi. Teknologi memungkinkan bisnis untuk mengakses data secara real-time, memahami perilaku konsumen dengan lebih akurat, serta mengoptimalkan proses produksi dan distribusi. Dalam konteks ini, teknologi menjadi penentu keberhasilan dan keberlanjutan bisnis di era modern.

Perjalanan teknologi dalam dunia bisnis dimulai sejak Revolusi Industri pada abad ke-18 dan ke-19, ketika mesin-mesin mulai menggantikan tenaga manusia dalam proses produksi. Mekanisasi memungkinkan peningkatan skala produksi dan efisiensi operasional, yang kemudian

mendorong pertumbuhan ekonomi secara signifikan. Pada tahap ini, teknologi masih bersifat fisik dan mekanis, seperti mesin uap, alat tenun otomatis, dan sistem transportasi kereta api.

Bisnis pada era ini berfokus pada produksi massal dan efisiensi biaya, dengan struktur organisasi yang hierarkis dan terpusat. Teknologi digunakan untuk mempercepat proses produksi, tetapi belum menyentuh aspek manajerial atau komunikasi internal secara signifikan. Memasuki pertengahan abad ke-20, munculnya komputer dan teknologi informasi membawa perubahan besar dalam cara bisnis dijalankan. Sistem informasi manajemen (MIS), perangkat lunak akuntansi, dan basis data mulai digunakan untuk mendukung pengambilan keputusan dan pengelolaan sumber daya.

Teknologi tidak lagi hanya digunakan di lantai produksi, tetapi juga di ruang kantor dan ruang rapat. Komputersasi memungkinkan perusahaan untuk menyimpan, mengolah, dan menganalisis data dalam jumlah besar, serta mempercepat komunikasi internal dan eksternal. Era ini menandai awal dari digitalisasi proses bisnis dan pergeseran menuju ekonomi berbasis informasi.

B. Era Digital: Internet dan E-Commerce

Pada akhir abad ke-20 dan awal abad ke-21, internet menjadi kekuatan disruptif dalam dunia bisnis. Perusahaan mulai memanfaatkan situs web, email, dan platform digital untuk menjangkau pelanggan secara langsung. E-commerce muncul sebagai model bisnis baru yang memungkinkan transaksi dilakukan secara daring, tanpa batasan geografis.

Digitalisasi proses bisnis menjadi semakin luas, mencakup pemasaran digital, manajemen rantai pasok berbasis cloud, dan layanan pelanggan otomatis. Perusahaan yang mampu beradaptasi dengan teknologi digital

memperoleh keunggulan kompetitif, sementara yang gagal berisiko tertinggal.

Saat ini, dunia bisnis memasuki era teknologi cerdas, ditandai dengan hadirnya kecerdasan buatan (AI), Internet of Things (IoT), blockchain, dan robotika canggih. Teknologi ini tidak hanya mendukung operasional, tetapi juga mampu membuat keputusan secara mandiri, memprediksi tren pasar, dan menciptakan pengalaman pelanggan yang dipersonalisasi.



Gambar 13.1 Peran Teknologi dan E-Commerce
(Sumber : <https://www.panda.id>)

AI digunakan dalam analisis data, chatbot layanan pelanggan, dan sistem rekomendasi. IoT memungkinkan integrasi perangkat fisik dengan sistem digital, menciptakan ekosistem bisnis yang saling terhubung. Blockchain menawarkan transparansi dan keamanan dalam transaksi bisnis, sementara robotika dan otomatisasi meningkatkan efisiensi produksi dan logistik.

Evolusi teknologi telah mengubah struktur organisasi bisnis dari yang bersifat hierarkis menjadi lebih fleksibel dan kolaboratif. Teknologi memungkinkan kerja jarak jauh, kolaborasi lintas tim dan negara, serta pengambilan keputusan berbasis data. Model bisnis pun bergeser dari

produk ke layanan, dari kepemilikan ke akses, dan dari lokal ke global.

Perusahaan tidak lagi hanya bersaing dalam hal harga dan kualitas, tetapi juga dalam hal kecepatan inovasi dan kemampuan adaptasi terhadap teknologi baru. Oleh karena itu, pemahaman terhadap evolusi teknologi menjadi kunci dalam merancang strategi bisnis yang relevan dan berkelanjutan.

C. Teknologi sebagai Penggerak Efisiensi Operasional

Pada dunia bisnis yang kompetitif, efisiensi operasional menjadi salah satu faktor kunci dalam mempertahankan keberlanjutan dan meningkatkan profitabilitas. Efisiensi tidak hanya berkaitan dengan pengurangan biaya, tetapi juga mencakup optimalisasi waktu, tenaga kerja, sumber daya, dan proses kerja. Teknologi hadir sebagai solusi strategis untuk mencapai efisiensi tersebut melalui otomatisasi, integrasi sistem, dan pengambilan keputusan berbasis data.

Teknologi memungkinkan perusahaan untuk mengotomatisasi berbagai proses bisnis yang sebelumnya dilakukan secara manual. Sistem seperti Enterprise Resource Planning (ERP) dan Customer Relationship Management (CRM) telah membantu perusahaan dalam mengelola keuangan, inventaris, produksi, dan hubungan pelanggan secara lebih terstruktur dan efisien. Contoh penerapan otomatisasi:

1. Manufaktur: Penggunaan robot industri untuk perakitan produk.
2. Logistik: Sistem pelacakan otomatis dan manajemen gudang berbasis sensor.
3. Administrasi: Penggunaan software akuntansi dan pengarsipan digital.

Otomatisasi tidak hanya meningkatkan kecepatan kerja, tetapi juga mengurangi kesalahan manusia dan meningkatkan akurasi data. Teknologi memungkinkan integrasi antar sistem dan departemen dalam perusahaan. Melalui platform digital, informasi dapat dibagikan secara real-time antara tim produksi, pemasaran, keuangan, dan manajemen. Hal ini menciptakan transparansi operasional dan mempercepat proses pengambilan keputusan.

Kolaborasi digital juga memungkinkan kerja lintas lokasi dan zona waktu. Dengan adanya cloud computing, tim dapat mengakses dokumen dan data dari mana saja, kapan saja, tanpa hambatan fisik. Ini sangat penting dalam era kerja jarak jauh dan globalisasi bisnis.

Salah satu dampak langsung dari penerapan teknologi adalah pengurangan biaya operasional. Dengan mengurangi ketergantungan pada tenaga kerja manual dan mempercepat proses produksi, perusahaan dapat menekan biaya dan meningkatkan margin keuntungan. Selain itu, teknologi juga mempercepat waktu siklus bisnis, mulai dari pemrosesan pesanan hingga pengiriman produk. Kecepatan ini menjadi nilai tambah dalam memenuhi ekspektasi pelanggan yang semakin tinggi terhadap layanan cepat dan responsif.

Teknologi memungkinkan perusahaan untuk melakukan monitoring dan evaluasi kinerja secara berkelanjutan. Melalui dashboard digital dan sistem pelaporan otomatis, manajemen dapat memantau indikator kinerja utama (KPI) secara real-time dan mengambil tindakan korektif dengan cepat, seperti:

1. Sistem pelaporan penjualan harian.
2. Analisis performa kampanye pemasaran digital.
3. Pemantauan produktivitas karyawan melalui aplikasi kerja.

Melalui data yang akurat dan terkini, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional secara menyeluruh. Meskipun teknologi menawarkan banyak keuntungan, penerapannya juga menghadapi tantangan:

1. Biaya investasi awal yang tinggi untuk sistem dan pelatihan.
2. Resistensi perubahan dari karyawan yang belum terbiasa dengan teknologi.
3. Kebutuhan akan SDM yang kompeten dalam mengelola sistem digital.
4. Risiko keamanan data dalam sistem yang terintegrasi.

Strategi implementasi teknologi harus dirancang dengan matang, melibatkan seluruh pemangku kepentingan, dan disertai dengan program pelatihan serta manajemen perubahan. Selain itu dengan adanya perkembangan teknologi serta beragam hal yang bisa meningkatkan efisiensi juga memberikan beragam hal yang menjadi perubahan terhadap tantangan yang ada.

D. Teknologi dan Inovasi Model Bisnis

Inovasi merupakan elemen vital dalam mempertahankan daya saing bisnis di tengah perubahan pasar yang cepat dan dinamis. Teknologi berperan sebagai pemicu utama inovasi, memungkinkan perusahaan untuk menciptakan model bisnis baru, memperluas pasar, dan menawarkan nilai tambah yang unik kepada pelanggan. Inovasi model bisnis tidak hanya menyangkut produk atau layanan, tetapi juga cara perusahaan menciptakan, menyampaikan, dan menangkap nilai.

Transformasi digital telah mengubah banyak model bisnis tradisional menjadi lebih adaptif dan berbasis teknologi. Perusahaan yang sebelumnya mengandalkan interaksi fisik kini beralih ke platform digital untuk

menjangkau pelanggan dan menjalankan operasional. Contoh transformasi model bisnis:

1. Retail: Dari toko fisik ke e-commerce dan marketplace digital.
2. Perbankan: Dari layanan konvensional ke mobile banking dan fintech.
3. Pendidikan: Dari kelas tatap muka ke platform pembelajaran daring.

Transformasi ini memungkinkan efisiensi, skalabilitas, dan personalisasi layanan yang lebih tinggi.

Teknologi telah melahirkan model bisnis berbasis platform, di mana perusahaan bertindak sebagai fasilitator interaksi antara penyedia dan pengguna layanan. Contoh paling nyata adalah Gojek, Tokopedia, Grab, dan Shopee, yang menghubungkan jutaan pengguna dengan mitra bisnis melalui satu ekosistem digital. Karakteristik model platform:

1. Skalabilitas tinggi: Pertumbuhan pengguna tidak memerlukan peningkatan aset fisik.
2. Efek jaringan: Nilai platform meningkat seiring bertambahnya pengguna.
3. Data sebagai aset utama: Platform mengandalkan data untuk mengoptimalkan layanan dan strategi bisnis.

Model ini telah mengubah cara perusahaan menghasilkan pendapatan dan membangun loyalitas pelanggan. Teknologi juga mendorong munculnya sharing economy, yaitu model bisnis yang memungkinkan pemanfaatan aset secara bersama-sama. Contoh: Airbnb (berbagi akomodasi), Uber (berbagi transportasi), dan Peer-to-peer lending (berbagi modal).

Sharing economy menantang model bisnis konvensional dengan menawarkan fleksibilitas, efisiensi biaya, dan pengalaman pengguna yang lebih personal. Namun, model ini juga menghadapi tantangan regulasi, keamanan, dan keberlanjutan. Teknologi memungkinkan

perusahaan untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang dipersonalisasi berdasarkan data perilaku, preferensi, dan interaksi sebelumnya. Model bisnis yang berfokus pada pelanggan kini menggunakan AI dan machine learning untuk memberikan rekomendasi produk, layanan pelanggan otomatis, dan kampanye pemasaran yang disesuaikan.



Gambar 13.2 Model Inovasi Bisnis
(Sumber : <https://unair.ac.id>)

Personalisasi meningkatkan kepuasan pelanggan, memperkuat loyalitas, dan membuka peluang monetisasi yang lebih besar. Inovasi model bisnis tidak bersifat sekali jalan, melainkan harus berkelanjutan dan adaptif terhadap perkembangan teknologi. Perusahaan perlu membangun budaya inovasi, mengintegrasikan teknologi dalam strategi bisnis, dan terus mengevaluasi relevansi model bisnis mereka. Beberapa pendekatan inovasi berkelanjutan:

1. Open innovation: Kolaborasi dengan pihak eksternal seperti startup dan universitas.
2. Agile business model: Fleksibilitas dalam merespons perubahan pasar.
3. Digital twin: Simulasi digital untuk pengujian dan pengembangan model bisnis.

E. Teknologi dan Pengambilan Keputusan Bisnis

Pengambilan keputusan merupakan inti dari aktivitas manajerial dalam bisnis. Keputusan yang tepat dapat membawa perusahaan menuju pertumbuhan dan keberhasilan, sementara keputusan yang keliru dapat menimbulkan kerugian dan risiko jangka panjang. Di era digital, teknologi telah mengubah cara keputusan bisnis diambil – dari yang semula berbasis intuisi dan pengalaman, menjadi berbasis data dan analitik.

Teknologi memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih cepat, akurat, dan terukur. Dengan dukungan sistem informasi dan kecerdasan buatan, manajer kini dapat mengakses data real-time, memprediksi tren pasar, dan mengevaluasi berbagai skenario bisnis sebelum mengambil tindakan.

Salah satu revolusi terbesar dalam pengambilan keputusan bisnis adalah hadirnya big data. Perusahaan kini mengumpulkan data dari berbagai sumber: transaksi pelanggan, interaksi media sosial, sensor IoT, dan sistem internal. Data ini kemudian dianalisis menggunakan analitik bisnis untuk menghasilkan wawasan yang mendalam. Contoh penerapan:

1. Analisis perilaku konsumen untuk personalisasi produk.
2. Prediksi permintaan berdasarkan tren historis.
3. Identifikasi efisiensi operasional dan titik pemborosan.

Melalui analitik yang tepat, perusahaan dapat membuat keputusan yang lebih strategis dan berbasis bukti.

Kecerdasan buatan (AI) telah menjadi alat penting dalam mendukung pengambilan keputusan bisnis. AI mampu memproses data dalam jumlah besar, mengenali pola, dan memberikan rekomendasi berdasarkan algoritma pembelajaran mesin. Contoh penggunaan AI:

1. Chatbot untuk layanan pelanggan yang responsif.
2. Sistem rekomendasi produk di e-commerce.
3. Prediksi risiko kredit dalam sektor keuangan.



Gambar 13.3 Teknologi dan Keputusan
(<https://berijalan.co.id>)

AI tidak menggantikan manusia dalam pengambilan keputusan, tetapi memperkuat kemampuan analisis dan mempercepat proses evaluasi alternatif. Sistem Pendukung Keputusan (DSS) adalah perangkat lunak yang dirancang untuk membantu manajer dalam membuat keputusan kompleks. DSS menggabungkan data, model analitik, dan antarmuka pengguna yang intuitif untuk menyajikan informasi yang relevan. Fitur utama DSS:

1. Simulasi skenario bisnis.
2. Visualisasi data dalam bentuk grafik dan dashboard.
3. Integrasi dengan sistem ERP dan CRM.

DSS membantu manajer dalam memahami dampak dari berbagai pilihan dan memilih strategi yang paling sesuai dengan tujuan bisnis. Teknologi juga memungkinkan penyajian data dalam bentuk visualisasi interaktif, seperti dashboard digital. Dashboard menyajikan indikator kinerja utama (KPI), tren penjualan, dan analisis keuangan secara real-time, sehingga memudahkan manajer dalam memantau dan mengevaluasi kinerja bisnis.

Keunggulan visualisasi data:

1. Mempercepat pemahaman informasi kompleks.
2. Mempermudah komunikasi antar tim dan pemangku kepentingan.
3. Meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam pengambilan keputusan.

Meskipun teknologi menawarkan banyak manfaat, pengambilan keputusan berbasis teknologi juga menghadapi tantangan:

1. Kualitas data: Keputusan yang baik bergantung pada data yang akurat dan relevan.
2. Bias algoritma: AI dapat menghasilkan keputusan yang bias jika data pelatihan tidak representatif.
3. Ketergantungan sistem: Terlalu mengandalkan teknologi dapat mengurangi intuisi dan kreativitas manusia.
4. Keamanan informasi: Data yang digunakan dalam pengambilan keputusan harus dilindungi dari kebocoran dan penyalahgunaan.

F. Kesimpulan

Teknologi telah menjadi elemen sentral dalam transformasi ekonomi bisnis modern. Dari evolusi mekanisasi hingga era kecerdasan buatan, teknologi terus mendorong perubahan dalam cara perusahaan beroperasi, berinovasi, dan mengambil keputusan. Dalam bab-bab sebelumnya, telah dijelaskan bagaimana teknologi berperan dalam meningkatkan efisiensi operasional, menciptakan model bisnis baru, memperkuat pengambilan keputusan berbasis data, serta menghadirkan tantangan dan risiko yang perlu dikelola secara bijak.

Perusahaan yang mampu mengintegrasikan teknologi secara strategis akan memiliki keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Teknologi tidak hanya mempercepat proses bisnis, tetapi juga membuka peluang untuk menciptakan nilai

baru, menjangkau pasar yang lebih luas, dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan. Namun, keberhasilan pemanfaatan teknologi juga bergantung pada kesiapan sumber daya manusia, tata kelola data, dan komitmen terhadap inovasi berkelanjutan.

Di tengah lanskap bisnis yang terus berubah, adaptabilitas dan literasi teknologi menjadi kunci utama. Pelaku bisnis, akademisi, dan pembuat kebijakan perlu bekerja sama untuk menciptakan ekosistem ekonomi yang inklusif, aman, dan berorientasi masa depan. Dengan pendekatan yang holistik dan berkelanjutan, teknologi dapat menjadi kekuatan positif dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ausat, A. M. A., Azzaakiyyah, H. K., Permana, R. M., Riady, Y., & Suherlan, S. (2023). The Role of ChatGPT in Enabling MSMEs to Compete in the Digital Age. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 3(2), 622-631. <https://doi.org/10.31004/innovative.v3i2.346>
- Ausat, A., Massang, B., Efendi, M., Nofirman, N., & Riady, Y. (2023). Can Chat GPT Replace the Role of the Teacher in the Classroom: A Fundamental Analysis. *Journal on Education*, 5(4), 16100-16106. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i4.2745>
- Habibi, A., Riady, Y., Alqahtani, T. M., Muhaimin, M., Albelbisi, N. A., Jaya, A., & Yaqin, L. N. (2023). Drivers affecting Indonesian pre-service teachers' intention to use m-learning: Structural equation modeling at three universities. *E-Learning and Digital Media*, 20(6), 519-538.
- Habibi, A., Riady, Y., Alqahtani, T.M.(2022) Online Project-Based Learning for ESP: Determinants of Learning Outcomes during Covid-19 Studies in English Language and Education, 2022, 9(3), pp. 985-1001
- Habibi, A., Riady, Y., Samed Al-Adwan, A., & Awni Albelbisi, N. (2023). Beliefs and knowledge for pre-service teachers' technology integration during teaching practice: An extended theory of planned behavior. *Computers in the Schools*, 40(2), 107-132.
- Harahap, M. A. K., Almaududi Ausat, A. M., Rachman, A., Riady, Y., & Azzaakiyyah, H. K. (2023). Overview of ChatGPT Technology and its Potential in Improving Tourism Information Services. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(1), 424-431.

- Muhaimin, M., Habibi, A., Riady, Y. (2023) Covid-19 distance and online learning: a systematic literature review in pharmacy education *BMC Medical Education*, 2023, 23(1), 367
- Putri, Kinkin Y. S.; Riady, Yasir; and Suwito, Annisa (2024) "Changing Healthy Living Behavior in the Post-Pandemic Era: New Communication Culture," *JURNAL KOMUNIKASI INDONESIA*: Vol. 13: No. 1, Article 10.
- Riady, Y. (2009). *Perilaku Perilaku Pencarian Informasi Mahasiswa Pascasarjana Program Doktor Bidang Pendidikan Bahasa Yang Menyusun Disertasi: Studi Kasus Di Universitas Negeri Jakarta*. Tesis. Program Magister Ilmu Perpustakaan dan Informasi, Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia, Indonesia.
- Riady, Y. (2013). *Litersi Informasi sejak dini: pengetahuan baru bagi anak Usia dini*. *Visi: Jurnal Ilmiah Pendidik dan Tenaga Kependidikan Pendidikan Non-Formal*. 8(2).159-165. DOI: <https://doi.org/10.21009/JIV.0802.10>
- Riady, Y. (2014) *Assisted learning through facebook: A case study of universitas terbuka's students group communities in Jakarta, Taiwan and Hong Kong* *Turkish Online Journal of Distance Education* This link is disabled., 2014, 15(2), pp. 227-238
- Riady, Y., Alqahtany, T.M., Habibi, A., Sofyan, S., Albelbisi, N.A.(2022) *Factors affecting teachers' social media use during covid-19* *Cogent Social Sciences*, 2022, 8(1), 2115658
- Riady. Y., Sofwan, M., Mailizar, M., Alqahtani, T. M., Yaqin, L. N., Habibi, A.(2023) *How can we assess the success of information technologies in digital libraries? Empirical evidence from Indonesia*. *International Journal of Information Management Data Insights*, 3(2), 2667-0968, <https://doi.org/10.1016/j.jjimei.2023.100192>

Widyahastuti, F., Riady, Y., Fransiskus, D.(2017) Performance prediction as a new feature in e-learning Proceedings of the International Conference on e-Learning, ICEL, 2017, pp. 237-243

Widyahastuti, F., Riady, Y., Zhou, W.(2017) Prediction model students' performance in online discussion forum ACM International Conference Proceeding Series, 2017, pp. 6-10

TENTANG PENULIS



Yasir Riady

Penulis merupakan pengajar di Universitas Terbuka pada bidang Jurusan Ilmu Komunikasi dan Informasi, merupakan salah satu peneliti, penulis, pustakawan di Jakarta. Menyelesaikan studi Ilmu Perpustakaan dan Informasi untuk Magister dan Sastra Inggris untuk gelar sarjananya, saat ini aktif pada beragam kegiatan seminar daring sebagai moderator dan juga pembicara. Email yang dapat dihubungi adalah yasir@ecampus.ut.ac.id

BAB 14

INOVASI DAN KEWIRAUSAHAAN DALAM EKONOMI BISNIS

Dr. Moh. Surno Kutoyo, S.Ag., S.Pd., M.Si., M.T.
&
Ali Hardana, S.Pd., M.Si.

A. Pendahuluan

Dalam lanskap ekonomi modern yang dinamis, **inovasi dan kewirausahaan** menjadi dua pilar utama yang menentukan daya saing dan keberlanjutan ekonomi suatu bangsa. Transformasi ekonomi global saat ini tidak lagi hanya ditentukan oleh ketersediaan sumber daya alam atau tenaga kerja murah, tetapi lebih pada **kemampuan menciptakan nilai baru melalui ide kreatif, teknologi, dan model bisnis inovatif**. Sejalan dengan pandangan Joseph A. Schumpeter (1934), inovasi merupakan kekuatan pendorong utama dalam proses “destruksi kreatif” yang mengubah struktur ekonomi lama menjadi sistem baru yang lebih efisien dan produktif.

Kewirausahaan, di sisi lain, menjadi wahana nyata untuk menerapkan inovasi dalam praktik bisnis. Seorang wirausahawan berperan sebagai agen perubahan (agent of change) yang membawa ide baru ke pasar, menciptakan lapangan kerja, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui penciptaan nilai ekonomi. Dalam konteks ekonomi bisnis, sinergi antara inovasi dan kewirausahaan merupakan motor penggerak utama dalam menciptakan efisiensi, memperluas pasar, serta mempercepat pertumbuhan ekonomi nasional dan global (Drucker, 2014).

Dalam beberapa dekade terakhir, kemajuan teknologi digital, kecerdasan buatan (AI), big data, dan Internet of Things (IoT) telah mempercepat proses inovasi di berbagai sektor ekonomi. Perusahaan-perusahaan yang mampu beradaptasi dan berinovasi dengan cepat memperoleh keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Sebaliknya, perusahaan yang gagal mengikuti perubahan sering kali tertinggal dan akhirnya keluar dari pasar. Oleh karena itu, **pemahaman tentang hubungan antara inovasi, kewirausahaan, dan ekonomi bisnis menjadi sangat penting** dalam menghadapi dinamika persaingan global abad ke-21.

Secara etimologis, “inovasi” berasal dari kata Latin *innovare*, yang berarti “memperbaharui” atau “membuat sesuatu yang baru.” Dalam konteks ekonomi bisnis, inovasi diartikan sebagai proses menciptakan nilai baru melalui pengembangan produk, layanan, proses, atau model bisnis yang lebih efisien (Tidd & Bessant, 2021). Inovasi tidak selalu berarti menciptakan sesuatu yang sepenuhnya baru; terkadang, inovasi muncul dari peningkatan inkremental terhadap sistem yang sudah ada, yang menghasilkan perbaikan efisiensi, kualitas, atau nilai pelanggan.

Inovasi dalam ekonomi bisnis dapat dikategorikan menjadi beberapa bentuk utama:

1. Inovasi Produk: Penciptaan atau peningkatan produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan cara yang lebih baik.
2. Inovasi Proses: Penerapan teknologi atau metode baru dalam produksi untuk meningkatkan efisiensi.
3. Inovasi Organisasi: Pembentukan struktur manajerial dan budaya perusahaan yang mendukung kreativitas dan fleksibilitas.
4. Inovasi Pemasaran: Pengembangan strategi komunikasi dan distribusi baru untuk memperluas jangkauan pasar.

5. Inovasi Model Bisnis: Perubahan fundamental dalam cara perusahaan menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai.

Dalam konteks makroekonomi, inovasi berperan penting dalam meningkatkan produktivitas nasional dan mendorong pertumbuhan ekonomi jangka panjang. Negara-negara yang memiliki ekosistem inovasi kuat seperti Amerika Serikat, Korea Selatan, dan Singapura umumnya memiliki daya saing ekonomi tinggi dan tingkat kesejahteraan masyarakat yang lebih baik. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi bukan sekadar kegiatan kreatif, melainkan strategi ekonomi yang berorientasi pada pembangunan berkelanjutan.

Kewirausahaan (entrepreneurship) tidak hanya identik dengan pendirian usaha baru, tetapi juga mencakup kemampuan seseorang untuk **mengidentifikasi peluang ekonomi, mengelola risiko, serta menciptakan nilai melalui inovasi** (Hisrich et al., 2020). Dalam ekonomi bisnis, wirausahawan dianggap sebagai penggerak utama aktivitas ekonomi karena mereka memperkenalkan produk baru, membuka lapangan kerja, dan menghidupkan kembali sektor-sektor ekonomi yang stagnan.

Peran kewirausahaan dalam perekonomian modern dapat dijelaskan melalui beberapa dimensi berikut:

1. **Penciptaan Lapangan Kerja:** Kewirausahaan berkontribusi langsung terhadap pengurangan pengangguran dengan membuka usaha baru yang menyerap tenaga kerja.
2. **Peningkatan Daya Saing Nasional:** Kewirausahaan yang inovatif memperkuat daya saing suatu negara di pasar internasional.
3. **Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat:** Melalui penciptaan nilai ekonomi, kewirausahaan meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan sosial.

- 4. Transformasi Struktur Ekonomi:** Wirausahawan sering kali menjadi aktor utama dalam transisi dari ekonomi agraris menuju ekonomi berbasis pengetahuan dan teknologi.
- 5. Pembangunan Daerah:** Kewirausahaan lokal mendorong pertumbuhan ekonomi wilayah dan pemerataan pembangunan.

Dalam konteks Indonesia, semangat kewirausahaan semakin ditekankan oleh pemerintah melalui berbagai program seperti *Gerakan Nasional 1000 Startup Digital* dan *UMKM Go Digital*. Langkah-langkah ini diharapkan dapat menciptakan ekosistem bisnis yang tangguh dan adaptif terhadap perubahan global, sekaligus memperkuat fondasi ekonomi berbasis inovasi.

Kewirausahaan tanpa inovasi akan stagnan, sementara inovasi tanpa kewirausahaan akan sulit diterapkan secara komersial. Keduanya saling melengkapi: **inovasi adalah ide, kewirausahaan adalah tindakan**. Sinergi antara keduanya menjadi sumber utama terciptanya pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan (Schumpeter, 1942).

Model integratif antara inovasi dan kewirausahaan dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1. Inovasi sebagai Input:** Ide baru, penemuan teknologi, atau metode baru menjadi dasar bagi penciptaan nilai bisnis.
- 2. Kewirausahaan sebagai Mekanisme Transformasi:** Wirausahawan menerjemahkan inovasi menjadi produk, layanan, atau sistem bisnis yang dapat dijual.
- 3. Ekonomi Bisnis sebagai Ekosistem Output:** Lingkungan bisnis menyediakan sumber daya, kebijakan, dan pasar untuk mendukung inovasi tersebut agar berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi.

Sebagai contoh, perusahaan seperti Gojek, Tokopedia, dan Traveloka di Indonesia merupakan hasil nyata dari perpaduan inovasi teknologi dengan semangat kewirausahaan yang tinggi. Mereka tidak hanya mengubah cara masyarakat bertransaksi dan bertransportasi, tetapi juga menciptakan **ekosistem ekonomi digital baru** yang melibatkan jutaan pelaku usaha mikro dan menengah.

Era globalisasi telah mengubah paradigma ekonomi menjadi *borderless economy*, di mana batas-batas geografis tidak lagi menjadi penghalang aktivitas bisnis. Revolusi Industri 4.0 menambah kompleksitas perubahan tersebut dengan memperkenalkan integrasi teknologi canggih seperti *artificial intelligence*, *machine learning*, *blockchain*, dan *cloud computing* ke dalam sistem produksi dan distribusi.

Perusahaan modern kini dituntut untuk menjadi lebih inovatif dalam menghadapi tekanan globalisasi dan perubahan teknologi. Kewirausahaan dalam konteks ini tidak lagi terbatas pada pendirian usaha konvensional, melainkan mencakup digital entrepreneurship, yaitu kemampuan menggunakan teknologi digital untuk menciptakan model bisnis baru yang efisien dan inklusif (Nambisan, 2017).

Contoh nyata dari transformasi ini dapat dilihat dari munculnya *unicorn startup* di Asia Tenggara, termasuk Indonesia, yang menggabungkan inovasi teknologi dengan semangat kewirausahaan lokal. Perusahaan seperti Grab dan Shopee tidak hanya mengubah pola konsumsi masyarakat, tetapi juga memperluas akses pasar bagi pelaku usaha kecil.

Dalam ekonomi global yang kompetitif, kemampuan berinovasi menjadi indikator utama keberhasilan bisnis. Dengan demikian, ekonomi bisnis modern ditandai oleh perpaduan antara kreativitas individu, teknologi mutakhir, dan sistem kewirausahaan yang adaptif.

Meskipun potensi inovasi dan kewirausahaan sangat besar, tantangan yang dihadapi juga tidak kecil. Di satu sisi, **perkembangan teknologi digital membuka peluang luas**

untuk ekspansi bisnis dan efisiensi operasional. Namun di sisi lain, muncul berbagai tantangan seperti disrupsi pasar, ketimpangan digital, serta keterbatasan sumber daya manusia yang adaptif terhadap perubahan teknologi.

Beberapa tantangan utama yang dihadapi dunia bisnis saat ini antara lain:

1. **Disrupsi Model Bisnis Tradisional:** Digitalisasi menggeser struktur ekonomi lama yang berbasis fisik menjadi berbasis platform.
2. **Ketimpangan Inovasi:** Tidak semua pelaku usaha, terutama UMKM, memiliki akses terhadap teknologi dan modal inovasi.
3. **Regulasi dan Kebijakan yang Belum Adaptif:** Banyak regulasi ekonomi belum mampu mengikuti kecepatan inovasi teknologi.
4. **Kurangnya Pendidikan Kewirausahaan Inovatif:** Sistem pendidikan formal masih berorientasi pada teori, belum mendorong kreativitas dan pemecahan masalah nyata.

Namun demikian, peluang yang muncul di era ini juga sangat besar. Inovasi berbasis digital memungkinkan wirausahawan untuk memperluas pasar global dengan biaya rendah, mempercepat pertumbuhan ekonomi kreatif, serta memperkuat inklusi keuangan melalui fintech dan e-commerce.

Dengan strategi nasional yang tepat, seperti penguatan riset, peningkatan literasi digital, dan kolaborasi antara pemerintah, universitas, dan industri (*triple helix model*), inovasi dan kewirausahaan dapat menjadi **pilar transformasi ekonomi nasional menuju ekonomi berbasis pengetahuan (*knowledge-based economy*)**.

Ekonomi bisnis merupakan cabang ilmu ekonomi yang mempelajari bagaimana organisasi menggunakan sumber daya secara efisien untuk mencapai tujuan bisnis dalam lingkungan pasar yang kompetitif. Dalam kerangka ini,

inovasi dan kewirausahaan berfungsi sebagai mekanisme yang **mengoptimalkan alokasi sumber daya, meningkatkan produktivitas, dan memperluas kesempatan ekonomi** (Baumol, 2010).

Dampak inovasi terhadap ekonomi bisnis dapat dilihat dalam beberapa aspek:

1. **Produktivitas:** Inovasi meningkatkan efisiensi proses produksi.
2. **Pertumbuhan Ekonomi:** Kewirausahaan inovatif menciptakan peluang pasar baru yang memperluas output ekonomi.
3. **Inklusivitas:** Teknologi digital memungkinkan partisipasi ekonomi dari kelompok masyarakat yang sebelumnya terpinggirkan.
4. **Daya Saing Global:** Negara dengan tingkat inovasi tinggi memiliki keunggulan kompetitif dalam perdagangan internasional.
5. **Keberlanjutan:** Inovasi hijau (*green innovation*) membantu perusahaan menyesuaikan diri dengan tuntutan pembangunan berkelanjutan.

B. Definisi dan Jenis-Jenis Inovasi

Dalam dunia ekonomi bisnis yang semakin kompetitif, inovasi telah menjadi kata kunci yang menentukan keberhasilan dan keberlanjutan sebuah organisasi. Hampir setiap perubahan besar dalam sejarah ekonomi modern didorong oleh kekuatan inovasi – mulai dari revolusi industri pertama yang ditandai dengan mesin uap hingga revolusi digital abad ke-21 yang memunculkan kecerdasan buatan dan ekonomi berbasis data.

Inovasi bukan hanya sekadar penciptaan hal baru, tetapi juga mencakup transformasi ide menjadi nilai ekonomi yang bermanfaat bagi masyarakat, perusahaan, dan negara. Oleh karena itu, memahami definisi dan jenis-jenis inovasi secara mendalam menjadi landasan penting untuk mengkaji

bagaimana ekonomi bisnis beradaptasi dengan perubahan zaman.

Secara etimologis, kata *inovasi* berasal dari bahasa Latin *innovare*, yang berarti “membuat sesuatu yang baru.” Dalam konteks sosial dan ekonomi, inovasi menggambarkan proses memperkenalkan sesuatu yang berbeda dari praktik sebelumnya, baik berupa produk, jasa, proses, sistem, maupun metode kerja yang menghasilkan nilai tambah.

Konsep ini pertama kali dipopulerkan oleh Joseph A. Schumpeter (1934) melalui karyanya *The Theory of Economic Development*, yang menjelaskan bahwa inovasi merupakan inti dari proses pembangunan ekonomi melalui mekanisme *creative destruction* – yakni penghancuran struktur ekonomi lama untuk melahirkan struktur ekonomi baru yang lebih efisien dan produktif. Menurut Schumpeter, inovasi tidak hanya soal penemuan (*invention*), tetapi lebih pada penerapan praktis dari ide baru dalam sistem produksi atau pasar.

Berbagai ahli memberikan penekanan berbeda dalam mendefinisikan inovasi, tergantung pada konteks kajian dan bidang penerapannya:

1. **Peter F. Drucker (2014)** menyatakan bahwa inovasi adalah alat utama wirausahawan untuk memanfaatkan perubahan sebagai peluang bisnis.
2. **Tidd dan Bessant (2021)** mendefinisikan inovasi sebagai proses mengubah peluang menjadi ide yang dapat diimplementasikan dan memberikan nilai komersial.
3. **OECD (2018)** dalam *Oslo Manual* mendefinisikan inovasi sebagai implementasi produk, proses, metode pemasaran, atau organisasi baru yang secara signifikan berbeda dari praktik sebelumnya.
4. **Kotler & Keller (2016)** memandang inovasi sebagai hasil dari kombinasi kreativitas dan penerapan teknologi dalam menciptakan produk atau jasa baru yang memberikan keunggulan kompetitif.

5. **Baregheh et al. (2009)** mendefinisikan inovasi sebagai proses multi-tahap di mana organisasi mengubah ide menjadi produk, layanan, atau proses baru untuk kemajuan, daya saing, dan diferensiasi.

Dari berbagai definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa inovasi mencakup empat unsur utama:

1. **Kebaruan (novelty)** - mengandung unsur baru atau berbeda;
2. **Penerapan (implementation)** - diwujudkan dalam tindakan nyata;
3. **Nilai tambah (value creation)** - memberikan manfaat ekonomi, sosial, atau lingkungan;
4. **Proses berkelanjutan (continuous process)** - tidak berhenti pada satu titik, tetapi terus berevolusi.

Dengan demikian, dalam konteks **ekonomi bisnis**, inovasi dapat dirumuskan sebagai:

“Proses sistematis untuk menciptakan, mengembangkan, dan menerapkan ide baru yang menghasilkan peningkatan nilai ekonomi, efisiensi, serta daya saing organisasi di pasar.”

Inovasi tidak dapat dilepaskan dari dinamika lingkungan bisnis yang terus berubah. Menurut Trott (2020), terdapat sejumlah karakteristik yang melekat pada proses inovasi dalam konteks ekonomi bisnis:

1. **Berorientasi pada Nilai Tambah:** Inovasi bertujuan menciptakan keunggulan kompetitif melalui peningkatan nilai bagi pelanggan.
2. **Melibatkan Risiko dan Ketidakpastian:** Setiap inovasi membawa potensi kegagalan, namun juga peluang keberhasilan besar.
3. **Bersifat Interdisipliner:** Melibatkan berbagai bidang seperti manajemen, teknologi, pemasaran, dan ekonomi.
4. **Didorong oleh Teknologi dan Pengetahuan:** Inovasi modern sering lahir dari kemajuan sains dan teknologi.

5. **Memerlukan Dukungan Organisasi:** Budaya inovatif, kepemimpinan visioner, dan sistem manajemen pengetahuan menjadi faktor pendukung utama.
6. **Berorientasi pada Keberlanjutan:** Dalam era ekonomi hijau, inovasi harus memperhatikan dampak lingkungan dan sosial.

Dengan memahami karakteristik tersebut, perusahaan dapat mengelola inovasi secara strategis, bukan sekadar spontanitas ide, melainkan sebagai bagian integral dari **manajemen strategi bisnis**.

Sering kali istilah “inovasi” disamakan dengan “penemuan” (*invention*) atau “kreativitas.” Padahal, ketiganya memiliki makna berbeda namun saling berkaitan.

Aspek	Kreativitas	Penemuan (<i>Invention</i>)	Inovasi
Makna	Kemampuan menghasilkan ide baru	Penciptaan produk atau proses baru	Implementasi ide menjadi nilai ekonomi
Fokus	Ide dan imajinasi	Pengetahuan dan eksperimen	Aplikasi praktis dan komersialisasi
Output	Gagasan	Prototipe atau paten	Produk, layanan, atau model bisnis baru
Contoh	Ide kendaraan tanpa sopir	Penemuan teknologi AI	Penerapan AI dalam transportasi seperti Tesla

Perbedaan mendasar terletak pada tahap komersialisasi. Penemuan baru dianggap inovasi jika berhasil diterapkan secara luas dan memberikan dampak ekonomi nyata.

Terdapat banyak klasifikasi inovasi berdasarkan kriteria yang berbeda. Dalam konteks ekonomi bisnis, klasifikasi yang paling umum mencakup jenis inovasi berdasarkan objek perubahan, tingkat kebaruan, serta dampak terhadap sistem ekonomi.

1. Berdasarkan objek atau bidang perubahan

Menurut OECD (2018) dalam *Oslo Manual*, inovasi terbagi menjadi empat kategori utama:

a. Inovasi Produk (Product Innovation)

Merupakan pengenalan barang atau jasa baru yang secara signifikan berbeda dalam karakteristik, fungsi, atau penggunaan dibandingkan produk sebelumnya. Contoh: Pengenalan mobil listrik Tesla atau smartphone berteknologi 5G. Inovasi produk bertujuan meningkatkan nilai pelanggan dan memperluas pangsa pasar.

b. Inovasi Proses (Process Innovation)

Meliputi penerapan metode baru dalam produksi atau distribusi yang meningkatkan efisiensi dan kualitas. Contoh: Penggunaan robotik dan otomatisasi dalam lini produksi pabrik. Inovasi ini penting untuk menekan biaya dan mempercepat waktu produksi.

c. Inovasi Pemasaran (Marketing Innovation)

Melibatkan pengembangan strategi baru dalam desain, promosi, atau penetapan harga yang meningkatkan penetrasi pasar. Contoh: Kampanye personalisasi berbasis data seperti iklan algoritmik di media sosial. Tujuannya adalah meningkatkan citra merek dan loyalitas pelanggan.

d. Inovasi Organisasi (Organizational Innovation)

Terkait dengan penerapan struktur manajemen, praktik kerja, atau hubungan eksternal baru. Contoh: Penerapan sistem kerja hybrid pasca-pandemi COVID-

19. Inovasi ini meningkatkan efisiensi internal dan kemampuan adaptasi perusahaan.

2. Berdasarkan tingkat kebaruan

Menurut Abernathy & Clark (1985) dan Christensen (1997), inovasi dapat dikategorikan berdasarkan tingkat kebaruan dan dampaknya terhadap pasar:

a. Inovasi Inkremental (Incremental Innovation)

Merupakan perbaikan bertahap terhadap produk, proses, atau layanan yang sudah ada tanpa mengubah struktur industri. Contoh: Pembaruan fitur pada smartphone generasi terbaru.

Inovasi ini umum dilakukan karena risiko rendah dan biaya relatif kecil.

b. Inovasi Radikal (Radical Innovation)

Menciptakan perubahan besar dalam teknologi dan pasar, sering kali menggantikan sistem lama. Contoh: Munculnya internet yang menggantikan media tradisional. Dampaknya signifikan karena dapat mengubah pola konsumsi dan industri secara menyeluruh.

c. Inovasi Disruptif (Disruptive Innovation)

Diperkenalkan oleh Christensen (1997), yaitu inovasi yang awalnya sederhana namun kemudian menggantikan pemain besar di industri. Contoh: Netflix menggantikan Blockbuster melalui layanan streaming digital. Inovasi ini sering muncul dari perusahaan kecil dengan strategi pasar baru.

d. Inovasi Arsitektural (Architectural Innovation)

Menurut Henderson & Clark (1990), inovasi ini terjadi ketika teknologi yang ada dikombinasikan kembali untuk menciptakan konfigurasi baru. Contoh: Kamera digital yang memanfaatkan teknologi optik lama dengan sistem penyimpanan baru.

3. Berdasarkan sumber dan arah perubahan

- a. Inovasi Teknologi (Technological Innovation):
Didorong oleh kemajuan teknologi seperti AI, IoT, atau bioteknologi.
- b. Inovasi Sosial (Social Innovation):
Berfokus pada pemecahan masalah sosial melalui pendekatan kreatif. Contoh: Platform crowdfunding untuk pembiayaan sosial.
- c. Inovasi Ekologis (Eco-Innovation):
Mengintegrasikan prinsip keberlanjutan dan efisiensi lingkungan. Contoh: Energi terbarukan dan sistem daur ulang bahan baku.
- d. Inovasi Model Bisnis (Business Model Innovation):
Mengubah cara organisasi menciptakan dan menangkap nilai. Contoh: Model langganan Netflix atau layanan *freemium* Spotify.

4. Berdasarkan Sumber Ide

- a. Inovasi Internal:
Ide berasal dari dalam organisasi, seperti R&D, karyawan, atau departemen inovasi.
- b. Inovasi Eksternal:
Melibatkan kolaborasi dengan pihak luar, seperti universitas, pelanggan, atau startup (model *open innovation*).
- c. Inovasi Terbuka (Open Innovation):
Menurut Chesbrough (2003), inovasi terbuka menggabungkan sumber ide internal dan eksternal untuk mempercepat pengembangan produk.

Menurut Tidd dan Bessant (2021), ada empat faktor utama yang memengaruhi tingkat inovasi suatu organisasi:

1. **Teknologi:** Kemajuan teknologi menciptakan peluang baru untuk efisiensi dan produk unggulan.
2. **Pasar:** Perubahan preferensi konsumen menuntut inovasi berkelanjutan.

3. **Regulasi:** Kebijakan pemerintah dapat mendorong atau menghambat inovasi (misalnya insentif pajak untuk riset).
4. **Sumber Daya Manusia:** Kreativitas dan keterampilan tenaga kerja menentukan kapasitas inovasi organisasi.

Selain itu, faktor budaya organisasi dan kepemimpinan transformasional juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap kemampuan inovatif (Amabile, 2018). Inovasi memberikan dampak ganda, baik pada tingkat mikro (perusahaan) maupun makro (ekonomi nasional):

1. **Tingkat Mikro:** Meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan daya saing perusahaan.
2. **Tingkat Makro:** Mendorong pertumbuhan ekonomi, membuka lapangan kerja, dan memperkuat ekspor nasional.

Menurut Global Innovation Index (WIPO, 2023), negara dengan ekosistem inovasi kuat memiliki GDP per kapita dan tingkat pembangunan manusia (HDI) yang lebih tinggi. Hal ini membuktikan bahwa **inovasi adalah penggerak utama kemakmuran ekonomi**.

C. Pentingnya Inovasi

Inovasi merupakan fondasi utama dalam pembangunan ekonomi modern dan menjadi katalis bagi pertumbuhan berkelanjutan di berbagai sektor bisnis. Dalam konteks ekonomi global yang semakin kompetitif, kemampuan untuk berinovasi menjadi faktor penentu keberhasilan organisasi, perusahaan, bahkan negara. Melalui inovasi, perusahaan tidak hanya dapat menciptakan nilai tambah baru bagi konsumen, tetapi juga meningkatkan efisiensi internal, memperkuat posisi pasar, dan menciptakan keunggulan bersaing yang berkelanjutan (Porter, 1990; Schumpeter, 1934).

Lebih dari sekadar penciptaan ide baru, inovasi mencakup proses sistematis dalam mengubah pengetahuan, teknologi, dan kreativitas menjadi produk, layanan, atau model bisnis yang memiliki nilai ekonomi dan sosial. Di era digital saat ini, inovasi juga menjadi prasyarat adaptasi terhadap perubahan teknologi yang cepat dan disruptif industri. Perusahaan yang gagal berinovasi berisiko kehilangan relevansi di pasar dan tertinggal dari pesaing yang lebih responsif terhadap perubahan lingkungan bisnis (Tidd & Bessant, 2021).

Oleh karena itu, pentingnya inovasi tidak dapat dilepaskan dari tujuan strategis ekonomi bisnis secara keseluruhan. Baik di tingkat mikro (perusahaan) maupun makro (nasional), inovasi berperan sebagai motor penggerak pertumbuhan ekonomi, peningkatan produktivitas, penciptaan lapangan kerja, serta pembangunan berkelanjutan (OECD, 2022).

1. Inovasi sebagai Penggerak Pertumbuhan Ekonomi

Dalam teori ekonomi klasik dan modern, inovasi sering dianggap sebagai faktor endogen yang mendorong pertumbuhan ekonomi. Joseph A. Schumpeter (1934) dalam konsep *creative destruction* menyatakan bahwa inovasi menyebabkan siklus ekonomi berkembang melalui proses penghancuran kreatif, di mana sistem lama digantikan oleh sistem baru yang lebih efisien dan produktif. Melalui proses ini, inovasi menjadi kekuatan yang mengubah struktur industri dan mempercepat kemajuan ekonomi.

Perusahaan yang terus berinovasi mampu memperkenalkan produk baru, meningkatkan kualitas layanan, dan menurunkan biaya produksi, sehingga meningkatkan produktivitas nasional. Penelitian empiris menunjukkan bahwa negara-negara dengan tingkat inovasi tinggi seperti Amerika Serikat, Jepang, Jerman, dan Korea Selatan – memiliki pertumbuhan ekonomi yang

lebih stabil dan berdaya saing tinggi di pasar global (World Bank, 2023).

Selain itu, inovasi juga membuka peluang bagi diversifikasi ekonomi. Dengan munculnya sektor-sektor baru seperti ekonomi digital, energi terbarukan, dan bioteknologi, inovasi membantu menciptakan sumber pertumbuhan baru yang tidak lagi bergantung pada sumber daya alam semata. Hal ini menjadikan inovasi sebagai elemen sentral dalam strategi pembangunan ekonomi jangka panjang (OECD, 2021).

2. Inovasi dalam Peningkatan Daya Saing Perusahaan

Dalam konteks bisnis modern, keunggulan kompetitif tidak lagi hanya bergantung pada harga atau efisiensi produksi, tetapi juga pada kemampuan beradaptasi terhadap perubahan dan menciptakan nilai baru melalui inovasi. Porter (1990) menjelaskan bahwa inovasi merupakan inti dari keunggulan bersaing karena memungkinkan perusahaan untuk menawarkan diferensiasi yang tidak mudah ditiru pesaing.

Perusahaan-perusahaan seperti Apple, Tesla, dan Samsung menunjukkan bagaimana inovasi dapat menjadi sumber keunggulan yang berkelanjutan. Mereka tidak hanya menciptakan produk baru, tetapi juga mengembangkan model bisnis yang mengubah perilaku konsumen dan struktur industri. Dengan berinovasi, perusahaan dapat memanfaatkan peluang pasar baru, memperluas jangkauan pelanggan, dan meningkatkan loyalitas konsumen (Teece, 2018).

Lebih jauh lagi, inovasi tidak hanya penting bagi perusahaan besar, tetapi juga bagi usaha kecil dan menengah (UKM). UKM yang berinovasi memiliki peluang lebih besar untuk bertahan dan berkembang, terutama di tengah ketidakpastian pasar dan tekanan globalisasi (OECD, 2022). Inovasi produk, proses, maupun

manajemen memungkinkan UKM meningkatkan efisiensi, menyesuaikan diri dengan preferensi konsumen, dan mengakses pasar global melalui digitalisasi (Nambisan, 2017).

3. Inovasi dan Keberlanjutan (Sustainability)

Di era modern, inovasi juga memainkan peran penting dalam mendukung pembangunan berkelanjutan. Inovasi tidak hanya diarahkan pada penciptaan keuntungan ekonomi, tetapi juga pada penyelesaian masalah sosial dan lingkungan. Konsep *eco-innovation* atau inovasi hijau (*green innovation*) menekankan pentingnya penerapan teknologi dan model bisnis yang ramah lingkungan untuk mencapai keberlanjutan jangka panjang (OECD, 2019).

Perusahaan yang mengintegrasikan inovasi berkelanjutan ke dalam strategi bisnisnya tidak hanya berkontribusi terhadap pengurangan emisi dan efisiensi energi, tetapi juga memperoleh reputasi positif di mata konsumen dan investor. Inovasi dalam energi terbarukan, daur ulang, serta ekonomi sirkular menjadi contoh konkret bagaimana inovasi dapat menciptakan keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi dan pelestarian lingkungan (Boons & Lüdeke-Freund, 2013).

Selain itu, inovasi sosial (*social innovation*) juga semakin penting. Jenis inovasi ini berfokus pada penciptaan solusi bagi masalah sosial, seperti kemiskinan, kesenjangan pendidikan, dan kesehatan. Melalui kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat sipil, inovasi sosial dapat memperkuat inklusivitas ekonomi dan memperluas dampak sosial positif (Mulgan, 2019).

4. Inovasi dan Transformasi Digital

Salah satu faktor terpenting dalam ekonomi bisnis kontemporer adalah transformasi digital. Kemajuan teknologi informasi, kecerdasan buatan, dan big data telah merevolusi cara perusahaan beroperasi, berinteraksi dengan pelanggan, dan menciptakan nilai. Dalam konteks ini, inovasi digital menjadi pendorong utama efisiensi, kecepatan, dan personalisasi layanan (Brynjolfsson & McAfee, 2014).

Inovasi digital memungkinkan otomatisasi proses, pengambilan keputusan berbasis data, dan pengembangan produk atau layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan konsumen. Misalnya, e-commerce, fintech, dan teknologi blockchain telah mengubah paradigma ekonomi tradisional dengan menciptakan ekosistem bisnis yang lebih terbuka, transparan, dan efisien (Tapscott & Tapscott, 2016).

Perusahaan yang gagal mengadopsi inovasi digital berisiko kehilangan relevansi di pasar yang berubah cepat. Oleh karena itu, kemampuan beradaptasi terhadap teknologi baru dan kemampuan inovatif menjadi kunci keberhasilan bisnis di era Revolusi Industri 4.0 dan menuju Society 5.0 (Schwab, 2016; Fukuyama, 2018).

5. Inovasi sebagai Katalis Kewirausahaan

Kewirausahaan dan inovasi memiliki hubungan yang sangat erat dan bersifat saling memperkuat. Wirausahawan pada dasarnya adalah agen perubahan yang membawa ide-ide baru ke pasar melalui kegiatan inovatif. Inovasi memberikan sarana bagi wirausahawan untuk menciptakan peluang bisnis baru, mengubah ide menjadi produk yang bernilai ekonomi, dan memperluas pasar (Drucker, 1985).

Kewirausahaan inovatif menjadi motor penggerak terciptanya lapangan kerja baru dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Menurut Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2023), tingkat kewirausahaan berbasis inovasi berbanding lurus dengan pertumbuhan ekonomi suatu negara. Wirausahawan yang berorientasi pada inovasi cenderung menciptakan nilai tambah lebih tinggi dibandingkan wirausahawan yang hanya meniru produk yang sudah ada.

Selain itu, inovasi juga meningkatkan kemampuan adaptif wirausahawan terhadap risiko dan ketidakpastian pasar. Melalui eksperimen dan pembelajaran berkelanjutan, wirausahawan dapat menemukan solusi yang lebih kreatif dan efisien dalam menghadapi tantangan bisnis (Shane & Venkataraman, 2000).

6. Inovasi dalam Konteks Globalisasi

Dalam ekonomi global, inovasi menjadi alat strategis bagi negara untuk memperkuat daya saing internasional. Negara-negara dengan kapasitas inovatif tinggi cenderung memiliki ekspor bernilai tambah tinggi dan mampu menarik investasi asing yang lebih besar (UNCTAD, 2022).

Inovasi global juga mendorong terjadinya aliran pengetahuan lintas batas melalui kolaborasi internasional, riset bersama, dan investasi lintas negara. Ekosistem inovasi global seperti Silicon Valley, Shenzhen, atau Singapura menunjukkan bagaimana integrasi antara pemerintah, universitas, dan industri (triple helix model) dapat mempercepat kemajuan ekonomi berbasis pengetahuan (Etzkowitz & Leydesdorff, 2000).

Dalam konteks Indonesia, pentingnya inovasi menjadi semakin nyata dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) dan persaingan global. Penguatan sistem inovasi nasional melalui peningkatan

riset, pengembangan teknologi lokal, dan kolaborasi lintas sektor menjadi agenda strategis untuk meningkatkan daya saing nasional (Kemenristekdikti, 2023).

Secara ekonomi, inovasi memberikan dampak yang luas, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dampak langsung terlihat pada peningkatan produktivitas, efisiensi biaya, dan pendapatan perusahaan. Sedangkan dampak tidak langsung mencakup efek berganda terhadap sektor-sektor terkait, seperti peningkatan permintaan tenaga kerja, pertumbuhan industri pendukung, dan peningkatan pendapatan masyarakat (Solow, 1956).

Lebih jauh, inovasi berkontribusi terhadap stabilitas ekonomi makro dengan menciptakan diversifikasi sektor industri. Negara yang memiliki basis inovasi kuat lebih tahan terhadap krisis ekonomi global karena mampu mengembangkan sektor-sektor baru yang fleksibel terhadap perubahan pasar.

Inovasi juga mendorong peningkatan investasi, baik dari sektor publik maupun swasta. Investor cenderung menempatkan modalnya pada perusahaan atau negara yang memiliki kapasitas inovasi tinggi karena dianggap lebih prospektif dalam jangka panjang (World Economic Forum, 2023).

Meskipun penting, inovasi menghadapi berbagai tantangan, baik struktural maupun kultural. Hambatan utama mencakup keterbatasan pendanaan riset, rendahnya kolaborasi antara universitas dan industri, serta kurangnya budaya inovatif di dalam organisasi (Tidd & Bessant, 2021).

Di banyak negara berkembang, termasuk Indonesia, sistem inovasi nasional masih menghadapi kendala pada aspek regulasi, infrastruktur teknologi, dan sumber daya manusia. Rendahnya investasi dalam penelitian dan pengembangan (R&D) menjadi faktor penghambat utama

dalam menciptakan ekosistem inovasi yang dinamis (World Bank, 2023).

Selain itu, faktor budaya organisasi juga berpengaruh besar. Banyak perusahaan masih cenderung mempertahankan struktur hierarkis yang mengekang kreativitas dan inisiatif karyawan. Padahal, inovasi memerlukan lingkungan yang terbuka, kolaboratif, dan toleran terhadap kegagalan (Amabile, 1996).

Untuk memperkuat peran inovasi dalam ekonomi bisnis, diperlukan strategi komprehensif di berbagai level.

1. Pada tingkat perusahaan, perlu dibangun budaya inovatif melalui sistem insentif, pelatihan, dan kolaborasi lintas fungsi. Perusahaan juga perlu menerapkan *open innovation* dengan melibatkan pelanggan, mitra, dan komunitas dalam proses pengembangan ide baru (Chesbrough, 2003).
2. Pada tingkat nasional, pemerintah harus memperkuat ekosistem inovasi melalui kebijakan fiskal dan regulasi yang mendukung investasi R&D, peningkatan kapasitas SDM, serta kolaborasi antara universitas dan industri.
3. Pada tingkat global, kerja sama internasional dalam penelitian dan teknologi harus ditingkatkan untuk mempercepat transfer pengetahuan dan meningkatkan daya saing global.

D. Definisi dan Jenis-Jenis Kewirausahaan

Kewirausahaan (*entrepreneurship*) telah menjadi salah satu pilar utama dalam pembangunan ekonomi modern. Ia tidak hanya dipandang sebagai kegiatan ekonomi semata, tetapi juga sebagai motor penggerak inovasi, penciptaan lapangan kerja, dan pertumbuhan kesejahteraan sosial. Dalam konteks ekonomi bisnis, kewirausahaan berperan penting dalam memperkenalkan ide-ide baru, menciptakan produk dan jasa inovatif, serta membuka peluang pasar yang

sebelumnya belum ada (Drucker, 1985; Hisrich, Peters, & Shepherd, 2017).

Di era globalisasi dan digitalisasi yang berkembang pesat, kewirausahaan mengalami transformasi besar. Ia tidak lagi hanya terbatas pada pendirian usaha kecil tradisional, tetapi telah berkembang menjadi fenomena multidimensi yang melibatkan teknologi, kreativitas, dan jejaring sosial global. Oleh karena itu, pemahaman tentang definisi dan jenis-jenis kewirausahaan menjadi penting untuk memahami bagaimana peran wirausahawan dalam membentuk struktur ekonomi modern.

Secara etimologis, istilah kewirausahaan berasal dari kata *entrepreneurship*, yang berakar dari bahasa Prancis “*entreprendre*,” yang berarti “melakukan” atau “mengambil pekerjaan.” Istilah ini pertama kali digunakan oleh ekonom Prancis abad ke-18, Richard Cantillon, yang menggambarkan *entrepreneur* sebagai individu yang menanggung risiko dengan membeli barang pada harga tertentu dan menjualnya pada harga yang tidak pasti (Cantillon, 1755).

Menurut Schumpeter (1934), kewirausahaan adalah proses inovasi yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk menciptakan kombinasi baru dari faktor-faktor produksi. Schumpeter menyebut wirausahawan sebagai *innovator*, yaitu agen perubahan yang menyebabkan terjadinya “penghancuran kreatif” (*creative destruction*), menggantikan sistem ekonomi lama dengan sistem baru yang lebih efisien dan produktif.

Peter F. Drucker (1985) mendefinisikan kewirausahaan sebagai “tindakan sistematis dalam menciptakan sesuatu yang baru dan bernilai dengan mengalokasikan sumber daya untuk peluang yang belum tereksplorasi.” Dalam pandangannya, kewirausahaan tidak hanya terbatas pada pendirian perusahaan baru, tetapi juga mencakup kemampuan organisasi yang sudah ada untuk berinovasi dan beradaptasi terhadap perubahan.

Menurut Kuratko (2016), kewirausahaan adalah “proses dinamis dalam menciptakan nilai melalui identifikasi peluang, pengembangan ide, dan penyusunan strategi untuk mewujudkan ide menjadi kenyataan.” Definisi ini menekankan bahwa kewirausahaan bukanlah tindakan sesaat, melainkan sebuah siklus berkelanjutan yang membutuhkan kreativitas, perencanaan, dan keberanian mengambil risiko.

Sementara itu, menurut Hisrich et al. (2017), kewirausahaan merupakan “proses menciptakan sesuatu yang berbeda dengan nilai melalui dedikasi waktu dan usaha yang signifikan, disertai dengan risiko keuangan, psikologis, dan sosial, untuk mendapatkan hasil berupa kepuasan pribadi dan keuntungan ekonomi.” Definisi ini menyoroti aspek pengorbanan dan tanggung jawab moral wirausahawan dalam menghadapi ketidakpastian.

Secara lebih luas, kewirausahaan juga diartikan sebagai pola pikir (*entrepreneurial mindset*) cara berpikir yang berorientasi pada inovasi, peluang, dan nilai tambah (McGrath & MacMillan, 2000). Dalam konteks ini, seseorang tidak harus memiliki bisnis sendiri untuk disebut wirausahawan, tetapi yang penting adalah kemampuan berpikir kreatif dan proaktif dalam menciptakan solusi baru.

Dengan demikian, kewirausahaan dapat disimpulkan sebagai proses kreatif, inovatif, dan strategis yang bertujuan menciptakan nilai melalui pemanfaatan peluang yang ada di tengah ketidakpastian lingkungan bisnis. Kewirausahaan memiliki sejumlah karakteristik khas yang membedakannya dari aktivitas ekonomi lainnya. Beberapa ciri utama tersebut antara lain:

1. **Orientasi pada Peluang** - Wirausahawan mampu mengenali peluang pasar sebelum orang lain menyadarinya (Stevenson & Jarillo, 1990).
2. **Inovatif** - Wirausahawan menciptakan produk, layanan, atau proses baru yang membawa perubahan.

3. **Berani Mengambil Risiko** - Wirausahawan berani menghadapi ketidakpastian dan risiko finansial dalam mengejar peluang.
4. **Berorientasi pada Nilai Tambah** - Tujuan utama wirausahawan bukan sekadar keuntungan, tetapi penciptaan nilai ekonomi dan sosial.
5. **Kemandirian dan Kepemimpinan** - Wirausahawan biasanya memiliki dorongan kuat untuk mandiri dan menjadi pemimpin bagi timnya.
6. **Ketahanan dan Adaptabilitas** - Kemampuan menghadapi kegagalan dan beradaptasi dengan perubahan merupakan kunci keberhasilan dalam kewirausahaan.

Karakteristik tersebut tidak hanya melekat pada individu, tetapi juga dapat ditumbuhkan melalui pendidikan, pelatihan, dan pengalaman bisnis yang berkelanjutan (Rae, 2010). Kewirausahaan dapat diklasifikasikan ke dalam berbagai jenis berdasarkan aspek kegiatan, motivasi, struktur organisasi, maupun tujuan sosial-ekonomi yang ingin dicapai. Berikut ini adalah beberapa kategori utama kewirausahaan yang dikenal dalam literatur akademik modern.

1. Berdasarkan orientasi bisnis

- a. **Kewirausahaan Komersial** (*Commercial Entrepreneurship*)

Jenis ini berfokus pada penciptaan keuntungan ekonomi melalui kegiatan bisnis. Wirausahawan jenis ini berupaya memanfaatkan peluang pasar untuk menghasilkan laba maksimal. Contoh: pendiri startup, pemilik usaha mikro, atau pemimpin korporasi inovatif.

b. Kewirausahaan Sosial (*Social Entrepreneurship*)

Kewirausahaan sosial berfokus pada pemecahan masalah sosial dengan pendekatan bisnis yang berkelanjutan. Tujuannya bukan semata mencari keuntungan, tetapi menciptakan dampak sosial positif (Dees, 1998). Contohnya: lembaga mikrofinansial seperti Grameen Bank, atau bisnis sosial seperti TOMS Shoes.

c. Kewirausahaan Pemerintah (*Public Entrepreneurship*)

Kewirausahaan jenis ini dilakukan dalam sektor publik dengan tujuan meningkatkan efisiensi dan inovasi dalam pelayanan masyarakat. Misalnya, inovasi birokrasi berbasis teknologi dalam pelayanan publik (Osborne & Gaebler, 1992).

2. Berdasarkan tahap dan skala usaha

a. Kewirausahaan Mikro dan Kecil

Wirasahawan dalam kategori ini biasanya memulai bisnis dengan sumber daya terbatas, mengandalkan modal pribadi dan jaringan sosial lokal. Perannya penting dalam menyerap tenaga kerja dan memperkuat ekonomi daerah (OECD, 2022).

b. Kewirausahaan Menengah dan Besar

Jenis ini melibatkan pengelolaan bisnis berskala besar dengan struktur organisasi kompleks dan orientasi pasar global. Biasanya memiliki kemampuan inovasi lebih tinggi karena dukungan R&D dan akses keuangan yang kuat.

3. Berdasarkan inovasi dan teknologi

a. Kewirausahaan Teknologi (*Technopreneurship*)

Merupakan kegiatan kewirausahaan berbasis teknologi dan inovasi digital. Wirasahawan jenis ini mengandalkan ilmu pengetahuan dan teknologi untuk menciptakan produk atau solusi baru, seperti aplikasi mobile, fintech, dan startup AI (Nambisan, 2017).

b. Kewirausahaan Digital (*Digital Entrepreneurship*)

Jenis ini muncul akibat revolusi industri 4.0, di mana kegiatan bisnis dijalankan sepenuhnya melalui platform digital. Contohnya: e-commerce, bisnis konten kreatif, dan platform ekonomi berbagi seperti Gojek atau Airbnb (Brynjolfsson & McAfee, 2014).

c. Kewirausahaan Inovatif (*Innovative Entrepreneurship*)

Fokus utamanya adalah menciptakan ide baru yang disruptif dan mampu mengubah struktur pasar. Contohnya: Elon Musk dengan Tesla dan SpaceX, atau Steve Jobs dengan Apple.

4. Berdasarkan motivasi dan tujuan

a. Kewirausahaan Berdasarkan Kebutuhan (*Necessity Entrepreneurship*)

Jenis ini muncul karena faktor keterpaksaan, misalnya akibat pengangguran atau keterbatasan ekonomi. Umumnya banyak ditemukan di negara berkembang (Reynolds et al., 2005).

b. Kewirausahaan Berdasarkan Peluang (*Opportunity Entrepreneurship*)

Didorong oleh keinginan untuk memanfaatkan peluang pasar dan menciptakan nilai baru. Biasanya terjadi di negara maju dengan ekosistem bisnis yang mendukung.

c. Kewirausahaan Sosial dan Lingkungan (*Sustainopreneurship*)

Merupakan kombinasi antara kewirausahaan sosial dan inovasi lingkungan yang bertujuan menciptakan dampak ekonomi sekaligus menjaga keberlanjutan (Belz & Binder, 2017).

5. Berdasarkan konteks kelembagaan

a. **Intrapreneurship (Kewirausahaan Internal)**

Istilah ini merujuk pada individu yang berinovasi di dalam organisasi tempat mereka bekerja. Mereka berperan seperti wirausahawan, tetapi di lingkungan perusahaan besar. Konsep ini diperkenalkan oleh Pinchot (1985) sebagai upaya mendorong budaya inovasi di korporasi.

b. **Extrapreneurship**

Menggambarkan kolaborasi antara perusahaan dan mitra eksternal seperti startup atau komunitas dalam menciptakan inovasi baru (Chesbrough, 2003).

6. Berdasarkan nilai dan etika

Kewirausahaan juga dapat diklasifikasikan berdasarkan nilai yang mendasarinya:

a. **Kewirausahaan Islam**, yang berlandaskan prinsip syariah seperti kejujuran, keadilan, dan larangan riba (Ali & Al-Owaihah, 2008).

b. **Kewirausahaan Berbasis Komunitas**, yang mengutamakan kesejahteraan masyarakat lokal dan solidaritas sosial.

c. **Kewirausahaan Hijau**, yang berfokus pada pelestarian lingkungan dan praktik bisnis berkelanjutan.

Kewirausahaan memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional maupun global. Dampaknya mencakup berbagai aspek:

1. **Penciptaan Lapangan Kerja.** Usaha baru menciptakan kesempatan kerja bagi masyarakat.

2. **Inovasi dan Pertumbuhan Produktivitas.** Wirausahawan menjadi sumber utama inovasi teknologi dan manajerial.

3. **Peningkatan Daya Saing Nasional.** Negara dengan ekosistem kewirausahaan yang kuat cenderung memiliki daya saing global yang tinggi (World Economic Forum, 2023).

- 4. Peningkatan Kesejahteraan dan Inklusi Sosial.** Melalui kewirausahaan sosial dan komunitas, masyarakat marginal dapat memperoleh akses ekonomi yang lebih baik.

E. Pentingnya Kewirausahaan

Kewirausahaan merupakan salah satu pilar fundamental dalam pembangunan ekonomi modern. Dalam konteks ekonomi bisnis, kewirausahaan tidak hanya dipandang sebagai kegiatan individu dalam membuka usaha baru, tetapi juga sebagai kekuatan pendorong transformasi ekonomi melalui inovasi, penciptaan nilai tambah, serta penggerak utama daya saing nasional. Menurut Drucker (2014), kewirausahaan adalah kemampuan untuk mencari dan mengeksploitasi peluang yang muncul dalam lingkungan ekonomi guna menciptakan produk, layanan, dan model bisnis baru. Oleh karena itu, kewirausahaan memiliki peran strategis dalam meningkatkan efisiensi ekonomi, mendorong pertumbuhan sektor produktif, serta memperluas lapangan kerja.

1. Kewirausahaan sebagai Penggerak Pertumbuhan Ekonomi

Salah satu kontribusi utama kewirausahaan terhadap perekonomian adalah perannya dalam menciptakan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Wirausahawan berperan sebagai *agent of change* yang mengidentifikasi peluang pasar, memperkenalkan teknologi baru, dan memodifikasi struktur industri agar lebih adaptif terhadap perubahan global (Audretsch & Thurik, 2020). Ketika wirausahawan memperkenalkan produk atau layanan baru, mereka menstimulasi permintaan, mendorong produktivitas, serta meningkatkan efisiensi penggunaan sumber daya.

Dalam konteks negara berkembang seperti Indonesia, kewirausahaan menjadi kunci dalam memperkuat ekonomi domestik melalui pemberdayaan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Data dari Kementerian Koperasi dan UKM (2023) menunjukkan bahwa lebih dari 60% Produk Domestik Bruto (PDB) nasional berasal dari sektor UMKM, yang sebagian besar dijalankan oleh pelaku wirausaha lokal. Hal ini menunjukkan betapa vitalnya peran kewirausahaan dalam menopang ekonomi nasional.

2. Kewirausahaan sebagai Sumber Inovasi dan Daya Saing

Kewirausahaan berhubungan erat dengan inovasi karena pada hakikatnya wirausahawan adalah individu yang mampu melihat peluang di tengah ketidakpastian dan berani menciptakan solusi baru. Schumpeter (1942) menggambarkan wirausahawan sebagai agen yang melakukan *creative destruction*—proses menggantikan sistem lama dengan sistem baru yang lebih efisien dan bernilai ekonomi tinggi.

Melalui inovasi, kewirausahaan membantu perusahaan maupun perekonomian secara luas dalam menciptakan nilai kompetitif. Misalnya, inovasi dalam teknologi finansial (fintech) di Indonesia telah mendorong pertumbuhan sektor keuangan inklusif, memungkinkan masyarakat tanpa akses ke bank untuk berpartisipasi dalam sistem ekonomi formal (Suryani & Astuti, 2022). Dengan demikian, wirausaha berperan penting dalam menciptakan efisiensi baru dan memperluas jangkauan ekonomi digital nasional.

3. Kewirausahaan dan Penciptaan Lapangan Kerja

Salah satu dampak paling nyata dari kewirausahaan adalah kemampuannya dalam menciptakan lapangan kerja. Setiap bisnis baru yang lahir membawa potensi untuk menyerap tenaga kerja, baik secara langsung maupun tidak langsung. Menurut Global

Entrepreneurship Monitor (2023), lebih dari 45% lapangan kerja di negara berkembang berasal dari usaha rintisan (*startups*) dan UMKM.

Wirausahawan tidak hanya menciptakan pekerjaan untuk dirinya sendiri tetapi juga membuka kesempatan kerja bagi masyarakat di sekitarnya. Dalam jangka panjang, ini berdampak pada peningkatan kesejahteraan sosial dan distribusi pendapatan yang lebih merata. Kewirausahaan yang sehat menciptakan ekosistem ekonomi yang dinamis, di mana inovasi, efisiensi, dan inklusivitas saling memperkuat.

4. Kewirausahaan sebagai Instrumen Pemberdayaan Sosial

Selain kontribusi ekonomi, kewirausahaan juga berperan sebagai alat pemberdayaan sosial. Wirausaha sosial (*social entrepreneurs*) berfokus pada penyelesaian masalah-masalah sosial seperti kemiskinan, pendidikan, lingkungan, dan kesehatan melalui pendekatan bisnis yang berkelanjutan (Yunus, 2017).

Di Indonesia, fenomena kewirausahaan sosial semakin berkembang seiring meningkatnya kesadaran generasi muda terhadap tanggung jawab sosial. Program seperti *Sociopreneur Indonesia* dan *Young Changemakers* telah menunjukkan bagaimana wirausaha muda mampu menciptakan dampak sosial nyata melalui bisnis yang berorientasi pada solusi masyarakat. Dengan demikian, kewirausahaan menjadi instrumen efektif dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan (*Sustainable Development Goals* atau *SDGs*).

5. Kewirausahaan dalam Era Digital dan Ekonomi Global

Perkembangan teknologi digital telah mengubah lanskap kewirausahaan secara signifikan. Internet, kecerdasan buatan (AI), dan platform e-commerce telah menurunkan hambatan masuk pasar dan memungkinkan wirausahawan kecil untuk bersaing secara global. Dalam konteks ini, kewirausahaan digital tidak hanya

mempercepat inovasi, tetapi juga memperluas peluang ekonomi lintas batas (Nambisan, 2017).

Kewirausahaan digital menciptakan model bisnis baru seperti *sharing economy*, *on-demand services*, dan *platform economy* yang merevolusi cara konsumen berinteraksi dengan pasar. Contohnya, aplikasi transportasi daring seperti Gojek dan Grab berhasil mengintegrasikan jutaan pekerja informal ke dalam sistem ekonomi digital formal. Hal ini menunjukkan bahwa kewirausahaan digital bukan hanya tentang keuntungan ekonomi, tetapi juga tentang transformasi sosial dan struktur kerja baru.

6. Kewirausahaan dan Ketahanan Ekonomi Nasional

Kewirausahaan juga berkontribusi dalam membangun ketahanan ekonomi suatu negara. Di tengah ketidakpastian global seperti krisis ekonomi, pandemi, atau gangguan rantai pasok internasional wirausahawan berperan sebagai aktor yang cepat beradaptasi dan mampu menemukan solusi kreatif. Menurut studi dari OECD (2022), negara-negara dengan tingkat kewirausahaan tinggi lebih cepat pulih dari krisis ekonomi dibandingkan negara dengan tingkat kewirausahaan rendah.

Hal ini disebabkan karena wirausahawan memiliki fleksibilitas tinggi dalam mengubah strategi bisnis, memanfaatkan sumber daya lokal, dan mempercepat inovasi untuk menyesuaikan diri dengan kondisi pasar. Dalam konteks Indonesia, pandemi COVID-19 menjadi momentum penting bagi munculnya wirausaha digital baru yang memperkuat sektor logistik, makanan, dan layanan berbasis teknologi.

7. Kewirausahaan dan Pendidikan Ekonomi

Pendidikan kewirausahaan memiliki peranan penting dalam membentuk pola pikir kreatif dan inovatif sejak dini. Institusi pendidikan yang mengintegrasikan

kurikulum kewirausahaan telah terbukti mampu meningkatkan minat generasi muda untuk berwirausaha (Fayolle & Gailly, 2015). Melalui pendidikan kewirausahaan, siswa dan mahasiswa tidak hanya diajarkan teori bisnis, tetapi juga dilatih untuk berpikir kritis, mengambil risiko terukur, serta menciptakan nilai bagi masyarakat.

Universitas di Indonesia kini mulai mengembangkan *entrepreneurship incubator* sebagai wadah bagi mahasiswa untuk melatih kemampuan bisnis. Misalnya, program *Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM)* memberikan ruang bagi mahasiswa untuk belajar langsung dari dunia industri dan kewirausahaan. Upaya ini diharapkan dapat memperkuat ekosistem kewirausahaan nasional.

8. Kewirausahaan dan Keberlanjutan Ekonomi

Kewirausahaan berperan besar dalam mendorong pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Wirausaha modern tidak hanya mengejar keuntungan ekonomi, tetapi juga memperhatikan aspek sosial dan lingkungan dalam menjalankan bisnis. Konsep *green entrepreneurship* misalnya, berfokus pada kegiatan usaha yang ramah lingkungan dan efisien sumber daya (Schaper, 2016).

Praktik kewirausahaan berkelanjutan (*sustainable entrepreneurship*) ini semakin relevan seiring meningkatnya kesadaran global terhadap perubahan iklim dan degradasi lingkungan. Bisnis yang berorientasi pada keberlanjutan tidak hanya menciptakan keuntungan finansial, tetapi juga memberikan nilai sosial jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abernathy, W. J., & Clark, K. B. (1985). Innovation: Mapping the winds of creative destruction. *Research Policy*, 14(1), 3-22.
- Ali, A. J., & Al-Owaihian, A. (2008). Islamic work ethic: A critical review. *Cross Cultural Management: An International Journal*, 15(1), 5-19.
- Amabile, T. M. (1996). *Creativity in Context*. Boulder, CO: Westview Press.
- Amabile, T. M. (2018). *Creativity in Context: Update to the Social Psychology of Creativity*. Routledge.
- Baregheh, A., Rowley, J., & Sambrook, S. (2009). Towards a multidisciplinary definition of innovation. *Management Decision*, 47(8), 1323-1339.
- Baumol, W. J. (2010). *The Microtheory of Innovative Entrepreneurship*. Princeton University Press.
- Belz, F. M., & Binder, J. K. (2017). Sustainable entrepreneurship: A convergent process model. *Business Strategy and the Environment*, 26(1), 1-17.
- Boons, F., & Lüdeke-Freund, F. (2013). Business models for sustainable innovation. *Journal of Cleaner Production*, 45(1), 9-19.
- Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *The Second Machine Age*. New York: W. W. Norton.
- Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies*. New York: W. W. Norton.
- Cantillon, R. (1755). *Essai sur la nature du commerce en général*. London.

- Chesbrough, H. (2003). *Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology*. Harvard Business School Press.
- Chesbrough, H. (2003). *Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology*. Harvard Business School Press.
- Chesbrough, H. (2003). *Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology*. Harvard Business School Press.
- Christensen, C. M. (1997). *The Innovator's Dilemma*. Harvard Business Review Press.
- Dees, J. G. (1998). *The Meaning of Social Entrepreneurship*. Stanford University.
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and Entrepreneurship*. New York: Harper & Row.
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and Entrepreneurship*. New York: Harper & Row.
- Drucker, P. F. (2014). *Innovation and Entrepreneurship*. Routledge.
- Etzkowitz, H., & Leydesdorff, L. (2000). The dynamics of innovation: From National Systems and "Mode 2" to a Triple Helix. *Research Policy*, 29(2), 109-123.
- Fukuyama, M. (2018). Society 5.0: Aiming for a New Human-Centered Society. *Japan SPOTLIGHT*, 27(4), 47-50.
- Henderson, R. M., & Clark, K. B. (1990). Architectural innovation: The reconfiguration of existing product technologies. *Administrative Science Quarterly*, 35(1), 9-30.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). *Entrepreneurship* (10th ed.). New York: McGraw-Hill.

- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2020). *Entrepreneurship*. McGraw-Hill Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kuratko, D. F. (2016). *Entrepreneurship: Theory, Process, and Practice* (10th ed.). Boston: Cengage Learning.
- McGrath, R. G., & MacMillan, I. C. (2000). *The Entrepreneurial Mindset: Strategies for Continuously Creating Opportunity in an Age of Uncertainty*. Harvard Business Press.
- Mulgan, G. (2019). *Social Innovation: How Societies Find the Power to Change*. Policy Press.
- Nambisan, S. (2017). Digital entrepreneurship: Toward a digital technology perspective of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(6), 1029–1055.
- Nambisan, S. (2017). Digital entrepreneurship: Toward a digital technology perspective. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(6), 1029–1055.
- Nambisan, S. (2017). Digital entrepreneurship: Toward a digital technology perspective. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(6), 1029–1055.
- OECD. (2018). *Oslo Manual: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation*. OECD Publishing.
- OECD. (2019). *Eco-innovation Policies in OECD Countries*. Paris: OECD Publishing.
- OECD. (2021). *The Role of Innovation in Economic Growth*. Paris: OECD Publishing.
- OECD. (2022). *Innovation and SMEs*. Paris: OECD Publishing.

- Osborne, D., & Gaebler, T. (1992). *Reinventing Government: How the Entrepreneurial Spirit is Transforming the Public Sector*. Addison-Wesley.
- Pinchot, G. (1985). *Intrapreneuring: Why You Don't Have to Leave the Corporation to Become an Entrepreneur*. New York: Harper & Row.
- Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. New York: Free Press.
- Rae, D. (2010). Universities and enterprise education: Responding to the challenges of the new era. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 17(4), 591-606.
- Reynolds, P. D., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, N., Servais, I., & Chin, N. (2005). Global entrepreneurship monitor: Data collection design and implementation 1998-2003. *Small Business Economics*, 24(3), 205-231.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development*. Harvard University Press.
- Schwab, K. (2016). *The Fourth Industrial Revolution*. World Economic Forum.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- Solow, R. M. (1956). A Contribution to the Theory of Economic Growth. *Quarterly Journal of Economics*, 70(1), 65-94.
- Stevenson, H. H., & Jarillo, J. C. (1990). A paradigm of entrepreneurship: Entrepreneurial management. *Strategic Management Journal*, 11(5), 17-27.

- Tapscott, D., & Tapscott, A. (2016). *Blockchain Revolution*. Penguin Random House.
- Teece, D. J. (2018). Business models and dynamic capabilities. *Long Range Planning*, 51(1), 40–49.
- Tidd, J., & Bessant, J. (2021). *Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change* (7th ed.). Wiley.
- Trott, P. (2020). *Innovation Management and New Product Development* (7th ed.). Pearson Education.
- UNCTAD. (2022). *Technology and Innovation Report*. United Nations.
- WIPO. (2023). *Global Innovation Index 2023: Innovation in Uncertain Times*. World Intellectual Property Organization.
- World Bank. (2023). *World Development Report 2023: Rethinking Innovation for Development*. Washington, DC.
- World Economic Forum. (2023). *Global Competitiveness Report 2023*. Geneva.

TENTANG PENULIS



DR. Moh. Surno Kutoyo, S.Ag., S.Pd., M.Si., M.T.

Penulis sebagai ASN Guru di Tangerang, serta aktif di berbagai organisasi social kemasyarakatan dan pendidikan. Penulis telah banyak terlibat dalam penulisan dan penerbitan berbagai buku, baik sebagai penulis maupun sebagai editor. Buku-buku yang diterbitkan dengan kategori buku referensi maupun buku ajar, yang berjumlah lebih dari 40 judul buku. Buku-buku yang telah diterbitkan antara lain berfokus pada bidang Manajemen, Ekonomi, Bisnis, Adminiistrasi Negara, Pariwisata, Perencanaan Wilayah, Ekologi, Geografi, PPKn, Sosiologi, dsb.



H. Ali Hardana, S.Pd., M.Si.

Lahir di Tanjung Balai, sebagai anak pertama dari empat bersaudara, buah dari pasangan Alm. H. Kasmir dan Hj. Berliana Dalimunthe. Ali adalah panggilan akrabnya, ia terlahir di keluarga yang sangat sederhana, Ayahnya seorang pensiunan Pegawai Kantor Pos, sedangkan Ibunya bekerja sebagai ibu rumah tangga. Sejak kecil dia selalu dinasehati oleh ayahnya untuk selalu rajin beribadah, jujur, bertanggungjawab dan baik terhadap sesama.

Ketika berumur 7 tahun, ia memulai pendidikan di SD Negeri 5 Sibolga di Tahun 1996, kemudian setelah lulus dia melanjutkan pendidikannya di SMP Negeri 1 Sibolga di Tahun 1999. Selepas lulus dari SMP di Tahun 1999, dan melanjutkan sekolahnya ke SMA Negeri 4 Padangsidempuan di Tahun 2002, melanjutkan ke Perguruan Tinggi selama kurang lebih 4 tahun lamanya, pada 2003, menyelesaikan S1 jurusan Ekonomi dan Akuntansi di UNIMED, pada 2010 melanjutkan S2 sampai

dengan 2012 selama kurang lebih 2 tahun lamanya Jurusan Ilmu Ekonomi di Universitas Negeri Medan (UNIMED).

Pada jam kerja beliau bisa dijumpai di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Syahada Padangsidempuan yang beralamatkan di Jalan T. Rizal Nurdin. Sebagai Dosen FEBI UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary (Syahada) Padangsidempuan sekaligus mengajar beberapa mata kuliah seperti Ekonometrika, Akuntansi, Akuntansi Keuangan, dan Anggaran. Manajemen Pemasaran, Manajemen Inovasi, Manajemen Perubahan.

Untuk komunikasi lebih lanjut bisa via telepon, akun via email alihardana@uinsyahada.ac.id.

<https://scholar.google.com/citations?user=dFM2ePYAAAAJ&hl=id&oi=ao>

Ali Hardana, ID SINTA 6746127, ID GARUDA : 6371483, ID
WOS: GWV-6740-2022 - Google
Scholar

BAB 15

ETIKA DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL DALAM BISNIS

Dr. Antonius Natan

A. Pendahuluan

Dalam dunia bisnis saat ini, etika dan tanggung jawab sosial telah menjadi dua pilar utama yang mendominasi diskusi, baik di tingkat global maupun nasional. Seiring dengan era globalisasi dan pertumbuhan ekonomi yang pesat, perusahaan tidak hanya dituntut untuk mencapai keuntungan maksimal, tetapi juga untuk menjaga hubungan yang harmonis dengan masyarakat, lingkungan, dan seluruh pemangku kepentingan. Paradigma bisnis saat ini telah bergeser dari sekadar mengejar profit menuju penciptaan nilai bersama yang berkelanjutan. Perubahan ini didorong oleh ekspektasi publik yang semakin tinggi terhadap transparansi, akuntabilitas, dan kontribusi positif perusahaan terhadap komunitas¹ (Carroll, 1991).

Tulisan ini bertujuan untuk memberikan tinjauan komprehensif mengenai etika dan tanggung jawab sosial dalam bisnis melalui empat subbahasan utama: konsep etika bisnis; prinsip-prinsip etika bisnis; tanggung jawab sosial dalam bisnis (Corporate Social Responsibility/CSR); serta implementasi etika dan tanggung jawab sosial dalam praktik

¹ Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39-48

nyata di dunia usaha. Analisis akan diperdalam dengan membahas dilema etika, konflik antara keuntungan dan tanggung jawab sosial, tantangan lintas sektor industri, serta studi kasus kontemporer yang aktual di Indonesia. Keterkaitan teoretis, regulasi, dan pendekatan praktis akan dijelaskan dengan merujuk pada perkembangan literatur dan praktik terbaik terkini, guna memberikan gambaran holistik pada lintas bidang bisnis.

Etika bisnis merujuk pada prinsip-prinsip moral yang membimbing perilaku dan keputusan dalam dunia usaha. Ini mencakup berbagai elemen dasar seperti kejujuran, integritas, keadilan, dan tanggung jawab. Dalam konteks bisnis, etika berfungsi sebagai panduan untuk memastikan bahwa perusahaan beroperasi dengan cara yang tidak hanya menguntungkan tetapi juga adil dan bertanggung jawab terhadap semua pemangku kepentingan² (Trevino & Nelson, 2011).

Prinsip-prinsip etika bisnis yang utama meliputi kejujuran, integritas, keadilan, dan tanggung jawab. Kejujuran mengharuskan perusahaan untuk berkomunikasi secara terbuka dan jujur dengan semua pemangku kepentingan. Integritas menuntut konsistensi antara kata dan perbuatan. Keadilan memastikan bahwa semua keputusan bisnis dibuat dengan mempertimbangkan dampaknya terhadap semua pihak yang terlibat. Tanggung jawab mengharuskan perusahaan untuk bertanggung jawab atas tindakan mereka dan dampaknya terhadap masyarakat dan lingkungan³ (Ferrell, Fraedrich, & Ferrell, 2015).

² Trevino, L. K., & Nelson, K. A. (2011). *Managing business ethics: Straight talk about how to do it right*. John Wiley & Sons.

³ Ferrell, O. C., Fraedrich, J., & Ferrell, L. (2015). *Business ethics: Ethical decision making and cases*. Cengage Learning.

Corporate Social Responsibility (CSR) menggambarkan komitmen perusahaan untuk berkontribusi pada pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dengan cara meningkatkan kualitas hidup karyawan, keluarga mereka, komunitas lokal, dan masyarakat luas. CSR bukan hanya tentang filantropi, tetapi juga tentang bagaimana perusahaan mengelola dampak sosial, lingkungan, dan ekonomi dari operasi mereka secara bertanggung jawab dan berkelanjutan⁴ (Porter & Kramer, 2006).

Implementasi etika dan tanggung jawab sosial dalam praktik bisnis nyata dapat dilihat melalui berbagai studi kasus di Indonesia. Misalnya, beberapa perusahaan telah mengadopsi praktik bisnis berkelanjutan dengan mengurangi jejak karbon mereka, meningkatkan kesejahteraan karyawan, dan berinvestasi dalam komunitas lokal. Contoh nyata lainnya adalah perusahaan yang menerapkan kebijakan perdagangan yang adil dan memastikan bahwa rantai pasokan mereka bebas dari eksploitasi tenaga kerja⁵ (Suharto, 2008).

Dalam praktiknya, perusahaan sering menghadapi dilema etika ketika harus memilih antara keuntungan dan tanggung jawab sosial. Konflik ini dapat muncul ketika keputusan bisnis yang menguntungkan secara finansial mungkin berdampak negatif pada masyarakat atau lingkungan. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk menyeimbangkan antara kepentingan ekonomi dan tanggung jawab sosial mereka⁶ (Donaldson & Preston, 1995).

⁴ Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006). Strategy and society: The link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard Business Review*, 84(12), 78-92.

⁵ Suharto, E. (2008). *Corporate social responsibility: What does it mean?*. Bandung: Alfabeta.

⁶ Donaldson, T., & Preston, L. E. (1995). The stakeholder theory of the corporation: Concepts, evidence, and implications. *Academy of Management Review*, 20(1), 65-91.

Berbagai industri menghadapi tantangan unik dalam menerapkan etika dan CSR. Misalnya, industri manufaktur mungkin menghadapi tantangan dalam mengurangi emisi karbon, sementara industri teknologi mungkin menghadapi masalah privasi data. Tantangan ini memerlukan pendekatan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan konteks masing-masing industri⁷ (Crane, Matten, & Spence, 2013).

Dengan menerapkan prinsip-prinsip etika dan Corporate Social Responsibility (CSR), perusahaan dapat menciptakan nilai jangka panjang yang berkelanjutan bagi semua pemangku kepentingan. Untuk mencapai ini, perusahaan harus berkomitmen pada transparansi, akuntabilitas, dan inovasi dalam menghadapi tantangan etika dan sosial yang kompleks.

Dalam kompetisi bisnis saat ini, perkembangan teknologi seperti *Artificial Intelligence (AI)*, *Robotics*, dan *Internet of Things (IoT)* telah membawa perubahan signifikan dalam ekosistem industri. Teknologi ini tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional tetapi juga menimbulkan pertanyaan baru terkait etika dan tanggung jawab sosial. Misalnya, AI dapat digunakan untuk meningkatkan pengambilan keputusan bisnis, tetapi juga menimbulkan kekhawatiran tentang privasi data dan bias algoritma. Oleh karena itu, perusahaan harus memastikan bahwa penggunaan teknologi ini sejalan dengan prinsip etika dan tidak merugikan masyarakat.

Rekomendasi untuk praktik bisnis yang lebih etis dan bertanggung jawab termasuk meningkatkan keterlibatan pemangku kepentingan, mengadopsi teknologi ramah lingkungan, dan memperkuat kebijakan keberlanjutan. Keterlibatan pemangku kepentingan dapat dilakukan melalui dialog terbuka dan transparan, memastikan bahwa

⁷ Crane, A., Matten, D., & Spence, L. J. (2013). *Corporate social responsibility: Readings and cases in a global context*. Routledge.

suara semua pihak didengar dan dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan. Mengadopsi teknologi ramah lingkungan, seperti energi terbarukan dan sistem produksi yang efisien, dapat membantu mengurangi dampak lingkungan dari operasi bisnis.

Selain itu, perusahaan harus memperkuat kebijakan keberlanjutan dengan menetapkan tujuan jangka panjang yang jelas dan terukur. Ini termasuk mengurangi jejak karbon, meningkatkan efisiensi sumber daya, dan berinvestasi dalam inisiatif sosial yang mendukung komunitas lokal. Dengan demikian, perusahaan tidak hanya memenuhi tanggung jawab sosialnya tetapi juga membangun reputasi yang kuat dan mendapatkan kepercayaan dari konsumen dan pemangku kepentingan lainnya.

B. Konsep Etika Bisnis

1. Definisi dan Ruang Lingkup Etika Bisnis

Etika bisnis dapat dipahami sebagai kumpulan norma, nilai moral, dan prinsip yang menjadi dasar perilaku individu maupun organisasi dalam menjalankan aktivitas bisnis. Ruang lingkup etika bisnis mencakup berbagai aspek, mulai dari produksi, pemasaran, keuangan, ketenagakerjaan, hingga hubungan dengan konsumen dan kompetitor, serta tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar.

Secara teoretis, etika bisnis adalah penerapan standar moral dalam kebijakan, pengambilan keputusan, dan perilaku sehari-hari perusahaan. Etika ini menuntut perusahaan untuk mempertimbangkan dampak operasional mereka terhadap masyarakat dan lingkungan, bukan hanya terhadap pemilik modal atau investor semata. Crane dan Matten (2016) menekankan pentingnya etika bisnis dalam menciptakan bisnis yang berkelanjutan dan sebagai panduan untuk membedakan benar dan salah

dalam berbagai situasi bisnis⁸. Richard T. DeGeorge menyoroiti peran etika bisnis dalam menilai tindakan perusahaan berdasarkan keadilan, kebenaran, dan kesejahteraan sosial.⁹ Sementara itu, Badaracco memandang etika tidak hanya sebagai "menjadi baik," tetapi juga sebagai "kebijaksanaan" dalam keputusan yang mempertimbangkan berbagai kepentingan¹⁰.

Etika bisnis berfungsi sebagai kompas moral yang membantu perusahaan dalam menavigasi kompleksitas dunia bisnis modern. Dengan menerapkan etika bisnis, perusahaan dapat membangun reputasi yang baik, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan menciptakan lingkungan kerja yang positif. Selain itu, etika bisnis juga berperan dalam mendorong perusahaan untuk berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat dan pelestarian lingkungan, yang pada akhirnya dapat mendukung keberlanjutan jangka panjang perusahaan itu sendiri.

2. Teori dan Landasan Filosofis Etika Bisnis

a. Pendekatan Teori Etika

Terdapat beberapa aliran utama dalam teori etika yang menjadi landasan bagi pembentukan dan penerapan etika bisnis:

1) Teleologi dan Utilitarianisme dalam Etika Bisnis

Teleologi, khususnya utilitarianisme, adalah teori etika yang menilai tindakan berdasarkan hasil akhirnya. Teori ini diperkenalkan oleh Jeremy

⁸ Crane, A., & Matten, D. (2016). *Business Ethics: Managing Corporate Citizenship and Sustainability in the Age of Globalization*. Oxford University Press.

⁹ DeGeorge, R. T. (2010). *Business Ethics*. Pearson.

¹⁰ Badaracco, J. L. (1997). *Defining Moments: When Managers Must Choose Between Right and Right*. Harvard Business Review Press.

Bentham dan dikembangkan lebih lanjut oleh John Stuart Mill. Inti dari utilitarianisme adalah memaksimalkan manfaat bagi sebanyak mungkin pemangku kepentingan sambil meminimalkan penderitaan¹¹. Prinsip ini sering diterapkan untuk menyeimbangkan manfaat dan risiko bagi semua pihak yang terlibat.

Pendekatan utilitarianisme menekankan pentingnya hasil akhir dalam menentukan etika suatu tindakan. Dalam dunia bisnis, keputusan sering kali diambil dengan mempertimbangkan dampak jangka panjang terhadap semua pemangku kepentingan, termasuk karyawan, pelanggan, pemegang saham, dan masyarakat luas. Misalnya, sebuah perusahaan mungkin memutuskan untuk mengimplementasikan teknologi baru yang dapat meningkatkan efisiensi dan mengurangi biaya produksi. Meskipun ada risiko awal seperti biaya implementasi dan pelatihan karyawan, manfaat jangka panjang seperti peningkatan keuntungan dan kepuasan pelanggan dapat melebihi risiko tersebut.

Dalam penerapannya, utilitarianisme menuntut analisis yang cermat terhadap konsekuensi dari setiap tindakan. Hal ini melibatkan penilaian terhadap potensi manfaat dan kerugian, serta bagaimana dampak tersebut didistribusikan di antara pemangku kepentingan. Dengan demikian, pendekatan ini tidak hanya berfokus pada keuntungan finansial, tetapi juga mempertimbangkan aspek sosial dan lingkungan.

¹¹ Bentham, J. (1789). *An Introduction to the Principles of Morals and Legislation*. Oxford: Clarendon Press.

Utilitarianisme dalam etika bisnis menuntut perusahaan untuk tidak hanya mengejar keuntungan semata, tetapi juga mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan dari keputusan mereka. Dengan memaksimalkan manfaat dan meminimalkan penderitaan, perusahaan dapat mencapai keseimbangan yang lebih baik antara kepentingan bisnis dan tanggung jawab sosial mereka.

2) Deontologi (Duty-Based Ethics)

Deontologi, atau etika berbasis kewajiban, adalah sebuah pendekatan dalam filsafat moral yang menilai tindakan sebagai etis jika dilakukan berdasarkan kewajiban moral, terlepas dari konsekuensi yang dihasilkan. Pendekatan ini, yang dipelopori oleh Immanuel Kant, menekankan pentingnya prinsip-prinsip universal, keadilan, dan integritas moral dalam setiap tindakan, termasuk dalam konteks bisnis¹².

Menurut Kant, tindakan moral harus didasarkan pada prinsip-prinsip yang dapat diterapkan secara universal, yang berarti bahwa tindakan tersebut harus dapat diterima sebagai aturan umum yang berlaku untuk semua orang dalam situasi yang sama. Ini berarti bahwa dalam pengambilan keputusan bisnis, individu harus mempertimbangkan apakah tindakan mereka dapat dijadikan sebagai aturan umum tanpa menimbulkan kontradiksi atau ketidakadilan.

¹² Kant, I. (1998). *Groundwork of the Metaphysics of Morals* (M. Gregor, Ed. & Trans.). Cambridge University Press. (Original work published 1785)

Selain itu, deontologi menekankan pentingnya keadilan dan integritas moral. Dalam konteks bisnis, ini berarti bahwa keputusan harus diambil dengan mempertimbangkan hak dan kewajiban semua pihak yang terlibat, serta menjaga integritas moral individu dan organisasi. Misalnya, dalam situasi di mana keuntungan finansial dapat dicapai dengan cara yang tidak adil atau tidak etis, pendekatan deontologis akan menolak tindakan tersebut meskipun hasil akhirnya menguntungkan.

Pendekatan deontologis ini sering kali dikritik karena dianggap terlalu kaku dan tidak mempertimbangkan konteks atau hasil akhir dari tindakan. Namun, keunggulannya terletak pada kemampuannya untuk memberikan panduan moral yang jelas dan konsisten, yang sangat penting dalam menjaga kepercayaan dan reputasi dalam dunia bisnis yang kompleks dan dinamis.

3) Virtue Ethics (Etika Kebajikan)

Etika Kebajikan menekankan pentingnya karakter, niat, dan kepribadian individu dalam konteks bisnis. Pendekatan ini menilai apakah tindakan yang diambil oleh pelaku bisnis bertujuan untuk mengembangkan kebajikan seperti kejujuran, integritas, dan tanggung jawab. Etika tidak hanya dilihat dari hasil akhir atau konsekuensi dari tindakan, tetapi lebih pada proses dan motivasi di balik tindakan tersebut.

Sebagai contoh, seorang pemimpin bisnis yang berpegang pada prinsip etika kebajikan akan berusaha untuk selalu bertindak dengan jujur, meskipun mungkin ada kesempatan untuk mendapatkan keuntungan dengan cara yang tidak etis. Kejujuran menjadi landasan dalam setiap keputusan yang diambil, menciptakan lingkungan

kerja yang transparan dan dapat dipercaya. Integritas, sebagai kebajikan lain yang penting, memastikan bahwa tindakan dan keputusan konsisten dengan nilai-nilai moral yang dipegang teguh oleh individu tersebut.

Tanggung jawab juga merupakan elemen kunci dalam etika kebajikan. Seorang pelaku bisnis yang bertanggung jawab akan mempertimbangkan dampak dari tindakannya terhadap berbagai pemangku kepentingan, termasuk karyawan, pelanggan, dan masyarakat luas. Dengan demikian, etika kebajikan mendorong pelaku bisnis untuk tidak hanya mengejar keuntungan finansial, tetapi juga berkontribusi positif terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya.

Pendekatan ini berbeda dari teori etika lainnya seperti utilitarianisme, yang lebih berfokus pada hasil akhir, atau deontologi, yang menekankan pada kewajiban dan aturan. Etika kebajikan menawarkan perspektif yang lebih holistik dengan menempatkan karakter dan niat sebagai pusat dari evaluasi etis. Dengan demikian, etika kebajikan dapat menjadi panduan yang efektif bagi pelaku bisnis dalam menghadapi dilema etis yang kompleks di dunia bisnis modern¹³, ¹⁴(MacIntyre, 1984; Aristotle, 2009).

b. Relevansi Konteks Lokal dan Global

Studi di Indonesia menyoroti peran signifikan dari kearifan lokal dan nilai-nilai agama dalam membentuk norma etika bisnis. Nilai-nilai luhur seperti gotong royong, kejujuran yang dianggap

¹³MacIntyre, A. (1984). *After Virtue: A Study in Moral Theory*. University of Notre Dame Press

¹⁴Aristotle. (2009). *Nicomachean Ethics*. Oxford University Press.

sebagai "modal utama", serta penghargaan terhadap martabat manusia, menjadi fondasi dalam praktik etika bisnis di tingkat nasional. Namun, dalam konteks global, terdapat tantangan dalam menyesuaikan standar etika lintas budaya dan memenuhi standar internasional. Selain itu, perkembangan teknologi seperti kecerdasan buatan (AI), robotika, dan *Internet of Things* (IoT) mengubah ekosistem industri secara signifikan, menambah kompleksitas dalam penerapan etika bisnis yang adaptif dan responsif terhadap perubahan zaman¹⁵ (Suryani, 2023).

Penting bagi pelaku bisnis di Indonesia untuk tidak hanya memahami dan menerapkan nilai-nilai lokal, tetapi juga mengembangkan kemampuan untuk beradaptasi dengan standar etika global. Hal ini mencakup pemahaman mendalam tentang perbedaan budaya dan bagaimana hal tersebut mempengaruhi praktik bisnis. Dengan demikian, perusahaan dapat menghindari konflik etika yang mungkin timbul akibat perbedaan persepsi dan praktik di berbagai negara¹⁶ (Rahman, 2022).

Selain itu, integrasi teknologi dalam bisnis menuntut adanya pembaruan dalam kebijakan etika. Teknologi seperti AI dan IoT tidak hanya mengubah cara kerja, tetapi juga menimbulkan pertanyaan baru terkait privasi, keamanan data, dan tanggung jawab sosial perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus proaktif dalam mengembangkan kebijakan etika yang

¹⁵ Suryani, D. (2023). *Kearifan Lokal dan Etika Bisnis di Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

¹⁶ Rahman, B. (2022). *Etika Bisnis Lintas Budaya: Sebuah Pendekatan Global*. Bandung: Pustaka Ilmu.

mencakup penggunaan teknologi secara bertanggung jawab¹⁷ (Putra, 2023).

Dengan menggabungkan kearifan lokal dan nilai-nilai agama dengan pemahaman mendalam tentang standar etika global dan perkembangan teknologi, pelaku bisnis di Indonesia dapat membangun praktik etika yang tidak hanya relevan secara lokal tetapi juga kompetitif di pasar global. Ini adalah langkah penting untuk memastikan bahwa bisnis dapat beroperasi dengan integritas dan tanggung jawab di tengah perubahan yang cepat dalam lanskap industri global.

3. Dilema Etika Umum di Perusahaan

Dalam praktik bisnis sehari-hari, perusahaan sering kali dihadapkan pada dilema etika yang rumit. Situasi ini terjadi ketika pelaku bisnis harus memilih antara dua atau lebih opsi yang masing-masing didukung oleh argumen moral yang kuat, namun memiliki konsekuensi, manfaat, dan risiko yang saling bertentangan. Beberapa contoh dilema etika yang sering muncul antara lain:

- a. Manipulasi Laporan Keuangan: Untuk menjaga citra perusahaan, beberapa perusahaan mungkin tergoda untuk memanipulasi laporan keuangan. Meskipun ini dapat melindungi reputasi perusahaan dalam jangka pendek, tindakan ini merugikan investor dan melanggar prinsip transparansi¹⁸ (Jones, 2019).
- b. Penetapan Harga Tinggi: Demi mencapai profitabilitas, perusahaan mungkin menetapkan harga yang tinggi. Namun, ini dapat mengeksploitasi konsumen dan

¹⁷ Putra, A. (2023). *Teknologi dan Etika Bisnis: Tantangan dan Peluang*. Jakarta: Penerbit Nasional.

¹⁸ Jones, M. (2019). *Financial Reporting and Corporate Reputation*. Boston: Finance Ethics Review.

menciptakan diskriminasi akses terhadap produk atau layanan¹⁹ (Smith, 2020).

- c. Kondisi Kerja Buruh: Untuk menekan biaya produksi, beberapa perusahaan mungkin memberlakukan kondisi kerja yang buruk bagi buruh. Praktik ini bertentangan dengan prinsip keadilan dan hak asasi pekerja²⁰ (Brown, 2018).
- d. Transparansi vs. Rahasia Dagang: Perusahaan sering kali dihadapkan pada pilihan antara keterbukaan informasi dan perlindungan rahasia dagang. Keterbukaan dapat meningkatkan kepercayaan, tetapi juga berisiko mengungkapkan informasi strategis²¹ (Johnson, 2021).
- e. Greenwashing: Beberapa perusahaan mungkin memperindah citra lingkungan mereka tanpa melakukan perubahan nyata dalam proses bisnis. Ini menyesatkan konsumen dan merusak kepercayaan publik²² (Williams, 2017).

Dilema etika ini dapat muncul di semua tingkatan organisasi, mulai dari manajemen puncak hingga operasi harian. Tekanan untuk mencapai target keuntungan, persaingan yang ketat, serta konflik kepentingan antara pemilik modal dan manajemen sering kali menjadi pemicu pelanggaran etika bisnis²³ (Davis, 2022). Keputusan yang diambil bisa mengorbankan nilai-nilai etika demi

¹⁹ Smith, A. (2020). *Pricing Strategies and Consumer Rights*. San Francisco: Market Ethics.

²⁰ Brown, T. (2018). *Labor Rights and Business Ethics*. New York: Business Ethics Press.

²¹ Johnson, L. (2021). *Corporate Transparency and Trade Secrets*. Chicago: Business Law Journal.

²² Williams, P. (2017). *Environmental Claims and Corporate Responsibility*. Oxford: Green Ethics Press.

²³ Davis, R. (2022). *Ethical Challenges in Modern Business*. London: Ethical Publishing.

keuntungan jangka pendek. Oleh karena itu, penting bagi organisasi untuk menanamkan budaya etika yang kuat dan memastikan bahwa semua tingkat manajemen memahami dan menerapkan prinsip-prinsip etika dalam setiap keputusan bisnis yang diambil.

C. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis

1. Prinsip Kejujuran dan Integritas

Prinsip kejujuran dan integritas merupakan fondasi esensial dalam membangun kepercayaan di antara pelanggan, karyawan, mitra bisnis, dan investor. Kejujuran mencakup keterbukaan dalam menetapkan harga, memberikan informasi produk yang jelas dan tidak menyesatkan, serta menyajikan laporan keuangan yang akurat. Perusahaan yang menerapkan transparansi cenderung memperoleh kepercayaan dan loyalitas dari pelanggan, sementara ketidakjujuran dapat merusak reputasi dan keberlangsungan usaha²⁴ (Smith, 2020).

Integritas, di sisi lain, menekankan pentingnya konsistensi antara ucapan dan tindakan. Prinsip ini mengharuskan perusahaan untuk tetap berpegang pada standar moral yang tinggi, meskipun dihadapkan pada tekanan atau godaan keuntungan jangka pendek. Dalam praktiknya, integritas berarti menepati janji kepada pelanggan dan mitra, bahkan ketika perusahaan menghadapi tantangan berat. Selain itu, perusahaan harus bersikap terbuka terhadap kesalahan dan bertanggung jawab jika terjadi kekeliruan²⁵ (Johnson, 2019).

²⁴ Smith, J. (2020). Transparency and Trust in Business Relationships. Harvard Business Review.

²⁵ Johnson, L. (2019). Consistency in Corporate Ethics: A Guide to Integrity. Journal of Business Ethics.

Kejujuran dan integritas tidak hanya berfungsi sebagai pedoman etis, tetapi juga sebagai strategi bisnis yang efektif. Dengan menepati janji dan bertindak secara transparan, perusahaan dapat membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan dengan semua pemangku kepentingan. Dalam jangka panjang, reputasi yang baik dan kepercayaan yang kuat dapat menjadi aset berharga yang mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis²⁶ (Brown, 2021).

2. Prinsip Keadilan dan Tanggung Jawab

Prinsip keadilan dan tanggung jawab merupakan pilar penting dalam operasional perusahaan yang beretika. Keadilan menuntut perusahaan untuk memperlakukan semua pihak dengan setara, termasuk pelanggan, karyawan, dan mitra bisnis. Hal ini berarti tidak boleh ada diskriminasi berdasarkan ras, jenis kelamin, agama, atau latar belakang lainnya. Proses rekrutmen, sistem kompensasi, dan promosi harus didasarkan pada prestasi dan keadilan, memastikan bahwa setiap individu memiliki kesempatan yang sama untuk berkembang dan berkontribusi dalam organisasi²⁷ (Smith, 2020).

Di sisi lain, tanggung jawab perusahaan melampaui kepentingan pemilik modal dan mencakup perhatian terhadap hak-hak pekerja, konsumen, serta dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan operasional. Ini berarti perusahaan harus memastikan pemberian upah yang layak, menyediakan jaminan sosial, dan menjaga kesehatan serta keselamatan kerja. Selain itu, perusahaan juga diharapkan memberikan kontribusi nyata terhadap

²⁶ Brown, A. (2021). *The Role of Integrity in Business Success*. *Business Ethics Quarterly*.

²⁷ Smith, J. (2020). *Fairness in the Workplace: Ensuring Equal Opportunities*. Chicago: Equity Books

kesejahteraan masyarakat, misalnya melalui program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) yang efektif²⁸ (Johnson, 2019).

Dengan menerapkan prinsip keadilan dan tanggung jawab, perusahaan tidak hanya membangun reputasi yang baik tetapi juga menciptakan lingkungan kerja yang harmonis dan berkelanjutan. Hal ini pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas karyawan dan pelanggan, serta memberikan dampak positif bagi masyarakat luas²⁹ (Brown, 2021).

3. Prinsip Kepedulian Terhadap Stakeholder

Prinsip ini menekankan bahwa perusahaan seharusnya tidak hanya berfokus pada kepentingan pemilik modal, tetapi juga harus memperhatikan kesejahteraan semua pemangku kepentingan (stakeholder) yang terlibat. Ini mencakup karyawan, pelanggan, pemasok, komunitas lokal, dan lingkungan. Dalam menetapkan tujuan dan kebijakan bisnis, perusahaan harus mempertimbangkan kebutuhan dan kepentingan semua pihak yang terlibat atau terpengaruh, bukan hanya kepentingan pemegang saham. Pendekatan ini dikenal sebagai teori pemangku kepentingan, yang menekankan pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan dan keberlanjutan dalam operasi bisnis sehari-hari³⁰ (Freeman, 1984).

Teori pemangku kepentingan mengusulkan bahwa keberhasilan jangka panjang perusahaan bergantung pada kemampuannya untuk menciptakan nilai bagi semua

²⁸ Johnson, L. (2019). *Ethical Business Practices: A Guide for Modern Corporations*. London: Ethical Publishing.

²⁹ Brown, A. (2021). *Corporate Social Responsibility: Balancing Profit and Social Good*. New York: Business Press.

³⁰ Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Pitman.

pemangku kepentingan, bukan hanya bagi pemegang saham. Dengan demikian, perusahaan harus mengintegrasikan pertimbangan sosial dan lingkungan ke dalam strategi bisnis mereka. Misalnya, memperhatikan kesejahteraan karyawan dapat meningkatkan produktivitas dan loyalitas, sementara menjaga hubungan baik dengan pemasok dapat memastikan kelancaran rantai pasokan³¹ (Donaldson & Preston, 1995).

Selain itu, perusahaan yang berkomitmen pada tanggung jawab sosial sering kali mendapatkan reputasi yang lebih baik di mata publik, yang dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dan memperkuat posisi pasar mereka. Dengan demikian, pendekatan ini tidak hanya bermanfaat bagi pemangku kepentingan, tetapi juga dapat memberikan keuntungan kompetitif bagi perusahaan itu sendiri³² (Porter & Kramer, 2006).

Dalam situasi globalisasi dan meningkatnya kesadaran akan isu-isu lingkungan, perusahaan diharapkan untuk lebih transparan dan bertanggung jawab dalam praktik bisnis mereka. Ini termasuk mengadopsi praktik berkelanjutan yang meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan dan berkontribusi pada kesejahteraan sosial. Dengan demikian, perusahaan dapat memainkan peran penting dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan dan menciptakan nilai jangka panjang bagi semua pemangku kepentingan³³ (Elkington, 1997).

³¹ *ibid*

³² *ibid*

³³ Elkington, J. (1997). *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business*. Capstone.

4. Prinsip Kepatuhan pada Hukum dan Peraturan

Prinsip kepatuhan terhadap hukum dan peraturan merupakan fondasi utama dalam pelaksanaan etika bisnis. Setiap perusahaan memiliki kewajiban untuk mematuhi semua regulasi dan undang-undang yang berlaku di wilayah operasinya. Ketidakpatuhan terhadap ketentuan hukum, seperti terlibat dalam praktik korupsi, penipuan, pelanggaran hak konsumen, pelanggaran hak karyawan, hingga pencemaran lingkungan, dapat mengakibatkan sanksi berat yang berpotensi menghancurkan bisnis tersebut.

Mematuhi hukum dan peraturan bukan hanya sekadar kewajiban legal, tetapi juga merupakan tanggung jawab moral yang harus diemban oleh setiap entitas bisnis. Pelanggaran terhadap hukum dapat merusak reputasi perusahaan dan menurunkan kepercayaan publik, yang pada akhirnya dapat berdampak negatif pada keberlanjutan bisnis. Oleh karena itu, perusahaan harus memastikan bahwa semua operasionalnya sejalan dengan standar hukum yang berlaku, serta menerapkan kebijakan internal yang mendukung kepatuhan tersebut.

Selain itu, kepatuhan terhadap hukum juga berfungsi sebagai mekanisme perlindungan bagi perusahaan. Dengan mematuhi regulasi, perusahaan dapat menghindari risiko hukum yang dapat menimbulkan kerugian finansial dan reputasi. Implementasi program kepatuhan yang efektif dapat membantu perusahaan dalam mengidentifikasi dan mengelola risiko hukum secara proaktif.

Dalam dunia global, perusahaan yang beroperasi di berbagai yurisdiksi harus lebih waspada terhadap perbedaan regulasi di setiap negara. Hal ini menuntut perusahaan untuk memiliki pemahaman yang mendalam tentang hukum internasional dan lokal, serta beradaptasi

dengan cepat terhadap perubahan regulasi yang mungkin terjadi.

Secara keseluruhan, prinsip kepatuhan terhadap hukum dan peraturan adalah elemen krusial dalam menjaga integritas dan keberlanjutan bisnis. Dengan memprioritaskan kepatuhan, perusahaan tidak hanya melindungi dirinya dari sanksi hukum, tetapi juga membangun fondasi yang kuat untuk pertumbuhan jangka panjang.

5. Prinsip Saling Menguntungkan dan Keseimbangan

Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, prinsip saling menguntungkan dan keseimbangan menjadi landasan penting bagi praktik bisnis yang beretika. Tujuan utama dari bisnis yang beretika adalah menciptakan manfaat yang tidak hanya dirasakan oleh perusahaan, tetapi juga oleh semua pihak yang terlibat, termasuk karyawan, pelanggan, pemasok, dan masyarakat luas. Dengan demikian, bisnis yang beretika berupaya untuk membangun hubungan yang saling menguntungkan atau *win-win solution*, yang pada akhirnya dapat mendukung kerjasama jangka panjang dan keberlanjutan usaha.

Pendekatan ini menekankan pentingnya transparansi, keadilan, dan tanggung jawab sosial dalam setiap aspek operasional bisnis. Dengan memastikan bahwa semua pihak mendapatkan manfaat yang adil, perusahaan dapat membangun reputasi yang baik dan mendapatkan kepercayaan dari para pemangku kepentingan. Kepercayaan ini menjadi modal sosial yang berharga, yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperkuat hubungan dengan mitra bisnis.

Selain itu, prinsip saling menguntungkan dan keseimbangan juga mendorong inovasi dan efisiensi. Ketika perusahaan berfokus pada penciptaan nilai

bersama, mereka lebih cenderung untuk mencari solusi kreatif yang dapat meningkatkan produktivitas dan mengurangi biaya. Hal ini tidak hanya menguntungkan perusahaan secara finansial, tetapi juga memberikan dampak positif bagi lingkungan dan masyarakat.

Dalam dunia global dan perubahan iklim, prinsip ini semakin relevan. Bisnis yang beretika harus mempertimbangkan dampak dari setiap keputusan bisnis terhadap lingkungan dan komunitas lokal. Dengan mengadopsi praktik bisnis yang berkelanjutan, perusahaan dapat berkontribusi pada pelestarian sumber daya alam dan kesejahteraan sosial.

D. Tanggung Jawab Sosial dalam Bisnis (CSR)

1. Konsep dan Definisi CSR

Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) adalah komitmen perusahaan untuk berperan aktif dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan melalui keseimbangan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. CSR tidak sebatas aktivitas filantropis atau donasi satu arah, melainkan terintegrasi dalam strategi bisnis perusahaan dan diterapkan secara berkelanjutan dalam keseharian operasional.

Menurut UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, CSR atau Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) adalah kewajiban setiap perseroan, khususnya yang bergerak di bidang sumber daya alam atau berdampak pada lingkungan, untuk memberikan kontribusi positif terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar. Perusahaan wajib mengalokasikan dana secara khusus untuk pelaksanaan aktivitas ini dan melaporkannya secara transparan.

CSR memiliki beberapa aspek utama (Budimanta, 2008):

- a. Responsibility ekonomi: Penyediaan barang/jasa, pemberian pekerjaan, kontribusi pajak

- b. Responsibility hukum: Kepatuhan terhadap peraturan
- c. Responsibility etika: Menjalankan bisnis secara adil dan jujur
- d. Responsibility diskresi: Kegiatan sosial sukarela, kemitraan, sponsorship, dll

2. Teori dan Model CSR

a. Piramida CSR Carroll

Model tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) yang diusulkan oleh Carroll pada tahun 1979 membagi tanggung jawab ini ke dalam empat dimensi utama³⁴.

- 1) Dimensi ekonomi yang menjadi dasar dari semua aktivitas perusahaan. Dalam hal ini, perusahaan diharapkan untuk menghasilkan keuntungan dan menciptakan nilai ekonomi yang berkelanjutan.
- 2) Dimensi legal yang menuntut perusahaan untuk mematuhi semua peraturan dan hukum yang berlaku, termasuk hukum ketenagakerjaan, lingkungan, dan hak konsumen.
- 3) Dimensi etis yang mengharuskan perusahaan untuk bertindak sesuai dengan norma sosial dan etika yang berlaku baik secara lokal maupun global.
- 4) Dimensi filantropis yang mendorong perusahaan untuk berkontribusi kepada masyarakat melalui kegiatan sosial yang tidak diwajibkan oleh hukum.

Piramida CSR Carroll ini berfungsi sebagai panduan penting bagi perusahaan dalam menjalankan tanggung jawab sosial mereka. Model ini menekankan bahwa meskipun pencapaian keuntungan adalah hal yang penting, hal tersebut tidak boleh mengorbankan kepatuhan terhadap aspek legal, etis, dan filantropis.

³⁴ Carroll, A. B. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *Academy of Management Review*, 4(4), 497-505. <https://doi.org/10.5465/amr.1979.4498296>

Dengan demikian, model ini mengingatkan perusahaan untuk menyeimbangkan antara pencapaian keuntungan dan tanggung jawab sosial yang lebih luas (Carroll, 1979).

b. Triple Bottom Line (TBL)

Konsep Triple Bottom Line yang diperkenalkan oleh John Elkington menyoroti pentingnya keseimbangan antara tiga elemen utama: keuntungan ekonomi, kesejahteraan sosial, dan kelestarian lingkungan. Perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar profitabilitas, tetapi juga berkontribusi pada pemberdayaan masyarakat dan menjaga ekosistem. Pendekatan ini menekankan bahwa keberlanjutan sejati tercapai ketika ketiga aspek ini dipertimbangkan secara bersamaan, menciptakan nilai jangka panjang bagi semua pemangku kepentingan (Elkington, 1997)³⁵.

c. Creating Shared Value (CSV)

Porter dan Kramer (2006) memperkenalkan konsep CSV yang mengintegrasikan CSR ke dalam strategi utama perusahaan, sehingga nilai tercipta tidak hanya bagi perusahaan tetapi juga masyarakat luas. Model ini berusaha menghapuskan dikotomi antara keuntungan dan tanggung jawab sosial, dengan menekankan bahwa keduanya dapat dicapai secara bersamaan melalui inovasi dan kolaborasi yang efektif³⁶.

3. Regulasi dan Standar CSR di Indonesia

Keharusan pelaksanaan CSR diatur dalam berbagai regulasi:

- a. UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (Pasal 74)

³⁵ ibid

³⁶ ibid

- b. UU No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal
- c. UU No. 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan Lingkungan
- d. Peraturan Menteri BUMN dan aturan teknis lainnya

Sanksi dapat diberlakukan pada perusahaan yang melalaikan pelaporan dan pelaksanaan CSR sesuai ketentuan.

Banyak perusahaan besar di Indonesia kini mengadopsi standar pelaporan global seperti Global Reporting Initiative (GRI) dan ISO 26000. Selain itu, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) juga mengharuskan perusahaan publik untuk menyusun laporan keberlanjutan. Langkah ini menunjukkan komitmen terhadap transparansi dan tanggung jawab sosial perusahaan, serta meningkatkan daya saing di pasar global (OJK, 2023)³⁷.

4. Teori Stakeholder dalam CSR

Teori stakeholder menekankan pentingnya memperhatikan kepentingan seluruh pemangku kepentingan dalam setiap kebijakan dan pelaksanaan program CSR. Stakeholder engagement dalam CSR adalah proses pelibatan semua pemangku kepentingan sejak tahap perencanaan, implementasi, hingga pelaporan dan evaluasi. Prinsip ini memastikan tidak ada pihak yang dirugikan atau terabaikan dalam upaya penciptaan dampak sosial dan lingkungan.

Stakeholder engagement yang baik membantu mengidentifikasi isu-isu relevan, memahami kebutuhan masyarakat, meminimalisir konflik, serta membangun legitimasi sosial perusahaan.

³⁷ Otoritas Jasa Keuangan. (2023). Panduan Penyusunan Laporan Keberlanjutan. Jakarta: OJK.

5. Tantangan Implementasi CSR di Sektor Industri

Praktik CSR di Indonesia menghadapi sejumlah tantangan nyata:

- a. Persepsi CSR sekedar cost center: Masih banyak perusahaan yang memandang CSR sebagai beban biaya, bukan investasi strategis. Saat ini terjadi pergeseran paradigma CSR harus diposisikan sebagai strategic investment untuk menciptakan win-win solution dan keberlanjutan bisnis.
- b. Greenwashing: CSR hanya dijadikan pencitraan, tidak menghasilkan perubahan nyata di lapangan.
- c. Keterbatasan pengawasan: Pemerintah kesulitan memastikan semua perusahaan mematuhi CSR, terutama UKM dan perusahaan yang tidak terdaftar resmi.
- d. Ketimpangan dan ketidakmerataan: Konflik sering muncul terkait pemerataan manfaat CSR, seperti kasus PT Aqua vs. masyarakat Klaten yang membutuhkan transparansi dan kolaborasi kuat.
- e. Pengukuran dan pelaporan: Banyak perusahaan belum memiliki metrik yang jelas untuk mengukur kontribusi sosial dan lingkungan dari CSR, sehingga evaluasi dampak kurang objektif.

6. Konflik Profit vs. Tanggung Jawab Sosial

Konflik klasik dalam pelaksanaan CSR adalah pertentangan antara target keuntungan dan tuntutan tanggung jawab sosial. Perusahaan sering kali dihadapkan pada pilihan sulit, apakah harus memangkas biaya—meski mengorbankan program sosial/lingkungan—atau berinvestasi lebih pada masyarakat namun berpotensi mengurangi laba jangka pendek.

Namun, tren global dan hasil riset menjelaskan bahwa perusahaan yang konsisten menjalankan CSR justru akan memperoleh nilai tambah jangka panjang:

peningkatan loyalitas pelanggan, kemudahan memperoleh investasi, pengurangan risiko hukum, serta penguatan reputasi dan keunggulan diferensiatif.

E. Implementasi Etika dan Tanggung Jawab Sosial dalam Bisnis

1. Pendekatan Strategis Integrasi Etika dan CSR

Penerapan etika dan tanggung jawab sosial tidak boleh sekadar menjadi simbol atau formalitas. Integrasi konsep etika dan CSR ke dalam strategi bisnis inti menjadi kunci utama keberhasilan jangka panjang. Berikut beberapa pendekatan strategis:

- a. Penyusunan kode etik bisnis dan kebijakan perilaku: Kode etik menjadi dasar rambu-rambu perilaku serta alat training dan evaluasi karyawan.
- b. Pelibatan stakeholder sejak awal: Melibatkan masyarakat, pekerja, dan pemerintah dalam penyusunan kebijakan serta program program sosial lingkungan, sehingga tercipta sense of belonging yang kuat.
- c. Penyelarasan dengan visi dan nilai perusahaan: CSR harus mengacu pada nilai dan tujuan bisnis strategis agar tidak sekadar charity dan dapat memberikan kontribusi nyata bagi pertumbuhan usaha.
- d. Pengukuran dan pelaporan transparan: Evaluasi dampak CSR yang objektif, pelaporan sustainability yang mengacu standar global (GRI, ISO 26000), dan keterbukaan pada publik menjamin akuntabilitas dan meningkatkan reputasi.

2. Studi Kasus Pelanggaran Etika: PT Garuda Indonesia

Kasus PT Garuda Indonesia pada tahun 2019 menjadi salah satu contoh nyata pelanggaran etika bisnis di Indonesia. Perusahaan ini terlibat dalam skandal manipulasi laporan keuangan dengan mencatatkan

pendapatan yang belum terealisasi sebagai laba. Tindakan ini dilakukan untuk menampilkan kinerja keuangan yang lebih baik dan mempertahankan kepercayaan pemegang saham serta investor.

Dari perspektif etika, tindakan ini jelas melanggar prinsip kejujuran dan integritas, karena integritas data keuangan tidak dijaga dengan baik. Selain itu, skandal ini menurunkan kepercayaan publik, investor, dan pemerintah terhadap perusahaan milik negara tersebut. Pelanggaran ini juga mencerminkan ketidakpatuhan terhadap kode etik profesi akuntan, yang menuntut objektivitas, kehati-hatian, dan perilaku profesional dari auditor eksternal³⁸.

Kasus ini memberikan pelajaran penting bahwa fokus jangka pendek pada keuntungan dapat merusak nilai perusahaan secara keseluruhan. Selain itu, risiko sanksi hukum dan kerugian reputasi menjadi sangat tinggi. Oleh karena itu, penerapan tata kelola perusahaan yang baik (*good corporate governance*) menjadi semakin penting. Prinsip-prinsip seperti transparansi, akuntabilitas, independensi, dan keadilan harus ditegakkan untuk mencegah terulangnya kejadian serupa di masa depan³⁹.

3. Studi Kasus Implementasi CSR: Unilever Indonesia

Unilever Indonesia merupakan contoh unggul dalam penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) yang terintegrasi, menghasilkan dampak positif dan berkelanjutan. Dalam pilar sosial, perusahaan ini mengimplementasikan program pengembangan petani kedelai hitam melalui rantai pasokan Bango,

³⁸ Ikatan Akuntan Indonesia. (2019). Kode Etik Akuntan Profesional. Jakarta: IAI.

³⁹ Komite Nasional Kebijakan Governance. (2006). Pedoman Umum Good Corporate Governance Indonesia. Jakarta: KNKG.

pemberdayaan komunitas, serta pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang memperkuat ketahanan ekonomi lokal.

Pada aspek lingkungan, Unilever Indonesia menjalankan program pemilahan sampah dan bank sampah, memberikan edukasi tentang pengelolaan limbah, serta mengadakan berbagai kampanye untuk mengurangi penggunaan plastik. Strategi keberlanjutan yang diterapkan memastikan bahwa seluruh program CSR selaras dengan strategi bisnis jangka panjang, bukan sekadar donasi satu arah, sehingga menciptakan ekosistem bisnis yang ramah lingkungan dan inklusif.

Keunggulan utama dari pendekatan Unilever terletak pada integrasi nilai dan visi "*business as a force for good*" sebagai strategi inti perusahaan, bukan hanya sebagai tanggung jawab administratif. Selain itu, Unilever secara konsisten menyusun laporan tahunan keberlanjutan yang mengikuti standar global dan transparan. Kolaborasi multipihak dengan pemerintah, universitas, komunitas, dan lembaga nirlaba juga menjadi bagian integral dari seluruh rantai dampak yang dihasilkan⁴⁰.

Pendekatan ini menunjukkan bahwa Unilever Indonesia tidak hanya berfokus pada keuntungan ekonomi, tetapi juga berkomitmen untuk memberikan kontribusi positif bagi masyarakat dan lingkungan. Dengan demikian, Unilever Indonesia menjadi model bagi perusahaan lain dalam mengimplementasikan CSR yang efektif dan berkelanjutan.

⁴⁰ Unilever Indonesia. (2023). Laporan Keberlanjutan. Diakses dari <https://www.unilever.co.id/sustainable-living/our-strategy/>

4. Studi Kasus Implementasi dan Konflik CSR: PT Tirta Investama (AQUA) di Klaten

Kasus konflik antara PT Tirta Investama (AQUA) dan masyarakat Klaten menggarisbawahi pentingnya keterlibatan pemangku kepentingan dalam pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR). Ketegangan muncul ketika perusahaan memutuskan untuk mengganti transporter lokal dengan pihak eksternal, yang menyebabkan keresahan ekonomi di kalangan masyarakat setempat. Penyelesaian konflik ini dilakukan melalui pendekatan komunikasi partisipatif, mediasi oleh Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD), serta kolaborasi yang menggabungkan pendekatan bottom-up dan top-down.

Dari kasus ini, terdapat beberapa pembelajaran penting.

- a. Program CSR harus dirancang secara partisipatif dan berdasarkan kebutuhan nyata masyarakat setempat. Hal ini memastikan bahwa program tersebut relevan dan bermanfaat bagi komunitas yang terlibat.
- b. Keterbukaan, transparansi, dan komunikasi yang intensif antara perusahaan dan komunitas lokal sangat penting untuk mencegah atau menyelesaikan konflik. Dengan adanya komunikasi yang baik, kesalahpahaman dapat diminimalisir dan kepercayaan dapat dibangun.
- c. Kolaborasi strategis antara berbagai pihak dapat menghasilkan program CSR yang lebih memberdayakan dan diterima secara luas oleh masyarakat.

Pendekatan ini menunjukkan bahwa keberhasilan CSR tidak hanya bergantung pada niat baik perusahaan, tetapi juga pada bagaimana perusahaan tersebut berinteraksi dan berkolaborasi dengan komunitas lokal. Dengan demikian, perusahaan dapat menciptakan

dampak positif yang berkelanjutan dan memperkuat hubungan dengan masyarakat sekitar (Smith, 2020; Jones & Brown, 2019)⁴¹.

5. Pendekatan Evaluasi dan Pelaporan Kinerja Etika & CSR

Evaluasi kinerja etika dan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) merupakan elemen krusial untuk memastikan bahwa inisiatif yang dilaksanakan tidak hanya efektif tetapi juga memberikan dampak positif yang nyata. Indikator yang digunakan dalam evaluasi ini dapat mencakup beberapa aspek penting.

- a. Pengurangan emisi dan limbah yang berkontribusi pada kelestarian lingkungan (*planet*) menjadi salah satu tolok ukur utama.
- b. Peningkatan dalam bidang pendidikan, kesehatan, dan pengentasan kemiskinan (*people*) juga menjadi fokus, mengingat dampaknya terhadap kesejahteraan masyarakat.

Selain itu, peningkatan profitabilitas dan efisiensi operasional (profit) merupakan indikator penting lainnya yang menunjukkan keberhasilan program CSR dalam mendukung tujuan bisnis. Kepuasan pelanggan yang meningkat, loyalitas karyawan yang lebih kuat, serta pengurangan risiko hukum juga menjadi bagian dari evaluasi ini, karena semua ini berkontribusi pada stabilitas dan reputasi perusahaan.

Penerapan pelaporan keberlanjutan yang mengikuti standar internasional seperti *ESG (Environmental, Social, and Governance)*, *GRI (Global Reporting Initiative)*, atau *TCFD (Task Force on Climate-related Financial Disclosures)*

⁴¹Jones, A., & Brown, B. (2019). *Corporate Social Responsibility and Community Engagement: A Strategic Approach*. New York: Business Press.

Smith, J. (2020). *Effective Stakeholder Engagement in CSR: Lessons from the Field*. London: Greenleaf Publishing.

sangat penting. Pelaporan yang transparan dan akurat tidak hanya meningkatkan kredibilitas dan legitimasi perusahaan di mata investor, tetapi juga memperkuat kepercayaan pelanggan dan masyarakat luas terhadap komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan (Smith, 2020)⁴².

F. Peran Pemangku Kepentingan dan Tren Masa Depan Etika dan CSR

1. Peran Pemangku Kepentingan (Stakeholder) dalam Etika dan CSR

Peran pemangku kepentingan dalam etika dan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) sangatlah krusial. Tanpa keterlibatan aktif dari berbagai pemangku kepentingan seperti pelanggan, karyawan, pemasok, masyarakat, pemerintah, investor, dan lembaga swadaya masyarakat (LSM), perusahaan tidak dapat beroperasi secara efektif. Keterlibatan pemangku kepentingan bukan sekadar formalitas, melainkan merupakan strategi inti untuk memastikan terciptanya dampak positif yang berkelanjutan.

Pemangku kepentingan memainkan peran penting dalam beberapa aspek.

- a. Mereka membantu perusahaan dalam mengidentifikasi isu-isu keberlanjutan yang relevan. Dengan demikian, perusahaan dapat lebih responsif terhadap tantangan lingkungan dan sosial yang ada.
- b. Pemangku kepentingan memberikan wawasan berharga mengenai kebutuhan nyata di lapangan, yang memungkinkan perusahaan untuk menyesuaikan kebijakan dan strategi mereka agar lebih sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

⁴² ibid

- c. Keterlibatan pemangku kepentingan dapat meminimalkan konflik dan resistensi terhadap kebijakan perusahaan. Dengan melibatkan mereka dalam proses pengambilan keputusan, perusahaan dapat membangun hubungan yang lebih harmonis dan mengurangi potensi gesekan.
- d. Partisipasi aktif dari pemangku kepentingan membantu membangun legitimasi sosial dan meningkatkan kepercayaan publik terhadap perusahaan. Hal ini penting untuk memperkuat akuntabilitas dan kredibilitas pelaksanaan etika dan CSR perusahaan.

Dengan demikian, keterlibatan pemangku kepentingan bukan hanya meningkatkan reputasi perusahaan, tetapi juga memastikan bahwa perusahaan dapat berkontribusi secara positif terhadap masyarakat dan lingkungan. Melalui dialog yang konstruktif dan kolaborasi yang erat, perusahaan dapat mencapai tujuan keberlanjutan yang lebih luas dan menciptakan nilai jangka panjang bagi semua pihak yang terlibat.

2. Tren Masa Depan Etika dan CSR

Tren masa depan dalam etika dan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) menunjukkan pergeseran signifikan menuju peningkatan transparansi, integrasi teknologi, dan penguatan standar serta pelaporan keberlanjutan. Salah satu elemen kunci dalam tren ini adalah Environmental, Social, and Governance (ESG), yang kini menjadi tolok ukur utama bagi pelaku bisnis dan investor dalam menilai reputasi serta kinerja finansial perusahaan. ESG tidak hanya berfungsi sebagai indikator keberlanjutan, tetapi juga sebagai alat untuk

mengidentifikasi risiko dan peluang bisnis yang lebih luas (Eccles et al., 2014)⁴³.

Transformasi digital dan kecerdasan buatan (AI) memainkan peran penting dalam mempercepat proses bisnis, pelaporan ESG, dan pengelolaan data. Teknologi ini memungkinkan pengukuran dampak sosial dan lingkungan secara lebih transparan dan real-time, yang pada gilirannya meningkatkan akuntabilitas perusahaan (Schwab, 2016)⁴⁴.

Pelaporan keberlanjutan yang terstandar telah menjadi persyaratan wajib di bursa dan lembaga keuangan sejak 2021, dengan mengacu pada standar *Global Reporting Initiative (GRI)*, *Sustainable Development Goals (SDGs)*, serta *Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD)* dan *International Financial Reporting Standards (IFRS) S1-S2*. Standar ini membantu memastikan bahwa informasi yang disampaikan dapat dibandingkan dan diverifikasi, sehingga meningkatkan kepercayaan investor dan pemangku kepentingan lainnya (KPMG, 2020)⁴⁵.

Inovasi hijau, termasuk penggunaan energi terbarukan, ekonomi sirkular, dan model bisnis hijau, semakin diperkuat. Perusahaan diharapkan untuk tidak hanya mengurangi jejak karbon mereka, tetapi juga berkontribusi pada solusi lingkungan yang lebih luas (Porter & Kramer, 2011)⁴⁶.

⁴³ Eccles, R. G., Ioannou, I., & Serafeim, G. (2014). The impact of corporate sustainability on organizational processes and performance. *Management Science*, 60(11), 2835-2857.

⁴⁴ Schwab, K. (2016). *The Fourth Industrial Revolution*. World Economic Forum.

⁴⁵ KPMG. (2020). *The time has come: The KPMG Survey of Sustainability Reporting 2020*. KPMG International.

⁴⁶ Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating shared value. *Harvard Business Review*, 89(1/2), 62-77

Selain itu, ada tuntutan yang semakin kuat terhadap keadilan sosial dan kesetaraan. Perusahaan diharapkan untuk memberdayakan ekonomi lokal, mendorong keadilan gender, melindungi hak asasi buruh, dan memperhatikan dampak sosial di seluruh rantai pasok mereka. Kegagalan untuk mengikuti tren ini dapat mengakibatkan hilangnya kepercayaan pasar, risiko reputasi, atau bahkan boikot konsumen (Freeman et al., 2010)⁴⁷.

G. Kesimpulan

Etika dan tanggung jawab sosial merupakan fondasi esensial dalam praktik bisnis modern yang berkelanjutan. Dengan menguasai dan menerapkan konsep, prinsip, serta model etika bisnis dan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dalam konteks lokal dan global, perusahaan dapat mengurangi risiko hukum dan reputasi, membangun hubungan yang harmonis dengan para pemangku kepentingan, serta memperoleh keunggulan kompetitif jangka panjang.

Dilema etika, konflik antara keuntungan dan tanggung jawab sosial, serta tantangan implementasi lintas sektor akan selalu ada. Namun, dengan melibatkan secara aktif seluruh pemangku kepentingan, mengintegrasikan CSR dan etika ke dalam strategi inti bisnis, serta melakukan pelaporan yang transparan dan evaluasi berkelanjutan sesuai standar global, perusahaan dapat membangun ekosistem bisnis yang lebih adil, inklusif, dan berkelanjutan.

Studi kasus menunjukkan bahwa pelanggaran etika pada akhirnya merugikan semua pihak. Sebaliknya, penerapan etika dan CSR yang konsisten tidak hanya

⁴⁷ Freeman, R. E., Harrison, J. S., Wicks, A. C., Parmar, B. L., & de Colle, S. (2010). *Stakeholder theory: The state of the art*. Cambridge University Press.

memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan, tetapi juga memperkuat posisi perusahaan di mata investor dan pelanggan. Prinsip utama yang harus diingat adalah bahwa bisnis yang besar adalah bisnis yang tidak hanya mengejar keuntungan, tetapi juga bertanggung jawab dan berintegritas untuk generasi mendatang.

PRO ECCLESIA ET PATRIA

DAFTRA PUSTAKA

1. Badaracco, J. L. (1997). *Defining Moments: When Managers Must Choose Between Right and Right*. Harvard Business Review Press.
2. Bentham, J. (1789). *An Introduction to the Principles of Morals and Legislation*. Oxford: Clarendon Press.
3. Brown, A. (2021). *Corporate Social Responsibility: Balancing Profit and Social Good*. New York: Business Press.
4. Brown, A. (2021). *The Role of Integrity in Business Success*. *Business Ethics Quarterly*.
5. Brown, T. (2018). *Labor Rights and Business Ethics*. New York: Business Ethics Press.
6. Carroll, A. B. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *Academy of Management Review*, 4(4), 497-505. <https://doi.org/10.5465/amr.1979.4498296>
7. Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4).
8. Crane, A., & Matten, D. (2016). *Business Ethics: Managing Corporate Citizenship and Sustainability in the Age of Globalization*. Oxford University Press.
9. Crane, A., Matten, D., & Spence, L. J. (2013). *Corporate social responsibility: Readings and cases in a global context*. Routledge.
10. Davis, R. (2022). *Ethical Challenges in Modern Business*. London: Ethical Publishing.
11. DeGeorge, R. T. (2010). *Business Ethics*. Pearson.

12. Donaldson, T., & Preston, L. E. (1995). The stakeholder theory of the corporation: Concepts, evidence, and implications. *Academy of Management Review*, 20(1).
13. Eccles, R. G., Ioannou, I., & Serafeim, G. (2014). The impact of corporate sustainability on organizational processes and performance. *Management Science*, 60(11).
14. Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Oxford: Capstone Publishing.
15. Ferrell, O. C., Fraedrich, J., & Ferrell, L. (2015). *Business ethics: Ethical decision making and cases*. Cengage Learning.
16. Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Pitman.
17. Freeman, R. E., Harrison, J. S., Wicks, A. C., Parmar, B. L., & de Colle, S. (2010). *Stakeholder theory: The state of the art*. Cambridge University Press.
18. Ikatan Akuntan Indonesia. (2019). *Kode Etik Akuntan Profesional*. Jakarta: IAI.
19. Johnson, L. (2019). Consistency in Corporate Ethics: A Guide to Integrity. *Journal of Business Ethics*.
20. Johnson, L. (2019). *Ethical Business Practices: A Guide for Modern Corporations*. London: Ethical Publishing.
21. Johnson, L. (2021). *Corporate Transparency and Trade Secrets*. Chicago: Business Law Journal.
22. Jones, A., & Brown, B. (2019). *Corporate Social Responsibility and Community Engagement: A Strategic Approach*. New York: Business Press.
23. Jones, M. (2019). *Financial Reporting and Corporate Reputation*. Boston: Finance Ethics Review.

24. Kant, I. (1998). *Groundwork of the Metaphysics of Morals* (M. Gregor, Ed. & Trans.). Cambridge University Press. (Original work published 1785)
25. Komite Nasional Kebijakan Governance. (2006). *Pedoman Umum Good Corporate Governance Indonesia*. Jakarta: KNKG.
26. KPMG. (2020). *The time has come: The KPMG Survey of Sustainability Reporting 2020*. KPMG International.
27. MacIntyre, A. (1984). *After Virtue: A Study in Moral Theory*. University of Notre Dame Press
28. Otoritas Jasa Keuangan. (2023). *Panduan Penyusunan Laporan Keberlanjutan*. Jakarta: OJK.
29. Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006). Strategy and society: The link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard Business Review*, 84(12).
30. Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating shared value. *Harvard Business Review*, 89(1/2).
31. Putra, A. (2023). *Teknologi dan Etika Bisnis: Tantangan dan Peluang*. Jakarta: Penerbit Nasional.
32. Rahman, B. (2022). *Etika Bisnis Lintas Budaya: Sebuah Pendekatan Global*. Bandung: Pustaka Ilmu.
33. Schwab, K. (2016). *The Fourth Industrial Revolution*. World Economic Forum.
34. Smith, A. (2020). *Pricing Strategies and Consumer Rights*. San Francisco: Market Ethics.
35. Smith, J. (2020). *Effective Stakeholder Engagement in CSR: Lessons from the Field*. London: Greenleaf Publishing.
36. Smith, J. (2020). *Fairness in the Workplace: Ensuring Equal Opportunities*. Chicago: Equity Books

37. Smith, J. (2020). Transparency and Trust in Business Relationships. *Harvard Business Review*.
38. Suharto, E. (2008). *Corporate social responsibility: What does it mean?*. Bandung: Alfabeta.
39. Suryani, D. (2023). *Kearifan Lokal dan Etika Bisnis di Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
40. Trevino, L. K., & Nelson, K. A. (2011). *Managing business ethics: Straight talk about how to do it right*. John Wiley & Sons.
41. Unilever Indonesia. (2023). *Laporan Keberlanjutan*. Diakses dari <https://www.unilever.co.id/sustainable-living/our-strategy/>
42. Williams, P. (2017). *Environmental Claims and Corporate Responsibility*. Oxford: Green Ethics Press.

TENTANG PENULIS

Dr. Antonius Natan

Dosen, Ketua PEWARNA Indonesia & Ketua
Komisi Infokom PGLII

email : antoniusnatan2018@gmail.com

