



# WARTA ISEI

Sinergi dan Kolaborasi Pusat dan Daerah

## *Komunitas Berdampak*



## PENERBIT

Bidang Pengembangan Akademi,  
Riset & Profesi Pengurus Pusat ISEI

## PEMIMPIN UMUM

Perry Warjiyo, Ph.D.

## PENANGGUNG JAWAB

Yoga Affandi, Ph.D.

## KETUA DEWAN REDAKSI

Prof. Dr. Ir. Hermanto Siregar, M.Ec.

## SEKRETARIS DEWAN REDAKSI

Dr. Yuvensius Sri Susilo, M.Si.

## DEWAN EDITOR AHLI

Prof. Dr. Muhammad Firdaus, M.Si.

Prof. Dr. Christantius Dwiatmadja, M.E.

Yohanes B. Kadarusman, Ph.D.

Mario Rosario Wisnu Aji, M. Ec. Dev.

## MANAJEMEN REDAKSI

Aviliani

Anika Faisal

Lisawati

## REDAKTUR PELAKSANA

Firman Sihol Parningotan, M. Ec.

## WAKIL REDAKTUR PELAKSANA

Jonathan Ersten Herawan, S.E., CFAP.

## SEKRETARIAT

Nuni Purwahyuni, SIP

Efrilia Sukmagraha, SP.

Achmad Kusnadi

Suswanto

## DAFTAR ISI

- 1 ISEI Menyapa
- 2 Karajoelok Kerja untuk Kemandirian Disabilitas
- 4 Ekowisata Bahari Berbasis Komunitas di Desa Bahoi Sulawesi Utara
- 8 Menyelami Modal Sosial Banjar di Balik Haul Guru Sekumpul
- 10 Jaminan Pendapatan Dasar Semesta: Solusi Sederhana dan Untuk Semua
- 12 Internalisasi Eksternalitas untuk Pariwisata Berkelanjutan
- 14 Bendera Geng Kito
- 16 Solusi Alternatif Overcrowding Karimunjawa melalui Optimalisasi Pulau Panjang
- 18 UMKM Naik Kelas: Menjadikan UMKM sebagai Close-Loop Bagi Industri
- 20 Cita Rasa Kuliner Ekonomi Silver
- 22 Pemanfaatan Indikator Kinerja Pembangunan Desa Menuju Indonesia Emas 2045 yang Unggul dan Merata
- 25 Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Indonesia 8%: Pembelajaran dari Beberapa Negara di Asia
- 28 Membangun UMK yang Berdaya Saing di Daerah
- 30 QRIS di Daerah hingga Kawasan ASEAN
- 32 Kegiatan ISEI

# KATA PENGANTAR

Oleh: Prof. Muhammad Firdaus, M.Si

(Guru Besar IPB University & Pengurus Bidang Pengembangan Akademik dan Riset PP ISEI)

Memasuki tahun 2025, berbagai media global memberitakan tantangan ekonomi yang tidak lebih mudah dibandingkan tahun 2024. Setidaknya tantangan isu geopolitik terutama di tiga wilayah yaitu Timur Tengah, Eropa dan Asia Timur masih akan mewarnai aktivitas perekonomian nasional dan internasional. Kebijakan perang dagang dan industri global, serta kebijakan makroekonomi negara adidaya tentunya akan mempengaruhi situasi ekonomi Indonesia. Di tingkat nasional dan lokal sendiri, Kabinet Merah Putih yang baru bekerja serta banyak Kepala Daerah yang baru terpilih menyebabkan situasi ekonomi bisa jadi semakin tidak mudah diprediksi. Di tengah banyak tantangan tersebut, kolaborasi dan kepedulian sosial menjadi semakin perlu dikedepankan.

Dari 5 pilar pembangunan berkelanjutan, *partnership* atau kemitraan tidak tiga pilar lain yang lebih sering disebut: ekonomi, sosial dan lingkungan. Kemitraan dapat diterjemahkan dalam berbagai sudut pandang. Seperti dalam tulisan Warta ISEI edisi ini menghidupkan peran UMKM dapat dilakukan dengan membangun hubungan *closed-loop* antara UMKM dengan industri. Rantai nilai dapat mendistribusikan dari ujung yang mendekati konsumen, ke ujung dimana sektor usaha kelas mikro, kecil dan menengah dapat memperoleh peluang pasar (*end to end*). Tentunya kinerja UMKM masih perlu diperbaiki sebagaimana yang diangkat pada salah satu tulisan dari hasil survey 450 UMK pada edisi ini.

Kemitraan untuk membangun ekonomi bersama masyarakat (*community economic development*) dapat diwujudkan dengan menggali nilai-nilai lokal yang sangat kaya di Indonesia. Peran masyarakat secara langsung diharapkan seperti pada tulisan pada edisi ini untuk kasua pengembangan desa ekowisata di Sulawesi Utara. Pada kasus yang lain diambil contoh Subak di Bali yang menunjukkan implementasi dari upaya menginternalisasi eksternalitas dalam pengelolaan sektor pariwisata, dan modal sosial pada budaya Haul Guru Sekumpul di Banjar, Kalimantan Selatan. Harapan terhadap peran masyarakat dalam mereduksi eksternalitas pariwisata juga diangkat dalam tulisan terkait pengembangan Pulau Panjang di Utara Jawa.

Dalam warta ISEI edisi ini juga diangkat beberapa kasus lain pengembangan ekonomi yang berdampak langsung pada masyarakat khusus. Dari ranah Minang diambil contoh bagaimana peran ekonom dalam membantu pengembangan ekonomi penyandang disabilitas melalui platform khusus. Tantangan terbesar adalah bagaimana mereka percaya diri untuk bekerja secara produktif. Di Yogyakarta beberapa industri kreatif dan konveksi banyak yang dengan sengaja menempatkan para penyandang disabilitas sebagai karyawan setara dengan yang lainnya. Secara khusus, pada edisi ini ditampilkan satu kasus pengembangan *silver economy* di sektor kuliner yang berada di Jakarta, menunjukkan banyak sisi seperti masyarakat *aging population* yang bisa dioptimalkan untuk pengembangan ekonomi lokal.

Beberapa inisiatif lain untuk perekonomian yang lebih berpihak adalah dorongan untuk eksplorasi program seperti Jaminan Pendapatan Dasar Semesta. Upaya ini diperlukan untuk pencapaian tujuan untuk mengakhiri kemiskinan dalam segala bentuk. Beberapa artikel seperti pengembangan indikator untuk pembangunan desa, akselerasi pertumbuhan ekonomi serta upaya untuk implementasi QRIS yang lebih luas juga disajikan pada warta ISEI edisi ini.

Terakhir, dengan membangun ekonomi masyarakat, persoalan kemiskinan atau kesenjangan pendapatan yang masih menjadi PR besar bangsa Indonesia harusnya dapat dipecahkan dengan baik. Dapat diingat kata-kata bijak dari Banerjee: *"poverty is not just a lack of money; it is not having the capability to realize one's full potential as a human being."* ISEI yang mewadahi para ekonom di pusat dan di berbagai wilayah terus mengembangkan kolaborasi bersama masyarakat untuk membangun perekonomian Indonesia guna mendorong pertumbuhan dengan kualitas yang semakin baik. Peran tersebut pasti bisa kongkrit seperti yang disampaikan dalam tulisan terkait pengalaman dari Sekolah Ekspor Indonesia

# Karajoelok Kerja untuk Kemandirian Disabilitas

oleh Prof. Dr. Donard Games

Pengurus ISEI Padang, Cofounder Karajoelok & Dosen kewirausahaan FEB Universitas Andalas

Banyak orang menyitir “kesempatan datang kepada mereka yang siap”. Pertanyaan terkait itu: bagaimana jika seseorang tidak diberi kesempatan dan tidak siap karena tidak dipersiapkan? Ini kira-kira gambaran besar terkait kemandirian ekonomi penyandang disabilitas. Semua orang akan mengangguk untuk memberikan mereka kesempatan, tetapi realita telah membuat mereka bisa jadi tidak siap atau bahkan justru “kita” yang tidak siap. Apa konsumen mau menjahit bahan baju mereka ke Resi dan Febi pasangan suami bisu tuli yang bahkan bersedia datang ke rumah untuk ukur dan antar baju hasil jahitan mereka? Datang dan lihat produk para siswa sekolah luar biasa di sekitar kita, dengan segala keterbatasan mereka punya sejumlah produk bagus seperti asesoris dan kerajinan tangan. Siapa yang bersedia membeli, misalnya, untuk cinderamata acara pernikahan?

Terlalu banyak pertanyaan, tetapi sunyi jawaban. Hal yang diperlukan sekarang adalah bukti nyata sekecil apapun, bukan pernyataan semata. Banyak penyandang disabilitas yang sudah pada tahap berdamai dengan situasi ini dan bahkan bisa menertawakannya. Vino Bratama (cek [https://www.instagram.com/official\\_vino\\_channel/](https://www.instagram.com/official_vino_channel/)). Vino 31 tahun, mengalami osteogenesis imperfecta, seorang *contentpreneur*. Keadaannya menyebabkannya ia menjalankan kehidupan umumnya di dan dengan kursi roda. Ia yang sedari awal dokter telah menyebutnya tidak akan bisa bertahan lama. Ia menulis *caption* “Jadilah seperti saya, tidak punya duit, tapi tidak ada orang yang percaya”. Orang yang sama juga menulis: banyak belum tentu cukup, sedikit belum tentu kurang, jangan mengejar hidup senang, tapi kejarlah hidup tenang, ajari hati untuk terus bersabar, dan bersyukur dalam segala hal, karena nikmat Allah begitu besar”.

Jika kita bersepakat bahwa masalah utama untuk menghadirkan kemandirian penyandang disabilitas adalah kesempatan dan kesiapan mereka, dan disabilitas tidak dilihat dari sisi *liabilities*, tapi justru *assets* (bahwa mereka bukan masalah), maka salah satu jawaban yang bisa ditawarkan adalah kewirausahaan sosial. Dalam tataran ideologis, salah satu sisi negatif terbesar dari kapitalisme adalah pengutamaan materialisme dan individualisme, dan melupakan, paling tidak untuk masa yang lama,

tentang pemihakan pada mereka yang menjadi yang dalam kegiatan ekonomi tidak berfungsi maksimal. Di sisi lain, masyarakat yang berbudaya kolektifis seperti Indonesia, tidak memiliki daya dukung yang secara institusional bisa menyalurkan energi kolektifistik itu dalam bentuk-bentuk kerja berwirausaha yang efektif. Kita lebih senang bersedekah dalam artian memberi uang pada pengemis atau orang miskin. Namun, di saat bersamaan, kita malas, enggan, dan tidak punya waktu untuk berinvestasi membangun organisasi sosial yang bekerja ala *entrepreneur*. Maka, salah satu bentuk kewirausahaan sosial, dalam hal ini, adalah penciptaan organisasi yang didesain untuk mencari solusi kreatif membantu penyandang disabilitas sehingga tidak membuat mereka, misalnya, menjadi pengemis seumur hidup. Secara singkat, sifat mulia orang Indonesia yang dermawan, ironisnya, tidak mampu memberi manfaat maksimal, karena cara kerja yang “kurang kapitalis” dalam artian “kurang *entrepreneurial*”.

## **Karajoelok: Suatu Upaya**

Dua orang dosen yang merupakan suami istri, Dessy Kurnia Sari dan Donard Games, dari Universitas Andalas, pada 2019 menginisiasi platform Karajoelok (kerja baik atau amal saleh)-sila cek [www.karajoelok.com](http://www.karajoelok.com). Salah satu inspirasi mereka, ironisnya, adalah upaya dengan tujuan sama yang dilakukan di negara Australia oleh Good Sammy, yang memberdayakan penyandang disabilitas sebagai pekerja dan manajer dengan menjual barang-barang bekas sangat layak pakai. Tujuan utama Karajoelok adalah menghubungkan antara produk-produk yang dihasilkan penyandang disabilitas dan konsumen yang berminat. Maka, dimulailah ini dengan pelatihan merajut (yang memang banyak disenangi penyandang disabilitas, pelatihan fotografi (banyak yang ingin memiliki foto produk yang lebih estetik dan meyakinkan), lalu ada juga pelatihan pemasaran produk. Setelah itu, karajoelok berfokus pada perbaikan website dan media sosial sehingga diharapkan konsumen bukan hanya “*aware*” tetapi juga tertarik membeli produk dari para penyandang disabilitas. Dengan demikian, ada dua sisi yang perlu diperhatikan: penguatan produk dan pemasaran untuk mitra (penyandang disabilitas) dan sisi edukasi dan promosi untuk *target market (user)*.



Gambar 1. Pegiat Karajoelok dari penyandang disabilitas  
<https://www.instagram.com/karajoeloksumbar/>

Dari pengalaman 2019 sampai dengan sekarang, ada paling tidak dua hal yang menjadi catatan kunci kami sebagai bagian dari upaya Karajoelok ini. Pertama, tidak mudah mengubah pola pikir lama baik dari sisi penyandang disabilitas dan konsumen bahwa penyandang disabilitas bisa menjadi wirausahawan. Bahwa mereka, dibantu *carer*/perawat yang umumnya dari keluarga, bisa menghasilkan produk yang diminati masyarakat. Rasa tidak percaya diri ini juga disumbang oleh orang-orang sekitar yang juga tidak percaya mereka bisa begitu. Padahal, ada kecenderungan penyandang disabilitas untuk semakin banyak memilih jalur kewirausahaan bahkan bila dibandingkan dari non-disabilitas karena terutama alasan kebebasan/fleksibilitas (Maritz & Laferrriere, 2016). Kedua, dari sisi konsumen, juga mengalami *inertia* yang mana mereka enggan untuk melirik, memperhatikan, apalagi membeli produk dari penyandang disabilitas. Produk penyandang disabilitas di Karajoelok masihlah memiliki substitusi



Gambar 2. Langkah awal Karajoelok  
<https://www.instagram.com/karajoeloksumbar/>

yang banyak, dan dalam hal ini, konsumen masih memilih berbasis rasionalitas daripada emosional meskipun produk penyandang disabilitas tidak jelek-jelek amat. Dengan demikian, permasalahan utama bukanlah soal teknis, tetapi lebih kepada kultural terutama budaya berwirausaha pada sisi penyandang disabilitas, dan penerimaan dari konsumen untuk produk-produk dari penyandang disabilitas.

Alhasil, tantangan terbesar Karajoelok adalah mengubah pola pikir para penyandang disabilitas menjadi lebih percaya diri dan proaktif, dan mengedukasi konsumen untuk bisa memberi kesempatan untuk para penyandang disabilitas ini dengan segala macam kelemahan dari sisi produk dan lainnya. Ini bukanlah kerja sunyi senyap, dan idealnya, adlah bagian dari upaya kita semua untuk memberi jalan dan kesiapan para penyandang disabilitas untuk bisa mandiri secara ekonomi.

# Ekowisata Bahari Berbasis Komunitas di Desa Bahoi Sulawesi Utara

Oleh Prof. Dr. Joyce Lopian, M.Ec.

Anggota PP ISEI & Dosen Universitas Sam Ratulangi

Sektor pariwisata di Indonesia memiliki peran yang efektif dalam meningkatkan devisa negara, seiring dengan pertumbuhan permintaan pariwisata. Pariwisata dianggap sebagai sarana penting untuk memperkenalkan budaya dan keindahan alam daerah terkait, serta memiliki kemampuan untuk meningkatkan ekonomi lokal. Jumlah wisatawan asing yang mengunjungi Indonesia mencapai 1,14 juta pada Desember 2023 dengan peningkatan 20,17%. Sementara jumlah perjalanan wisatawan domestik tahun 2023 mencapai 7,52 juta perjalanan atau naik 112,26% dari 3,54 juta perjalanan tahun sebelumnya (BPS 2024).

Ekowisata adalah bentuk wisata baru yang memberikan pengalaman yang memperkaya wisatawan, mencakup belajar tentang alam, mengelola dampak rendah pada alam, mengurangi konsumsi sumber daya lokal dan berkontribusi pada sosial ekonomi penduduk lokal (Fennel, 2005; Duffy, 2008; Dayananda, 2016). Ekowisata bahari merupakan suatu bentuk pariwisata yang berfokus pada kelestarian lingkungan laut dan pesisir, dengan melibatkan masyarakat lokal dalam pengelolaannya. Ekowisata tidak hanya bertujuan untuk menarik wisatawan, tetapi juga untuk melindungi ekosistem laut yang kaya dan beragam, serta memberdayakan komunitas yang bergantung pada sumber daya alam tersebut. Dalam ekowisata bahari, pengunjung diajak untuk menikmati keindahan alam sambil belajar tentang pentingnya menjaga kelestarian lingkungan.

## Potensi Ekowisata Desa Bahoi

Bahoi adalah salah satu desa tujuan wisata bahari di Sulawesi Utara, Indonesia. Merupakan desa pesisir, terletak di kecamatan Likupang Barat Kabupaten Minahasa Utara. Berada di sisi bukit, dengan bentuk memanjang, mengikuti pola pesisir pantai Utara dan agak berbukit, dengan luas wilayah 250 Ha atau 27 Km<sup>2</sup>. dan ketinggian 0-76 meter di atas permukaan laut (DPL). Memiliki bentangan alam pesisir yang lengkap, berupa ekosistem mangrove, padang lamun, dan terumbu karangnya. Desa Bahoi dikelilingi oleh hutan mangrove yang melimpah dan pantai berpasir putih yang memukau. Jenis mangrove yang dominan adalah tipe *Rhizophora* dan *Sonneratia* yang banyak dijumpai

di sisi Bahoi yang agak terlindung dan langsung menghadap ke laut. Keanekaragaman hayati terdiri berbagai spesies ikan, burung, dan flora yang membuat ekosistemnya unik. Keindahan alam ini bukan hanya menjadi daya tarik bagi wisatawan, tetapi juga merupakan sumber kehidupan bagi masyarakat lokal. Sebagai salah satu sumberdaya desa Bahoi, hutan bakau berperan juga dalam meredam gelombang, pelindung dari abrasi, penahan perangkap sedimen. Dengan potensi inilah maka Bahoi berfungsi sebagai daerah asuhan, daerah mencari makanan dan daerah pemijahan berbagai jenis ikan, udang dan biota laut lainnya. Hutan mangrove juga berfungsi sebagai pemasok larva ikan, udang dan biota laut lainnya, juga sebagai daerah pariwisata bahari. Tarau dkk, 2014 melaporkan nilai ekonomi ekosistem hutan mangrove di Desa Bahoi bisa bertahan lebih dari 20 tahun dengan total nilai ekonomi ekosistemnya sebesar Rp.404.920.912.688.

Desa Bahoi telah ditetapkan sebagai salah satu desa yang masuk dalam jejaring kawasan konservasi dan mempunyai pengelolaan Daerah Perlindungan Laut Berbasis Masyarakat (DPL-BM) seluas 12 Ha (berdasarkan UU No. 5/990 Konservasi Sumber Daya Alam Hayati dan Ekosistemnya). Pembentukan DPL-BM ini dilakukan bersama antara masyarakat, pemerintah setempat, dan para pemangku kepentingan lain yang ada di desa.

Pemerintah desa Bahoi telah mengeluarkan Peraturan Desa No.02/2010 tentang pengelolaan wilayah pesisir dan laut untuk keberlanjutan DPL. Ekowisata dibuat untuk memanfaatkan daerah penyangga DPL dan saat ini telah tersedia infrastruktur sederhana meliputi penginapan, pemandu wisata dan souvenir. DPL desa Bahoi terdiri dua zona yaitu Zona Inti dan Zona Penyangga. Pada zona inti beberapa kegiatan tidak boleh dilakukan, seperti penangkapan ikan dan pengambilan sumberdaya alam laut lainnya serta kegiatan yang berpotensi merusak terumbu karang, seperti pengambilan karang, pelepasan jangkar serta penggunaan galah. Sedangkan kegiatan yang tidak ekstraktif, seperti berenang, snorkling dan menyelam untuk tujuan rekreasi masih diperbolehkan. Sedangkan di zona penyangga, yang merupakan zona

di sekeliling zona inti, kegiatan penangkapan ikan diperbolehkan tetapi dengan menggunakan alat-alat tradisional, seperti pancing dan memanah dengan perahu tradisional. Kegiatan penangkapan ikan dengan menggunakan lampu dan beberapa alat tangkap yang potensial merusak terumbu karang masih dilarang di zona penyangga. Dampaknya ikan dapat berkembang biak dengan baik dan keindahan terumbu karangnya terjaga, sehingga menjadikan kawasan DPL menjadi salah satu daerah yang mulai dilirik turis lokal maupun asing untuk melakukan kegiatan menyelam. Keindahan alam bawah laut desa Bahoi tak kalah indahnnya dengan Taman Laut Nasional Bunaken.

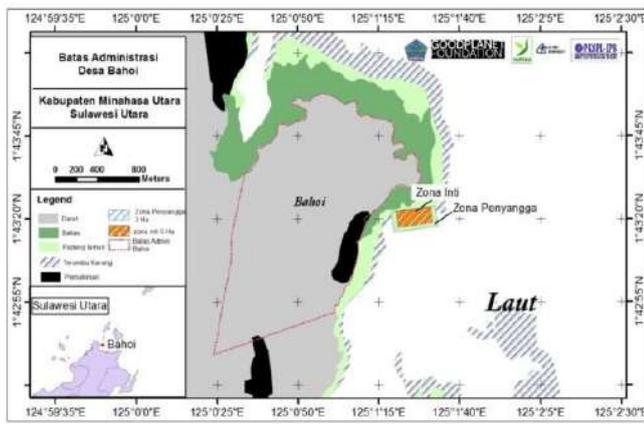
dan masyarakat lokal. Kesadaran global tentang pentingnya keberlanjutan juga meningkat, memotivasi wisatawan untuk memilih destinasi yang ramah lingkungan.



Sumber: Google search, diverifikasi penulis (diunduh 18-11-2024; 11.25 wita).

Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), kunjungan wisatawan ke Sulawesi Utara pada tahun 2022 menunjukkan peningkatan sebesar 30% dibandingkan tahun sebelumnya. Hal ini menunjukkan bahwa minat terhadap pariwisata kembali meningkat. Salah satu peluang yang dapat dimanfaatkan adalah peningkatan kesadaran akan pentingnya pariwisata berkelanjutan, karena adanya kecenderungan Pasca-pandemi, banyak wisatawan yang lebih memperhatikan dampak lingkungan dari perjalanan mereka.

Namun, di balik peluang besar tersebut, terdapat sejumlah tantangan yang perlu dihadapi untuk memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan dan bertanggung jawab dalam sektor ekowisata bahari. Keterbatasan aksesibilitas ke beberapa lokasi wisata yang mungkin masih menjadi kendala bagi wisatawan, terutama mereka yang datang dari luar daerah, di mana infrastruktur yang belum sepenuhnya berkembang dapat menghambat kunjungan. Pemulihan ekonomi masyarakat lokal yang terdampak pandemi merupakan tantangn berikutnya, karena banyak pelaku UKM pariwisata, seperti homestay, kuliner, dan penyedia jasa wisata, mengalami kerugian besar. Tantangan lainnya adalah perlunya pengelolaan sumber daya alam yang berkelanjutan, karena seiring meningkatnya jumlah wisatawan, risiko terhadap kerusakan lingkungan juga meningkat. Perubahan pola perilaku wisatawan juga menjadi tantangan tersendiri, di mana mereka kini lebih berhati-hati dalam memilih destinasi dan cenderung lebih memilih tempat yang telah terbukti aman dan dapat diandalkan, sehingga ekowisata Bahoi harus beradaptasi dengan perubahan ini dan meningkatkan upaya dalam membangun reputasi sebagai destinasi yang aman



Sumber: Yapeka 2014 (dalam Muliya dkk, 2016).

Disamping itu, budaya Bahoi sangat kaya dan beragam dan didominasi budaya yang berasal dari etnik Sangihe, Sitaro dan Talaud. Tradisi budaya ini telah diwariskan dari generasi ke generasi, termasuk seni tari, musik, dan kerajinan tangan. Misalnya, kerajinan anyaman dari daun pandan dan pembuatan alat musik tradisional sangat mungkin menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan yang ingin merasakan pengalaman autentik.

Secara partisipatif dengan melibatkan berbagai unsur masyarakat mulai dari tokoh masyarakat, tokoh adat, tokoh agama dan kelompok masyarakat lainnya, ekowisata bawah laut desa Bahoi telah berkembang sambil tetap menjaga kelestarian kawasan pesisir yang pada akhirnya perekonomian masyarakat ikut terangkat.

**Peluang dan Tantangan**

Pasca meredanya pandemi COVID-19, Ekowisata Bahoi memiliki peluang yang sangat menjanjikan, terutama di tengah meningkatnya minat masyarakat untuk melakukan perjalanan yang lebih berkelanjutan dan terhubung dengan alam. Banyak wisatawan kini mencari pengalaman yang tidak hanya menyenangkan, tetapi juga memberikan dampak positif bagi lingkungan

dan nyaman. Dampak lingkungan juga menjadi perhatian penting, karena meningkatnya jumlah wisatawan dapat membawa risiko terhadap ekosistem lokal, seperti kerusakan terumbu karang dan pencemaran, yang menuntut pengelolaan yang bijaksana agar keseimbangan antara pariwisata dan konservasi tetap terjaga. Terakhir, kompetisi dengan destinasi ekowisata lainnya yang juga berusaha menarik perhatian wisatawan setelah pandemi mengharuskan Likupang untuk merumuskan strategi pemasaran yang efektif dan melakukan diferensiasi produk wisata agar bisa bersaing dan menarik minat pengunjung.

### Upaya Pemulihan dan Pengembangan Ekowisata Bahoi

Ekowisata bahari merupakan konsep pengembangan pariwisata berkelanjutan yang bertujuan untuk mendukung upaya-upaya pelestarian lingkungan (alam dan budaya) dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan, sehingga memberikan manfaat ekonomi kepada masyarakat setempat. Berdasarkan tujuan ini dan juga memperhatikan luaran pemetaan dari IPA (Importance Performance Analysis) serta Analisis SWOT, dapat dikemukakan beberapa upaya pemulihan dan strategi sebagai berikut:

- a) Perbaikan dan Pengembangan Infrastruktur. Mengajukan proposal (pemanfaatan sebagai status Destinasi Super Prioritas) kepada pemerintah daerah Provinsi Sulawesi Utara dan Pusat untuk meningkatkan infrastruktur dan mengembangkan fasilitas yang ramah lingkungan perlu dilakukan.
- b) Antisipasi Persaingan dengan Destinasi Lain. Bahoi tidak sendirian dalam upayanya untuk menarik wisatawan. Karena itu, Bahoi harus fokus pada keunikan yang dimilikinya. Misalnya, pengalaman lokal yang tidak dapat ditemukan di tempat lain, seperti tur mangrove yang dipandu oleh masyarakat setempat.
- c) Kesadaran dan Keterlibatan Masyarakat. Masyarakat perlu lebih dilibatkan dan diberi tanggung jawab atas pengembangan pariwisata di desa mereka. Melibatkan mereka dalam setiap tahap perencanaan dan pelaksanaan akan meningkatkan rasa kepemilikan dan komitmen mereka terhadap keberlanjutan ekowisata.
- d) Peningkatan Peran Komunitas dalam Pengembangan Ekowisata. Masyarakat lokal harus diberdayakan untuk menjadi aktor utama dalam pengembangan ekowisata. Ini dapat dilakukan melalui pelatihan dan pendidikan yang bertujuan untuk meningkatkan keterampilan dalam bidang perhotelan, pemanduan wisata, dan pengelolaan lingkungan. Pelatihan ini dapat melibatkan berbagai pihak, termasuk pemerintah dan lembaga swasta, untuk memastikan bahwa pelatihan tersebut relevan dan bermanfaat.
- e) Membangun Kesadaran Lingkungan. Pendidikan lingkungan juga sangat penting. Masyarakat perlu memahami pentingnya menjaga ekosistem yang ada. Dengan mengedukasi masyarakat tentang keberlanjutan dan pelestarian alam, mereka akan lebih termotivasi untuk mengembangkan praktik ekowisata yang bertanggung jawab.
- f) Menciptakan Produk Wisata yang Unik. Dari keragaman budaya dan alam yang ada, masyarakat Bahoi dapat menciptakan produk wisata yang unik. Misalnya, tur berbasis ekologi yang menjelajahi hutan mangrove dan memperkenalkan wisatawan pada keanekaragaman hayati setempat. Atau, workshop kerajinan tangan yang memungkinkan wisatawan untuk belajar dan membuat produk lokal.
- g) Kolaborasi dengan Lembaga dan Pemerintah. Kolaborasi dengan LSM dan pemerintah daerah juga sangat penting. Kerjasama ini bisa berupa dukungan dalam hal pendanaan, pemasaran, dan pengembangan infrastruktur. Dengan dukungan yang tepat, Desa Bahoi dapat memperkuat posisinya sebagai destinasi ekowisata yang menarik.
- h) Menciptakan Pengalaman Wisata yang Berkesan. Mengadakan festival tahunan yang merayakan budaya dan lingkungan Bahoi dapat menjadi cara yang efektif untuk menarik wisatawan. Festival ini bisa mencakup pertunjukan seni, pameran kerajinan lokal, serta kegiatan lingkungan seperti penanaman pohon.
- i) Menjual Paket Wisata Berbasis Komunitas. Paket wisata yang memungkinkan wisatawan untuk tinggal dengan keluarga lokal dapat memberikan pengalaman yang mendalam. Wisatawan dapat belajar tentang kehidupan sehari-hari masyarakat Bahoi, berpartisipasi dalam kegiatan tradisional, dan merasakan kehangatan sambutan masyarakat setempat. Ini tidak hanya memberikan pengalaman yang autentik, tetapi juga mendorong kesejahteraan ekonomi masyarakat.
- j) Melakukan Promosi Melalui Media Sosial. Di era digital, promosi melalui media sosial sangat penting. Masyarakat Bahoi dapat memanfaatkan platform seperti Instagram dan Facebook untuk memamerkan keindahan alam, budaya, dan aktivitas yang ditawarkan. Foto-foto menarik dan cerita yang menggugah dapat menarik perhatian wisatawan, baik domestik maupun mancanegara.

## Kesimpulan

Keberhasilan ekowisata di Bahoi bergantung pada keterlibatan masyarakat, kolaborasi dengan berbagai pihak, serta inovasi dalam menciptakan pengalaman wisata yang unik dan berkesan. Dengan komitmen yang kuat dari masyarakat dan dukungan dari pemerintah, Desa Bahoi memiliki potensi untuk

menjadi contoh sukses dalam pengembangan pariwisata berbasis komunitas di Indonesia. Dengan memanfaatkan potensi lokal dan melibatkan masyarakat secara aktif, Bahoi dapat menjadi destinasi ekowisata yang menarik dan berkelanjutan.




# TINGKATKAN POTENSI ANDA BERSAMA PERBANAS INSTITUTE

**Wujudkan Potensi Anda dengan Program Studi pada:**

- Magister Manajemen (Unggul)
- Magister Akuntansi (Baik Sekali)
- Pendidikan Profesi Akuntan (Baik Sekali)



**BEASISWA MENCAPAI 25%\***

\*Syarat dan Ketentuan berlaku



admisi.perbanas.id

**Jadilah Pemimpin di Masa Depan melalui Program Doktor Manajemen Berkelanjutan**

- Kurikulum yang Berorientasi pada Manajemen Berkelanjutan
- Dosen Berkualitas dengan Pengalaman Profesional
- Waktu Kuliah yang Fleksibel

**Informasi:**  
☎ 0851 7985 3803

www.perbanas.id  
perbanas.institute

## Menyelami Modal Sosial Banjar di Balik Haul Guru Sekumpul

oleh Dr. Hj. Muzdalifah, S.E., M.Si.

Pengurus ISEI Banjarmasin & Dosen FEB Universitas Lambung Mangkurat

Setiap tahun, Martapura, Kalimantan Selatan, menjadi pusat perhatian jutaan orang. Mereka datang bukan hanya untuk mengenang Syekh Muhammad Zaini Abdul Ghani Al-Banjari, atau yang dikenal sebagai Guru Sekumpul, tetapi juga untuk merasakan kebersamaan yang luar biasa dalam Haul Guru Sekumpul. Acara ini bukan sekadar peringatan, tetapi simbol kekuatan modal sosial yang hidup di masyarakat Banjar. Di balik keramaian itu, tersimpan pelajaran berharga tentang bagaimana tradisi keagamaan mampu menciptakan manfaat ekonomi yang berkelanjutan.

Haul dalam masyarakat Indonesia, khususnya Jawa, haul mempunyai arti yang sangat khusus, yaitu suatu upacara ritual keagamaan untuk memperingati meninggalnya seseorang yang ditokohkan dari para wali, ulama atau kyai. Budaya orang Banjar sebagian besar banyak dipengaruhi oleh budaya Jawa, karena sejak abad ke-18 dan ke-19, banyak orang Jawa yang bermigrasi ke Kalimantan Selatan, termasuk wilayah Banjar. Tujuan untuk mendapatkan mata pencarian kehidupan yang lebih baik, baik karena faktor ekonomi, pekerjaan, maupun karena kekosongan lahan di Jawa, mendorong mereka untuk menetap di Banjar. Akulturasi budaya ini menjadikan tradisi yang terjadi di tanah Jawa juga dilaksanakan di Tanah Banjar.

Dalam budaya Indonesia, khususnya di tanah Banjar, *haul* memiliki makna yang mendalam. Ia bukan hanya acara untuk mengenang seorang tokoh, tetapi juga momentum kebersamaan yang memperkuat ikatan sosial. Haul Guru Sekumpul, yang rutin digelar setiap bulan Rajab, telah menjadi tradisi besar yang mendatangkan jutaan jemaah dari berbagai penjuru Indonesia bahkan luar negeri.

Puncak acaranya, yang berlangsung di Mushala Ar-Raudhah tempat pengajian selama Abah Guru sekumpul masih hidup, dipenuhi lautan manusia yang menyatu dalam doa dan dzikir. Rangkaian acara ini melibatkan ribuan sukarelawan, mulai dari yang mengelola dapur umum hingga yang menjaga keamanan. Semua dilakukan dengan semangat gotong royong tanpa pamrih. Kegiatan rutin tahunan yang tahun depan ini masuk haul yang 20 istimewa



karena segala kebutuhan jemaah, seperti makanan, minuman, dan layanan transportasi, disediakan secara gratis. Semangat melayani ini menjadi bukti nyata bagaimana modal sosial masyarakat Banjar bekerja melalui jaringan kepercayaan, norma-norma kebajikan, dan kerja sama kolektif.

Modal sosial adalah kekayaan tak kasat mata yang melampaui uang. Ia adalah jaringan hubungan, kepercayaan, dan kebiasaan yang memungkinkan masyarakat bekerja bersama demi tujuan bersama. Dalam Haul Guru Sekumpul, modal sosial ini terlihat dalam berbagai aspek:

1. Gotong Royong yang Luar Biasa  
Dapur-dapur umum didirikan di seluruh sudut Martapura, mengolah ribuan kilogram beras, daging, dan bahan makanan lain yang merupakan sumbangan masyarakat. Para sukarelawan memasak dan menyajikan makanan untuk jutaan jemaah tanpa meminta imbalan apa pun. Semua ini dilakukan dengan keyakinan bahwa melayani tamu haul adalah ibadah.
2. Jaringan Donasi yang Solid  
Orang-orang dari berbagai lapisan masyarakat berkontribusi sesuai kemampuan mereka. Yang mampu secara finansial menyumbangkan uang atau bahan makanan, sementara yang lain menyumbangkan tenaga. Bahkan anak-anak muda turut membantu dalam persiapan dan pelaksanaan acara.

### 3. Layanan Gratis yang Menginspirasi

Selain makanan dan minuman, layanan seperti transportasi, parkir, bahkan bahan bakar, disediakan secara cuma-cuma. Fenomena ini menunjukkan bagaimana semangat kolektif dapat menggantikan nilai-nilai materialistis dengan kebajikan sosial.

Meski banyak layanan diberikan secara gratis, Haul Guru Sekumpul tetap menggerakkan perekonomian lokal dengan cara yang unik. Berikut adalah beberapa dampaknya:

#### 1. Stimulus Ekonomi Lokal

Banyak bahan makanan dan kebutuhan acara dibeli dari pemasok lokal, meningkatkan pendapatan petani dan pedagang di sekitar Martapura. Para jemaah yang datang juga berbelanja di pasar tradisional untuk kebutuhan pribadi, menciptakan perputaran ekonomi yang signifikan.

#### 2. Pariwisata Religi yang Berkembang

Haul ini menarik jemaah dari berbagai daerah, yang sebagian besar memanfaatkan fasilitas akomodasi lokal. Hotel, losmen, dan rumah sewa mencatat peningkatan okupansi yang luar biasa selama acara berlangsung. Ini memberikan kontribusi langsung terhadap sektor pariwisata religi di Kalimantan Selatan.

#### 3. Peluang Usaha bagi UMKM

Selain sektor formal, banyak usaha kecil menengah seperti penjual makanan, souvenir, dan penyedia jasa transportasi mendapatkan manfaat dari keramaian acara. Meski banyak yang dilakukan secara sukarela, ada juga ruang untuk transaksi ekonomi yang sehat.



Modal sosial yang terbangun selama haul ini tidak hanya memberikan manfaat langsung, tetapi juga membentuk dampak jangka panjang yang signifikan:

#### 1. Penguatan Jaringan Sosial

Haul ini menjadi ajang bertemunya orang-orang dari berbagai latar belakang, yang kemudian membentuk jejaring sosial yang bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari. Jaringan ini tidak hanya terbatas pada aspek keagamaan, tetapi juga berpotensi menciptakan kerja sama di bidang ekonomi, pendidikan, dan sosial lainnya.

#### 2. Pemecahan Masalah Sosial

Semangat gotong royong yang tumbuh selama haul membantu masyarakat Banjar untuk lebih mudah menangani isu-isu lokal seperti kemiskinan, pendidikan, dan kesehatan. Dengan kepercayaan yang sudah terbentuk, modal sosial menjadi alat untuk menyelesaikan masalah bersama.

#### 3. Peningkatan Kesadaran Kolektif

Tradisi haul mengajarkan nilai-nilai kebajikan, kebersamaan, dan tanggung jawab sosial. Hal ini membantu masyarakat untuk tetap memegang nilai-nilai tradisional yang relevan di tengah tantangan modernisasi.

Namun, mempertahankan modal sosial di era modern bukanlah hal yang mudah. Individualisme dan gaya hidup materialistis semakin menguat, sementara teknologi seringkali mengurangi interaksi langsung. Dalam konteks ini, Haul Guru Sekumpul adalah pengingat penting bahwa kebersamaan dan gotong royong tetap relevan. Untuk menjaga modal sosial ini, perlu ada upaya untuk melibatkan generasi muda, mendokumentasikan tradisi haul, dan memanfaatkan teknologi untuk memperkuat jaringan sosial, bukan memisahkannya.

Haul Guru Sekumpul adalah contoh nyata bagaimana modal sosial dapat menjadi kekuatan luar biasa untuk menggerakkan masyarakat. Tradisi ini tidak hanya memperkuat hubungan sosial, tetapi juga menciptakan manfaat ekonomi yang berkelanjutan. Dalam dunia yang semakin terfragmentasi, tradisi seperti ini mengingatkan kita bahwa kebersamaan adalah kunci pembangunan yang sesungguhnya. Modal sosial bukan hanya aset lokal, tetapi juga warisan yang bisa menginspirasi komunitas lain untuk bekerja bersama demi masa depan yang lebih baik.

# Jaminan Pendapatan Dasar Semesta: Solusi Sederhana dan Untuk Semua

Oleh Prof. Aloysius Gunadi Brata, S.E., M.Si., Ph.D  
Dosen Universitas Atma Jaya Yogyakarta (UAJY)

Jaminan Pendapatan Dasar Semesta (Jamesta) atau *Universal Basic Income* (UBI) akhir-akhir ini semakin mendapatkan perhatian dan dukungan di banyak negara. Jamesta dilihat sebagai kebijakan yang potensial untuk mengatasi kemiskinan sistemik dan ketimpangan termasuk juga untuk menghadapi tantangan-tantangan baru yang muncul akibat perubahan teknologi dan restrukturisasi fundamental ekonomi global (Hasdel 2020).

Secara ringkas, Jamesta adalah aliran pendapatan tunai universal dan tanpa syarat yang dibayarkan oleh pemerintah kepada setiap anggota masyarakat, tanpa memandang apakah seseorang bekerja, berapa pendapatan yang dimilikinya saat ini, dan dengan siapa ia tinggal (Ghatak & Maniquet 2019). Secara lebih detail, Jamesta memiliki sejumlah ciri (Hasdel 2020). Pertama, *universal* (semesta) artinya dibayarkan kepada setiap individu dan bukan spesifik kepada sekelompok orang saja. Kedua, *unconditional* (tanpa syarat) yakni tidak ada syarat dan sanksi dan ini diberikan baik kepada mereka yang bekerja maupun yang menganggur, entah karena pilihannya ataupun tidak. Ketiga, *cash payment* (pembayaran tunai) sehingga memungkinkan penerimanya untuk mengonversinya sendiri sesuai kemauan dan kebutuhannya. Keempat, *individual* artinya diberikan atas dasar individual bukan berdasarkan rumah tangga. Kelima, *periodic* artinya ini diberikan secara berulang bukan sekali saja.

Dengan definisi seperti ini maka semua warganegara berhak untuk mendapatkan aliran pendanaan tunai, tanpa harus melalui prosedur yang rumit dan melelahkan. Oleh karena itu tidak aneh bila Jamesta diyakini dapat menyederhanakan kerumitan-kerumitan yang sering ditemukan dalam skema-skema bantuan sosial (bansos) yang umum dipakai, mulai dari penentuan penerima sampai penyaluran bantuan sosial.

## Jamesta bukanlah hal baru

Berdasarkan peruntukan sejarah, Jamesta sebetulnya bukanlah hal yang baru. Ini telah ada ratusan tahun lalu, baik dalam rupa gagasan maupun praktik. Ghatak & Maniquet (2019) menyebutkan bahwa konsep

Jamesta memiliki tradisi intelektual yang menonjol yang dimulai dengan para pemikir radikal, kaum liberal, dan sosialis utopis pada abad kedelapan belas dan kesembilan belas, seperti Thomas Paine, Thomas Spence, Charles Fourier, Joseph Charlier, dan John Stuart Mill. Berbagai label digunakan untuk ide ini, seperti dividen sosial, pendapatan warga negara, demogran, dan pendapatan dasar.

Disebutkan pula bahwa ide ini juga memperoleh dukungan baik dari ujung spektrum politik kiri maupun kanan, seperti oleh ekonom kiri-tengah James Tobin dan James Meade, serta boleh jadi ini menjadi ilham bagi Milton Friedman untuk mengusulkan pajak penghasilan negatif. Milton Friedman memunculkan ide pajak penghasilan negatif tersebut sekitar 1940an di mana Friedman lebih memilih pemberian dalam bentuk uang tunai ketimbang program pangan karena preferensi normatif soal kebebasan masyarakat untuk melakukan pilihannya sendiri (Camporesi 2024).

Bahkan, ada yang melacak sejarah Jamesta bisa ditemukan sampai jaman Athena kuno di Yunani (Widerquist 2024). Penerapannya kala itu adalah warga Athena mendapatkan pendapatan tunai dari hasil tambang milik kota. Tentu kala itu yang dimaksud warganegara masih merupakan bagian kecil dari populasi karena ada nonwarganegara seperti para budak, dan karena elitis maka tidak pas untuk dikatakan sebagai Jamesta.

## Di mana Jamesta sudah diterapkan?

*World Population Review* (2024) menyebutkan bahwa makin hari makin banyak negara atau kelompok masyarakat (NGO) yang mendiskusikan, mencoba, dan menerapkan Jamesta, seperti Finlandia, Kanada, Amerika Serikat, Brasil, Iran, India, tidak terkecuali Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa Jamesta merupakan satu skema yang pantas untuk ditimbang untuk dilaksanakan.

Di Iran, penerima Jamesta di Iran yang menggunakan uang negara dan disalurkan tiap bulan mencapai sekitar 75 juta orang. Satu studi oleh Mokhtari (2024) menemukan bahwa Jamesta di Iran yang dilaksanakan setelah tahun 2010 senilai sekitar 710 USD (PPP) per

orang (sekitar 28% dari *median household income*) memiliki manfaat meningkatkan kuantitas maupun kualitas nutrisi, begitu juga pengeluaran pendidikan para penerimanya. Artinya Jamesta tidaklah menimbulkan pengeluaran yang tidak produktif dan kemalasan para penerimanya, tetapi justru bermanfaat untuk perkembangan anak dan investasi sumber daya manusia. Sebelumnya, studi Salehi-Isfahani & Mostafavi-Dehzoeei (2018) juga tidak menemukan adanya penurunan suplai tenaga kerja, baik dari sisi jam kerja maupun partisipasi angkatan kerja, justru yang diperoleh adalah efek positif terhadap suplai tenaga kerja perempuan maupun pekerja laki-laki yang mandiri.

Di Amerika Serikat, salah satu uji coba yang menonjol adalah *Alaska Permanent Fund*, yang memberikan dana tunai kepada penduduknya 1,000-2,000 USD per tahun, sejak 1982. Pembiayaannya dari penerimaan minyak dan gas Alaska. Artinya, Alaska telah melaksanakan Jamesta lebih dari 40 tahun. Menarik juga bahwa 81% penduduk Alaska menyatakan bahwa dana tersebut telah memperbaiki kualitas hidup mereka (Whitlock 2024).

Eksperimen Jamesta di Indonesia juga pernah dilakukan. Pertama, Jamesta Istimewa yang merupakan sebuah inisiatif percobaan penerapan Jamesta di Yogyakarta yang dikelola secara swadaya dan independen oleh komunitas lokal dan peneliti. Proyek ini berfokus pada pemberian dana tunai sebesar Rp500 ribu kepada 25 orang dari berbagai latar belakang di Yogyakarta selama enam bulan (November 2021-April 2022). Skema *crowdfunding* yang berasal dari publik dan yayasan digunakan. Penelitian dilakukan setelah tahap pengundian penerima dan distribusi Jamesta selesai. Hasil riset dari eksperimen Jamesta Istimewa menunjukkan bahwa Jamesta tidaklah menurunkan kultur kerja produktif masyarakat. Riset tersebut merekomendasikan bahwa *pilot project* serupa perlu dilakukan lagi di tempat-tempat lain dengan pemutakhiran konsep dan eksekusi dari data pilot sebelumnya (Pelu 2023; Heron & Brata 2023).

Selain di Yogyakarta, Jamesta juga telah diujicobakan di Bali, yakni Circles UBI (Prasetyo et al. 2024). Circles UBI adalah teknologi berbasis *blockchain* yang menyediakan Universal Basic Income dalam bentuk poin digital yang beredar melalui rasa saling percaya (*trust*). Solusi berbasis komunitas ini bertujuan untuk meningkatkan penggunaan produk dan jasa lokal, sebagai sarana untuk memperkuat ekonomi sirkular di

tingkat lokal. Seperti halnya eksperimen di Yogyakarta, Circles UBI juga menunjukkan manfaat positif bagi penerimanya, misalnya tidak merusak produktivitas penerimanya.

### Sederhana dan Untuk Semua

Satu risalah kebijakan UNDP yang ditulis Ahmed (2024) menyimpulkan bahwa program Jamesta di berbagai negara sebagian besar menunjukkan perspektif optimis, kendati ada beberapa pesimisme. Jamesta memiliki potensi untuk secara signifikan mengurangi kemiskinan multidimensi dan meningkatkan hasil pendidikan dan kesehatan, menawarkan kesempatan kepada individu untuk meningkatkan penghidupan mereka. Juga diakui bahwa Jamesta berperan meningkatkan produktivitas masyarakat, peluang untuk membangun agensi, dan kebebasan yang lebih besar.

Salah satu aspek menarik dari Jamesta adalah pelaksanaannya yang relatif tidak rumit. Sedangkan program-program konvensional seperti bantuan sosial seringkali rumit dan birokratis karena ada serangkaian persyaratan, dokumen dan lainnya yang harus dipenuhi oleh calon penerima. Penipuan status miskin demi mendapatkan bantuan merupakan salah satu contoh kelemahan program-program konvensional selama ini. Di luar itu tentu saja tahapan yang panjang mulai dari persiapan sampai pelaksanaannya membuka peluang terjadinya kebocoran-kebocoran.

Adapun Jamesta tidak membutuhkan terlalu banyak syarat, dan karena langsung dikirimkan ke penerima maka beban administratif maupun kebocoran menjadi sangat minim. Artinya, penggunaan dana atau anggaran pun dapat lebih optimal. Sementara itu, individual penerima juga memperoleh kebebasan yang lebih besar untuk mengambil keputusan-keputusan finansialnya. Boleh jadi, dengan adanya skema Jamesta tidak lagi perlu terlalu banyak ragam bantuan sosial. Sistem kesejahteraan untuk masyarakat berpeluang untuk menjadi lebih sederhana, tidak rumit, dan memberikan kesempatan untuk keadilan dan kesetaraan yang lebih baik bagi masyarakat. Artinya, selain lebih sederhana, Jamesta juga lebih inklusif atau untuk semua.

Tentu tetapi perlu dicatat bahwa Jamesta bukanlah obat mujarab untuk semua masalah sosial dan ekonomi. Namun skema ini berpotensi untuk meningkatkan kehidupan jutaan orang secara signifikan dan menciptakan masa depan yang lebih sejahtera dan inklusif. Oleh sebab itu, tidak ada kelirunya untuk secara serius mengeksplorasi solusi inovatif seperti Jamesta.

# Internalisasi Eksternalitas untuk Pariwisata Berkelanjutan

Oleh Dr. Made Ika Prastyadewi, S.E., M.E.  
Dosen FEB Universitas Mahasaraswati Denpasar

Sumber daya alam dan lingkungan merupakan barang publik karena sifatnya yang *non-excludable* dan *non-rivalrous*, yang berarti bahwa tidak memungkinkan untuk membatasi akses dalam memanfaatkan sumber daya alam maupun lingkungan seperti udara bersih, air, dan keanekaragaman hayati. Juga tidak mungkin membatasi penggunaannya oleh seseorang meskipun mengurangi ketersediaannya bagi orang lain. Kondisi ini menunjukkan bahwa setiap orang dapat menikmati manfaat sumber daya alam dan lingkungan tanpa mengurangi ketersediaannya bagi orang lain. Hal ini kemudian yang membuat pengelolaan dan perlindungan sumber daya lingkungan menjadi sangat menantang.

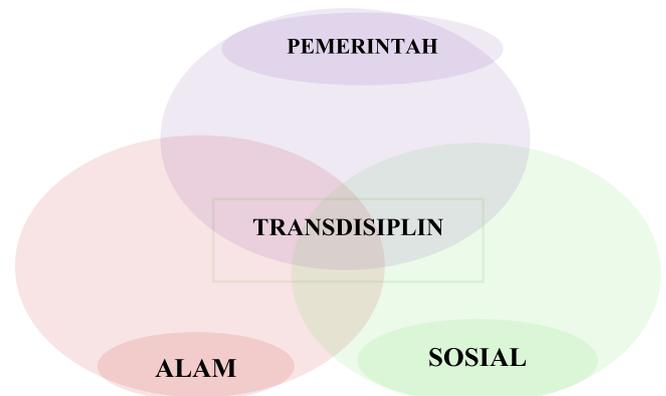
Pulau Bali mengandalkan alam dan budaya sebagai daya tarik wisata dan menjadikan pariwisata sebagai sumber ekonomi utama. Keunikan alam dan budaya dengan "penerimaan" masyarakat akan pariwisata menjadi alasan wisatawan untuk terus berkunjung meskipun saat ini mulai banyak dibuka destinasi wisata baru yang serupa. Akan tetapi seiring dengan berkembangnya pariwisata dan masuknya investasi, sumber daya alam sebagai obyek wisata publik saat ini mulai diprivatisasi. Banyak daerah pantai dan panorama pegunungan menjadi bagian dari hotel dan restoran yang dikelola oleh pihak swasta. Dan sebagai barang privat, beberapa pantai saat ini bahkan membutuhkan ijin khusus dengan retribusi tertentu untuk dapat masuk dan menikmati keindahannya. Begitu pula dengan kawasan pegunungan dan perbukitan.

Perkembangan pariwisata ini juga berdampak pada peningkatan alih fungsi lahan yang mengakibatkan penyusutan lahan pertanian produktif dan terancamnya subak sebagai lembaga pertanian berbasis kearifan lokal di Bali. Perkembangan sektor pariwisata menggerus keberadaan subak karena tingginya nilai ekonomi dari alih fungsi lahan pertanian ke non pertanian. Ekplorasi kawasan bahari untuk berbagai aktivitas wisata seperti snorkling dan diving juga ikut mengancam ekosistem kawasan laut di Bali. Rusaknya terumbu karang, penumpukan sampah, dan pencemaran mengancam ekosistem laut. Peningkatan permintaan untuk "coffee with view" pun saat ini menjadikan beberapa kawasan pegunungan dan bukit di penuhi oleh kedai kopi "kekinian". Tetapi pelaku

wisata tetap menolak istilah "over-tourism".

Internalisasi eksternalitas menjadi salah satu hal yang dapat ditetapkan dalam pengelolaan sumber daya alam. Eksternalitas positif yang berasal dari keindahan alam dan lingkungan yang dimanfaatkan dalam pariwisata harus dilestarikan dengan sebuah konsep internalisasi. Inti dari internalisasi adalah misalnya jika ada perusahaan A menyebabkan eksternalitas negatif hanya kepada perusahaan B maka perusahaan A dan perusahaan B bersama-sama menghitung dampak dari eksternalitas. Internalisasi biasanya secara tidak langsung membangun agen ekonomi yang lebih besar dan konsekuensi bertambahnya kekuatan pasar. Singkatnya internalisasi akan menghilangkan konsekuensi dari eksternalitas dengan cara memastikan bahwa biaya pribadi dengan biaya sosial disamakan.

## Kolaborasi Antara Alam, Sosial dan Pemerintah Untuk Eksistensi Subak Melalui Pendekatan Transdisipliner



Keterkaitan antara pemerintah, sumber daya alam dan ilmu sosial adalah kolaborasi dari komponen penting dalam menjaga keberlangsungan sebuah ekosistem yang digunakan untuk saling menopang antara kegiatan manusia lainnya. Domain pemerintah memiliki fungsi dalam mengatasi dan mengatur melalui regulasi dan undang-undang yang akan memberikan batasan yang mana yang boleh dan tidak boleh dilakukan dalam pemanfaatan alam sebagai destinasi pariwisata. Domain sumber daya alam adalah faktor penting yang merupakan objek yang dijadikan daya tarik pariwisata, dengan kata lain merupakan komponen paling utama dalam menjual daya tarik pariwisata, yang akan

didukung oleh domain sosial. Domain sosial didalamnya terdapat masyarakat dengan adat dan kebudayaan yang menambah makin spesialnya sebuah daya tarik pariwisata. Ketiganya menciptakan daya tarik menarik yang membentuk sebuah domain transdisipiner yang kompleks dan terstruktur.

Sumber daya alam dan lingkungan merupakan barang publik, sehingga keduanya rentan terhadap kegagalan pasar, seperti penggunaan yang berlebihan dan dampak polusi yang ditimbulkan. Setiap individu dapat mengeksploitasi sumber daya ini tanpa menanggung

biaya penuh dari tindakan mereka. Oleh karena itu, pengelolaan yang efektif sering kali membutuhkan intervensi pemerintah termasuk peraturan dan kebijakan untuk mencegah degradasi, serta kerja sama internasional untuk mengatasi isu-isu global seperti perubahan iklim dan hilangnya keanekaragaman hayati. Selain itu, meningkatkan kesadaran masyarakat dan praktik-praktik berkelanjutan sangat penting untuk memastikan bahwa sumber daya lingkungan dapat dilestarikan untuk generasi mendatang dan juga dapat diakses oleh semua orang secara adil.

## Bendera Geng Kito

Oleh Dr. Handito Joewono

Anggota PP ISEI & Kepala Sekolah Ekspor dan Lacorre

Meskipun 'geng' yang satu ini bersepeda motor tetapi tidak termasuk 'geng motor'. Istilah "bendera geng kito" yang dijadikan judul tulisan ini merupakan ucapan spontan seorang mahasiswi dari atas motornya bersama rombongan JJE yang bersiap meninggalkan area kumpul di Jembatan Ampera Palembang menuju area kongkow lain sambil makan malam di pusat kota pempek.

Di pinggiran Sungai Musi tersebut, kami membeli balon bernuansa bebek dengan lampu kerlap-kerlip yang biasa dipakai main anak-anak kecil, dan kami gunakan untuk asesoris foto bersama. Dari 'bendera' yang bukan bendera beneran itu lahirlah kalimat inspiratif "bendera geng kito" saat dikibarkan sebagai 'simbol perjuangan'. Seru dan menyenangkan, dan saya merasa seperti muda lagi bersama para mahasiswa yang masih belia, naik motor rame-rame setelah seharian ngobrol serius tentang ekspor.

JJE atau Jalan Jalan Ekspor merupakan bagian dari program Kampus Merdeka Studi Independen Ekspor di Sekolah Ekspor yang sudah diikuti hampir 5000 mahasiswa pada tiga setengah tahun ini, selain tentu saja pelaku bisnis dan masyarakat umum yang jumlahnya sudah belasan ribu peserta. JJE hybrid kali ini diawali di kampus POLSRI diikuti lebih dari 400 orang yang hampir seratus orang hadir luring dan sebagian diantaranya bermotor ria melanjutkan kebersamaan sampai malam hari.

Kegiatan seperti JJE atau bootcamp merupakan bagian dari upaya kami di Sekolah Ekspor Nasional untuk membangun komunitas eksportir baru berusia muda di seluruh Indonesia. Sehari sebelumnya hampir seratus orang mahasiswa juga berkumpul dua hari di inkubator bisnis Universitas Airlangga dengan menu utama bernyanyi lagu ekspor, dan yang terpenting di era digital masa kini adalah berfoto ria untuk bikin konten dan tetap eksis.

### Community Building

Pimpinan POLSRI tempat kami siang tadi berkumpul sempat senyum dan berkomentar "kok seperti keluarga aja ya" ketika melihat para mahasiswa dan alumni dari berbagai perguruan tinggi yang hadir saling berebut berfoto seru dan terus bernyanyi. Sebenarnya normal

juga setelah satu semester sering berkumpul bersama di zoom, JJE atau bootcamp kemudian terbentuk komunitas. Apalagi mereka punya tujuan bersama menjadi eksportir muda dan diberi beban belajar yang setara dengan 20 SKS, yang di akhir program diadakan acara JJE Internasional. Tentu saja membangun komunitas perlu diprogramkan dengan baik.

Di era perekonomian yang semakin tidak menentu, termasuk karena belum selesainya konflik di berbagai negara dan perseteruan ekonomi Amerika dan China yang semakin meluas; perlu upaya-upaya sistematis membangun komunitas antar negara, antar bangsa, dan tentunya antar umat manusia terutama generasi muda. Pada dasarnya membangun komunitas perlu diawali dengan menyamakan pandangan di masa kini dan masa depan. Di Sekolah Ekspor, kini kami mengangkat tema "export for globe" dengan mengajak diri sendiri dan masyarakat untuk mengembangkan ekspor dalam rangka menjadikan bumi lebih baik. Dan setelah punya pandangan yang sejalan untuk masa kini dan masa depan, Langkah berikutnya adalah menyusun program kebersamaan dengan mengoptimalkan kebiasaan hybrid daring dan luring dalam pelaksanaannya.

Di ISEI, kita bersyukur sudah punya platform berpikir dan bersikap yang sejalan melalui proses dialektika dan dialog yang khas. Maklumlah ketika 100 ekonom berkumpul, maka bisa jadi ada 101 atau lebih pandangan atau gagasan. Ekonom perlu selalu dinamis dan bisa punya pendapat dan gagasan yang banyak, dan ada kalanya perlu 'd disesuaikan' dengan klien atau komunitas yang hendak dipengaruhi.

Saya teringat ketika masih mulai kuliah S3 Ekonomi Pertanian di IPB hampir dua puluh lima tahun lalu mendapat 'teguran' dari dosen makro ekonomi gara-gara membuat paper berjudul "Untung Orang Indonesia Konsumtif". Tentu beliau mengingatkan para calon ekonom baru agar tidak terus mendorong konsumsi masyarakat yang waktu itu kontribusinya mendekati 70 persen GDP. Profesi saya saat itu dan sampai sekarang sebagai konsultan branding dan marketing, sehingga bagian dari tugas saya tentu saja untuk memprovokasi konsumen belanja. Dan ketika dosen saya tadi beberapa tahun kemudian menjadi

pejabat negara dengan salah satu tupoksinya meningkatkan konsumsi masyarakat yang lagi sedang turun, bisa jadi beliau ingat kembali pada paper saya tadi bahwa orang Indonesia yang konsumtif itu ada baiknya loh.

Keberhasilan membangun komunitas akan mempermudah pencapaian tujuan. Warta ISEI yang sedang kita baca ini juga merupakan sarana efektif membangun komunitas. Sesekali boleh juga kita berkumpul tanpa membahas hal pelik yang bikin sakit kepala. Boleh juga ajak ekonom muda atau calon ekonom untuk motoran, agar yang senior merasa tetap muda. Kalau yang senior sudah tidak berani lagi mengendarai motor bisa cukup membonceng yang masih muda, seperti saya kerjakan semalam.

### Identitas Komunitas

Bendera bisa jadi salah satu wujud identitas komunitas, sehingga tidak heran muncul istilah “bendera geng kito’ yang punya makna bendera dari komunitas kita. Tentu saja identitas komunitas tidak selalu berupa barang. Di era digital masa kini, identitas kelompok tergambar dari jejak digital komunitas bersangkutan. Konten digital merupakan menu wajib, dan akan lebih menyenangkan dan merekatkan bila konten digital dihasilkan dari kegiatan luring yang di-daringkan atau didigitalisasi.

kegiatan luring yang di-daringkan atau didigitalisasi. Karenanya kami di Sekolah Ekspor ‘rajin banget’ bikin JJE atau bootcamp sambil bernyanyi lagu ekspor, yang bisa menginspirasi anggota komunitas untuk berbagi foto, suara, tulisan dan video di media sosial komunitas atau pribadi.

Identitas komunitas perlu dirancang agar menghasilkan *public perception* yang solid dan sesuai dengan tujuan komunitas, dan tentu saja haruslah sesuatu yang *live* dan *fun*. Ada kesesuaian antara konsep *community building* dengan *brand building*. Keduanya saling mempengaruhi dan bisa saling memperkuat bila dirancang dengan baik dan benar. Identitas komunitas seperti juga *brand identity* perlu disegarkan dari waktu ke waktu. Di *brand building* kita menyebutnya *brand rejuvenation*. Bagi yang muda tentu pengen tampil muda, begitu juga yang tidak muda lagi perlu *re-branding* diri agar kelihatan lebih muda. Itulah alasan mengapa *re-branding* perlu diprogramkan, yang wujudnya tidak selalu dengan ganti logo atau *tagline*, tetapi bisa juga dengan menyegarkan *brand communication* atau bahkan mengganti *soul of the brand*. Bahkan slogan, *tagline* atau *keyword* seperti “bendera geng kito’ juga tidak perlu segan-segan diganti.

## Solusi Alternatif Overcrowding Karimunjawa melalui Optimalisasi Pulau Panjang

Oleh Dr. Hapsari Ayu Kusumawardhani, S.E., M.E.

Dosen FEB Universitas Diponegoro

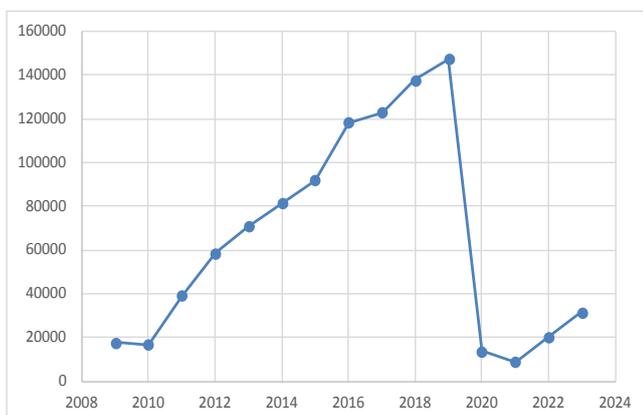
Sejarah singkat pariwisata di Karimunjawa, pada tahun 1980 masih menjadi Pulau yang terisolasi karena terpisah dari Pulau Jawa, kemudian sejak tahun 2004 ada kapal Kartini beroperasi ke Karimunjawa dan sejak saat itu pariwisata di pulau tersebut meningkat dengan pesat, dan pada tahun 2011 sejak ditetapkannya sebagai Kawasan Strategis Nasional (KSPN) di Indonesia berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 5 Tahun 2011. Peraturan ini menegaskan status Karimunjawa dalam peta Pariwisata Nasional serta menempatkan Karimunjawa sebagai prioritas pengembangan dari pariwisata berkelanjutan. Karimunjawa menawarkan keindahan wisata bahari, pantai pasir putih yang eksotis, air yang jernih, terumbu karang yang cantik, keindahan matahari yang terbit dan terbenam, permainan air yang ada di Karimunjawa yang spektakuler menarik minat wisatawan untuk datang ke Karimunjawa. Selain menawarkan wisata yang cantik, peran Karimunjawa juga sebagai kawasan konservasi yang sangat penting. Sebagai satu-satunya Taman Nasional Laut yang ada di pulau Jawa, Karimunjawa memadukan daya tarik pariwisata dengan upaya pelestarian lingkungan, di mana pengunjung dapat menikmati aktivitas seperti *snorkeling*, *diving*, atau menjelajahi ekosistem mangrove sambil turut berkontribusi pada keberlanjutan alam. Sinergi antara pariwisata dan konservasi ini menjadi kunci untuk menjaga keindahan dan keanekaragaman hayati Karimunjawa, memastikan bahwa kawasan ini tetap lestari dan dapat dinikmati oleh generasi mendatang.

Pariwisata di Karimunjawa sejak 2011 dimana ditetapkannya Karimunjawa menjadi KSPN selalu meningkat dengan signifikan. Paling tinggi ada di dipuncaknya pada tahun 2019 sebesar 147.524 wisatawan. Tetapi secara drastis menurun pada tahun 2020 karena terjadi pandemic *covid-19* namun kembali meningkat pada tahun 2022. Hal ini menimbulkan *mass tourism* di Karimunjawa. Promosi luar biasa media sosial adalah kunjungan yang tidak terkendali yang pada akhirnya dapat merusak lingkungan. Tingginya kunjungan wisata ini yang kemudian dapat diantisipasi supaya tidak merusak atau merubah kawasan wisata seperti yang sering terjadi pada beberapa tempat wisata yang viral

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan pada tahun 2023, *Mass tourism* di Karimunjawa, sebuah destinasi wisata bahari di Jawa Tengah, dapat memberikan dampak signifikan terhadap lingkungan dan ekosistemnya. Seperti kerusakan terumbu karang, pencemaran lingkungan, gangguan terhadap kehidupan satwa laut, Eksploitasi Sumber Daya Alam, tekanan infrastruktur lokal. Dimana ini juga termasuk pada deforestasi lahan untuk penginapan dan hotel-hotel.

Salah satu strategi untuk mengurangi dari *mass tourism* yang terjadi di Karimunjawa adalah dengan memberikan wisata alternatif bagi Karimunjawa. Dimana hal ini harapannya dapat membagi beban yang di terima Karimunjawa ke alternatif pariwisata tersebut. Menurut European Union cara menanggulangi *mass tourism* dengan alternatif adalah membuka dan menutup kawasan pariwisata sesuai *seasonal* (berdasarkan musim). Pelaku pariwisata publik dan swasta harus mendorong perubahan dalam distribusi temporal pariwisata melalui insentif yang menarik seperti penawaran musiman yang di berikan diskon, menyelenggarakan acara pada waktu yang tidak terlalu sibuk sepanjang tahun, dan mendorong hal-hal yang menarik lainnya. Namun cara ini perlu dipertimbangkan karena berkaitan dengan perekonomian, pekerjaan dan pendapatan masyarakat warga lokal dan pengusaha-pengusaha yang ada di Karimunjawa. cara yang kedua meningkatkan diversifikasi penawaran tempat wisata dengan menciptakan tempat pariwisata baru untuk

Gambar 1.  
Jumlah wisatawan Karimunjawa dari tahun 2009-2023



Sumber : Dinas Pariwisata Kabupaten Jepara, 2024

Karimunjawa, dimana melakukan optimalisasi pada wisata disekitar Karimunjawa. Pelaku pariwisata publik dan swasta harus mengembangkan dan mempromosikan distribusi spasial pariwisata yang lebih luas. mempromosikan destinasi regional alternatif dan model pariwisata alternatif

Kabupaten Jepara memiliki berbagai jenis obyek wisata, mulai dari wisata yang memiliki nilai historis serta nilai seni yang tinggi, kemudian juga memiliki wisata bahari bahari yang terkenal. Untuk wisata bahari, selain itu di Jepara juga memiliki deretan pantai yang memiliki ciri khas tersendiri, seperti Pantai Kartini, Pantai Bandengan, dan ada juga wisata pulau seperti Karimun Jawa dan Pulau Panjang. Pulau Panjang merupakan salah satu pulau yang ada di Pantai utara Jawa dan masuk dalam kategori pulau kecil. Berlokasi di Kelurahan Ujung Batu di Kelurahan Ujung Batu, Kecamatan Jepara, Provinsi Jawa Tengah. Terletak di sebelah barat Pantai Kartini, Kabupaten Jepara 1,5 mil dari laut. Potensi keanekaragaman hayati membuat Pulau Panjang merupakan salah satu Kawasan wisata bahari di Kabupaten Jepara. Kapal wisata dari Pantai Kartini dan Pantai Bandengan memberikan akses terhadap sarana transportasi wisata bahari Pulau Panjang. Pulau Panjang dipilih sebagai alternative tourism bagi Karimunjawa lokasi strategis Pulau Panjang yang sama-sama berada di Kabupaten Jepara sehingga lokasinya berdekatan dengan pulau Panjang (apabila dari pantai Jepara hanya 15 menit-30 menit), keunikan dan pesona Pulau Panjang (pantai bersih, hutan mangrove, suasana tenang). potensi Pulau Panjang sebagai destinasi wisata alternatif. Selain ombak yang tenang dan pantai pasir putih, Pulau Panjang juga memiliki kawasan snorkelling yang

sedang dikembangkan oleh akademisi, masyarakat umum, pemerintah dan didukung oleh beberapa stakeholder bisnis disana

Manfaat mengalihkan wisatawan ke pulau Panjang diharapkan untuk mengurangi tekanan terhadap ekosistem utama di Karimunjawa, menyebarkan manfaat ekonomi ke area sekitar, meningkatkan daya tarik kawasan dengan destinasi yang lebih beragam. Pengembangan wisata berkelanjutan di Pulau Panjang dengan meningkatkan *value added* dari Pulau Panjang dengan memperhatikan pembangunan infrastruktur yang ramah lingkungan, pelibatan masyarakat lokal dalam pengelolaan wisata, edukasi wisatawan tentang pentingnya menjaga kelestarian alam

Strategi pemasaran pulau panjang meniru Karimunjawa dengan promosi berbasis digital untuk menarik perhatian wisatawan domestik dan internasional, branding Pulau Panjang sebagai destinasi yang eksklusif dan ramah lingkungan, kolaborasi dengan agen perjalanan dan platform wisata online. Harapannya dengan mengandalkan media sosial dan bantuan agen perjalanan maka wisata di Pulau Panjang semakin meningkat. Tentunya pandangan ini memiliki tantangan, diantaranya pulau Panjang yang masih di tahap awal perkembangan dan masih memerlukan banyak perbaikan

Harapan agar Pulau Panjang menjadi contoh sukses destinasi wisata berkelanjutan. Pentingnya kolaborasi semua pihak untuk menjaga keindahan dan keberlanjutan Karimunjawa.

# UMKM Naik Kelas: Menjadikan UMKM sebagai *Close-Loop* Bagi Industri

Oleh Dr. Aviliani

Dosen Institut Keuangan, Perbankan & Informatika Asia Perbanas

Integrasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) ke dalam rantai produksi dan distribusi perusahaan besar melalui pendekatan *closed-loop* merupakan strategi yang menjanjikan untuk meningkatkan daya saing UMKM Indonesia di kancah global. Pendekatan ini tidak hanya memperkuat struktur ekonomi nasional, tetapi juga mendorong UMKM untuk menjadi bagian integral dari rantai nilai global (Global Value Chain/GVC). Belajar dari keberhasilan Tiongkok dalam memberdayakan UMKM mereka, Indonesia dapat mengadopsi kebijakan serupa untuk mencapai tujuan tersebut.

## Peran Strategis UMKM dalam Ekonomi Indonesia

UMKM memainkan peran vital dalam perekonomian Indonesia. Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM berkontribusi sekitar 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap 97% tenaga kerja. Namun, keterlibatan UMKM Indonesia dalam rantai nilai global masih rendah, hanya sekitar 6,3% dari total UMKM yang ada. Angka ini jauh di bawah negara-negara seperti Vietnam, di mana 41% UMKM telah terhubung dengan GVC.

Pendekatan *closed-loop* dalam konteks ini berarti menciptakan siklus tertutup di mana UMKM terlibat langsung dalam proses produksi dan distribusi perusahaan besar. Kolaborasi ini mencakup penyediaan bahan baku, komponen, hingga layanan pendukung lainnya. Dengan demikian, UMKM tidak hanya menjadi pemasok, tetapi juga mitra strategis yang berperan dalam keseluruhan rantai pasokan.

## Lesson Learned Keberhasilan Tiongkok

Tiongkok telah berhasil memberdayakan UMKM mereka hingga menjadi pemain dominan dalam GVC. Beberapa kebijakan kunci yang diterapkan antara lain:

1. Dukungan Keuangan dan Kredit: Pemerintah Tiongkok menyediakan berbagai skema kredit dengan suku bunga rendah dan jaminan kredit untuk UMKM. Selain itu, terdapat komitmen pembiayaan sekitar CNY 10 triliun pada periode 2021-2025, serta dukungan pelatihan dan investasi.
2. Pengurangan Pajak dan Biaya: UMKM dengan penjualan bulanan kurang dari CNY100.000 dibebaskan dari Pajak Pertambahan Nilai (PPN), mengurangi beban finansial dan mendorong pertumbuhan.

3. Peningkatan Akses Pasar: Pemerintah Tiongkok memperluas akses UMKM ke pasar domestik dan internasional melalui partisipasi dalam pameran dagang, bantuan akses platform e-commerce, dan dukungan ekspor.
4. Peningkatan Keterampilan dan Inovasi: Program pelatihan teknis, pendidikan kewirausahaan, dan dukungan riset serta pengembangan diluncurkan untuk meningkatkan kapasitas inovasi UMKM.

Hasilnya, UMKM di Tiongkok mampu berkontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional dan mendominasi GVC di berbagai sektor.

## Studi Kasus di Indonesia: Kemitraan Perusahaan dengan Petani

Di Indonesia sendiri terdapat suatu perusahaan yang berhasil dalam mengajak petani lokal menjadi satu ekosistem dalam bisnis mereka. Melalui dukungan pembiayaan, pendampingan, pelatihan, dan peningkatan keterampilan kepada petani, termasuk penyediaan bibit unggul perusahaan ini berhasil dalam meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi pertanian, tetapi juga meningkatkan pendapatan petani secara signifikan.

Kemitraan ini terbukti memastikan pasokan bahan baku berkualitas tinggi secara berkelanjutan, yang pada gilirannya meningkatkan omzet perusahaan pada komoditas sawit dan agrikultur lainnya. Model kemitraan ini patut direplikasi oleh perusahaan lain melalui pemberian mekanisme CSR yang berkualitas hingga memastikan UMKM yang mereka dukung dapat naik kelas hingga tercipta ekosistem "dibesarkan" dan "membesarkan baik dari sisi UMKM itu sendiri dan perusahaan sehingga terjadi peningkatan produktivitas masyarakat. Model kemitraan ini sejalan dengan semangat Trilogi Pembangunan karena menekankan pada pemerataan pembangunan, berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi, dan menciptakan stabilitas nasional karena komoditas yang dikembangkan salah satunya adalah CPO yang dapat menjadi sumber energi baru terbarukan.

## Pendekatan Klaster dan Rantai Nilai

Pendekatan klaster industri menekankan pentingnya konsentrasi geografis dari perusahaan yang saling

terkait dalam suatu bidang tertentu. Menurut teori ini, kolaborasi antara perusahaan besar dan UMKM dalam suatu klaster dapat meningkatkan efisiensi, inovasi, dan daya saing. Selain itu, teori rantai nilai oleh Michael Porter menekankan bahwa setiap aktivitas dalam rantai produksi menambah nilai, dan integrasi UMKM dalam rantai ini dapat meningkatkan nilai tambah produk secara keseluruhan.

Untuk meningkatkan peran UMKM masuk dalam GVC, Indonesia dapat mempertimbangkan beberapa strategi, yakni:

Pertama, mengembangkan Kebijakan Terpadu dimana menerapkan kebijakan yang mendukung integrasi UMKM ke dalam rantai pasok industri besar, termasuk insentif pajak, kemudahan akses kredit, dan pengurangan birokrasi.

Kedua, melakukan peningkatan dari segi kapasitas dan kualitas: Memberikan pelatihan dan pendampingan

kepada UMKM untuk meningkatkan kualitas produk dan manajemen, sehingga memenuhi standar internasional.

Ketiga, memfasilitasi akses pasar yakni dengan membantu UMKM dalam mengakses pasar global melalui pameran dagang, platform digital, dan kemitraan strategis dengan perusahaan multinasional.

Keempat, Penguatan Infrastruktur Digital yakni dengan mendigitalisasi UMKM untuk meningkatkan efisiensi operasional dan akses ke pasar yang lebih luas dengan infrastruktur digital yang memadai. Terakhir, melakukan kolaborasi dengan perusahaan besar dengan endorng perusahaan besar untuk bermitra dengan UMKM dalam model *closed-loop*, agar UMKM dapat memenuhi syarat "*collateral*" apabila memerlukan dukungan pembiayaan untuk memperbesar skala bisnis maupun ekspansi bisnisnya

## Cita Rasa Kuliner Ekonomi Silver

Oleh Firman Sihol Parningotan, M.Ec.

Sekretaris Eksekutif PP ISEI & Dosen Institut Keuangan, Perbankan & Informatika Asia Perbanas  
Jonathan Ersten Herawan, S.E., CFAP.

Analisis PP ISEI & Mahasiswa Magister Ekonomi Terapan Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya

Siang itu, kami janji makan siang di Kafe Uma Oma di Kawasan Blok M, Jakarta Selatan, tidak jauh dari kantor ISEI. Pada jam makan siang cukup banyak pelanggan antri diluar. Dari luar terlihat tulisan ajakan hangat: *"Hi cucu kesayangan Oma. Rasakan keauntetikan serasa di rumah nenek yang bukan hanya sekedar konsep."* Di balik pintu utama kafe ada seorang Oma yang berdiri siap menyambut pelanggan. Oma dengan hangat mempersilahkan kami antri di di depan kasir untuk memesan menu.



Kafe Uma Oma ini adalah rumah makan khas Indonesia yang mengusung konsep rumahan. Pemilik kafe mempekerjakan lansia untuk menyambut dan ikut melayani pelanggan di lantai 2 dan 3. Ada tiga Oma yang bekerja. Usia mereka 80an tahun. Mereka merasa senang bekerja di kafe ini karena di masa tua nya mereka tetap beraktivitas sekaligus merasakan kehangatan pelanggan seperti cucu atau anaknya.

Dalam beberapa dekade terakhir, dunia mengalami perubahan demografis yang signifikan. Salah satu perubahan paling mencolok adalah meningkatnya jumlah penduduk lanjut usia atau *aging population*. Fenomena ini memunculkan konsep *silver economy*, yaitu aktivitas ekonomi yang berkaitan dengan kebutuhan, kontribusi, dan peluang dari populasi usia lanjut. Secara global, *silver economy* kini menjadi salah satu pilar penting dalam perekonomian. Indonesia, yang dikenal sebagai negara dengan bonus demografi perlahan mulai menghadapi tantangan untuk memberdayakan *silver economy*.

### Meningkatnya Aging Population

Data menunjukkan bahwa pada tahun 2023, sekitar 12% populasi dunia adalah mereka yang berusia di atas 60 tahun. Angka ini diproyeksikan akan terus

meningkat hingga mencapai 22% pada tahun 2050. Di negara-negara maju seperti Jepang, Jerman, dan Korea Selatan, *silver economy* telah menjadi sektor utama yang menopang perekonomian. Pasar barang dan jasa yang dirancang khusus untuk lansia, seperti perawatan kesehatan, layanan asisten pribadi, dan produk teknologi yang ramah lansia terus berkembang pesat.

Di Jepang, misalnya, robot perawat dan teknologi pendukung kehidupan sehari-hari untuk lansia menjadi solusi utama dalam menghadapi populasi menua. Sementara itu, di Eropa, program pelatihan kerja untuk lansia telah banyak diadopsi untuk memastikan mereka tetap produktif di usia senja. Strategi ini tidak hanya mengurangi beban negara dalam hal pensiun dan jaminan sosial, tetapi juga memanfaatkan pengalaman dan keahlian para lansia untuk memperkuat ekonomi.

### Kondisi Silver Economy di Indonesia

Indonesia saat ini berada pada fase transisi demografis. Meski masih menikmati bonus demografi, dengan mayoritas populasi berusia produktif, jumlah lansia juga meningkat setiap tahunnya. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2023, sekitar 10,5% dari total penduduk Indonesia adalah lansia. Angka ini diproyeksikan meningkat menjadi 19,9% pada 2045.

Kondisi lansia di Indonesia cukup kompleks. Banyak lansia menghadapi tantangan ekonomi, seperti kurangnya akses terhadap pekerjaan yang layak, layanan kesehatan, dan kesejahteraan sosial. Dalam konteks ini, *silver economy* di Indonesia belum dimanfaatkan. Padahal, lansia dapat menjadi instrumen yang dapat berkontribusi pada perekonomian nasional.

### Strategi Citarasa Kafe Uma Oma

Contoh nyata bagaimana lansia dapat terus berkontribusi pada ekonomi dapat ditemukan di Kafe Uma Oma di Kawasan Blok M, Jakarta Selatan. Kafe ini menawarkan pengalaman unik, tidak hanya melalui hidangan bernuansa makanan rumahan, tetapi juga dengan pemberdayaan lansia sebagai tenaga kerja utama.



Salah satu sosok inspiratif di kedai ini adalah Oma Rustinah, seorang wanita berusia 82 tahun yang masih aktif bekerja. Dengan semangat yang luar biasa, Oma Rustinah bahkan masih mampu naik ke lantai tiga untuk menjalankan tugasnya. Selain beliau, ada oma lain yang bekerja di kafe tersebut. Kehadiran mereka memberikan pesan kuat bahwa usia tidak harus menjadi penghalang untuk tetap produktif.

Makanan yang disajikan di Kafe Uma Oma adalah masakan otentik rumahan yang sangat menggugah selera dan sangat cocok bagi pekerja rantau yang teringat akan masakan rumahan yang di masak dengan kehangatan cinta. Tidak hanya itu banyak juga cemilan seperti pisang goreng, singkong goreng, dan berbagai minuman herbal lainnya yang menambah kehangatan cinta nenek kepada para cucunya.

Strategi promosi kafe uma oma yang mengutamakan *experience* pelanggan patut diapresiasi karena tak berhenti sampai disitu, sebenarnya kafe Uma Oma juga memberdayakan lansia dan memberi ruang bagi mereka untuk tetap merasa dihargai dan dibutuhkan. Selain itu, keberadaan kedai ini menunjukkan bagaimana lansia dapat menciptakan nilai tambah dalam perekonomian melalui sektor kuliner.

### Peluang *Silver Economy*

Dari sudut pandang ekonomi, *silver economy* dapat menjadi peluang besar jika dikelola dengan baik. Lansia memiliki potensi sebagai konsumen, pekerja, dan bahkan pelaku usaha. Beberapa pendekatan ekonomi yang dapat diterapkan antara lain. *Pertama*, peningkatan akses terhadap pendidikan dan pelatihan. Lansia perlu diberikan akses terhadap pelatihan kerja yang relevan dengan kebutuhan pasar saat ini. Misalnya, pelatihan digital untuk mendukung usaha kecil berbasis teknologi. Dengan cara ini, mereka dapat tetap kompetitif di pasar kerja. *Kedua*, dukungan terhadap UMKM yang memberdayakan lansia. Pemerintah dapat memberikan insentif, seperti keringanan pajak atau subsidi, kepada UMKM yang mempekerjakan lansia. Langkah ini tidak hanya mendukung ekonomi lokal tetapi juga memberikan peluang kerja bagi

populasi usia lanjut. *Ketiga*, pengembangan sektor jasa untuk lansia. Permintaan terhadap jasa seperti perawatan kesehatan, rekreasi, dan layanan personal akan meningkat seiring bertambahnya populasi lansia. Investasi dalam sektor-sektor ini dapat menciptakan lapangan kerja baru sekaligus memenuhi kebutuhan populasi yang menua. *Keempat*, promosi kewirausahaan lansia. Lansia sering memiliki pengetahuan dan keterampilan yang dapat dijadikan dasar untuk memulai bisnis kecil. Pemerintah dapat menyediakan program pendanaan mikro atau pelatihan kewirausahaan khusus untuk lansia. Kelima, pemanfaatan Teknologi untuk lansia. Teknologi seperti aplikasi kesehatan, perangkat pendukung mobilitas, dan platform e-commerce dapat membantu lansia menjalani kehidupan yang lebih produktif. Investasi dalam teknologi ramah lansia harus menjadi prioritas.

### Lansia dan Waktu Luang

*Silver economy* adalah peluang besar yang belum sepenuhnya dimanfaatkan di Indonesia. Dengan pendekatan yang tepat, lansia dapat menjadi motor penggerak ekonomi sekaligus memberikan kontribusi yang signifikan bagi masyarakat. Pengalaman di Kafe Uma Oma menunjukkan bahwa pemberdayaan lansia dapat memberikan dampak positif, baik dari sisi ekonomi maupun sosial.



Pemerintah Indonesia perlu mengambil langkah konkret untuk mendukung *silver economy*, mulai dari meningkatkan pelatihan kerja hingga menciptakan lingkungan kerja yang ramah lansia. Dengan kebijakan yang inklusif dan manusiawi, populasi lansia dapat terus berkontribusi pada pembangunan negara. *Silver economy* bukan sekadar tantangan, tetapi juga peluang emas bagi masa depan Indonesia. Berbagai pihak perlu serius mengembangkan *silver industry* yang didukung dengan kebijakan pemerintah yang mendukung dan mempertahankan produktifitas lansia. Kita berharap jumlah lansia yang semakin banyak seiring dengan tetap berperannya kelompok lansia. Namun, sebaiknya lansia yang masih bekerja bukan karena kesulitan ekonomi, melainkan bertujuan untuk mengisi waktu luang untuk tetap berguna bagi orang lain.

# Pemanfaatan Indikator Kinerja Pembangunan Desa Menuju Indonesia Emas 2045 yang Unggul dan Merata

Oleh Dr. Mulyanto, M.E.

Anggota PP ISEI, Dosen FEB Universitas Sebelas Maret Surakarta & Ketua Bidang Kajian dan Publikasi ISEI Surakarta

Pada tanggal 13 September 2024, telah disahkan Undang-Undang (UU) Nomor 59 Tahun 2024 tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN) Tahun 2025-2045. Dalam UU tersebut telah dinyatakan bahwa Visi Indonesia Emas 2045 pada dasarnya adalah pandangan bangsa Indonesia mengenai keadaan bangsa yang diinginkan pada 100 (seratus) tahun sejak kemerdekaan Bangsa Indonesia, yaitu pada 17 Agustus 1945. Perwujudan cita Indonesia Emas 2045, yaitu sebagai Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI) yang bersatu, berdaulat, maju, dan berkelanjutan.

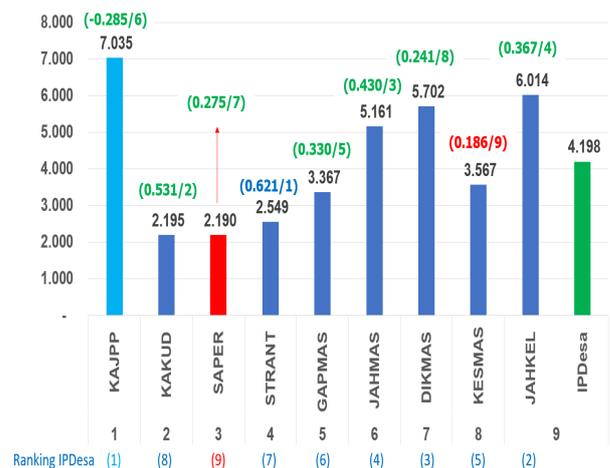
Visi Indonesia Emas 2045 diukur melalui 5 (lima) sasaran visi, yaitu: (i) pendapatan per kapita setara negara maju; (ii) kemiskinan menurun dan ketimpangan berkurang; (iii) kepemimpinan dan pengaruh di dunia internasional meningkat; (iv) daya saing sumber daya manusia (SDM) meningkat; dan (v) intensitas emisi gas rumah kaca menurun menuju emisi nol bersih.

Upaya mencapai Visi Indonesia Emas 2045 dilaksanakan melalui 8 (delapan) Misi Pembangunan, yang dibagi ke dalam 3 (tiga) transformasi Indonesia, 2 (dua) landasan transformasi, dan 3 (tiga) kerangka implementasi transformasi. Tiga kerangka implementasi transformasi Indonesia yang dimaksud, mencakup: (i) transformasi sosial, (ii) transformasi ekonomi, dan (iii) transformasi tata kelola. Sementara 2 (dua) landasan transformasi, mencakup: (i) supremasi hukum, stabilitas, dan kepemimpinan Indonesia; dan (ii) ketahanan sosial budaya dan ekologi. Terakhir, yaitu adanya dukungan terhadap 3 (tiga) kerangka implementasi transformasi, yang mencakup: (i) pembangunan kewilayahan yang merata dan berkeadilan; (ii) sarana dan prasarana yang berkualitas dan ramah lingkungan; serta (iii) kesinambungan pembangunan.

Terkait dengan pembangunan wilayah dan sarana prasarana menuju Indonesia Emas, mencakup di dalamnya adalah segenap upaya untuk mengoptimalkan potensi wilayah; pemerataan sarana prasarana; serta perumusan arah kebijakan pembangunan wilayah yang semakin merata, termasuk di dalamnya upaya ke

arah pembangunan desa dan perdesaan yang semakin membaik, produktif, unggul dan merata.

Tulisan ini secara umum akan mendeskripsikan upaya pemanfaatan ukuran kinerja desa, yang berbasis pada data lapangan yang dapat diformulasikan dan diimplementasikan untuk perumusan kebijakan pembangunan desa yang lebih baik pada masa-masa mendatang. Tiga indikator / ukuran kinerja pembangunan desa yang akan dipaparkan yaitu: (i) Indeks Pembangunan Desa (IPDesa), (ii) Indeks Desa Membangun (IDM), dan (iii) *Sustainable Development Goals* (SDGs) Desa.



Gambar 1

Besaran IPDesa dan Pembentuknya serta Ranking/Peringkat [Bagian Bawah] dan Korelasinya dengan IPDesa [Bagian Atas] dari 391 Desa, 26 Kecamatan di Kabupaten Klaten tahun 2012 (Sumber: Hasil Analisis dengan Program Excel pada 10/12/2024)

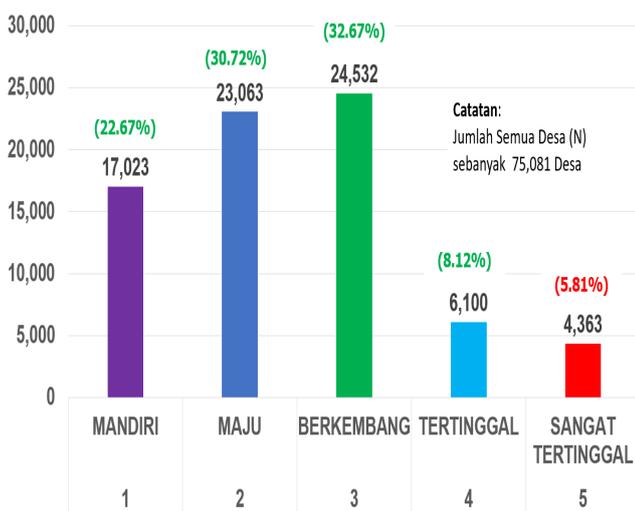
Pertama, **Indeks Pembangunan Desa (IPDesa)**. Pemodelan lengkap IPDesa pernah penulis sampaikan dalam Acara Sidang Pleno ISEI XVII dengan tema: “Pembaharuan Institusi Ekonomi dan Mutu Modal Manusia”, yang telah diselenggarakan di Ternate (Provinsi Maluku Utara) pada tanggal 3-5 September 2014. IPDesa dibentuk dari 9 (sembilan) dimensi / indikator, yaitu: (i) Kapasitas Aparatur dan Jangkauan Pelayanan Publik [KAJPP], (ii) Kekayaan dan Keuangan Desa [KAKUD], (iii) Sarana Perekonomian Desa [SAPER], (iv) Sarana Transportasi dan Telekomunikasi [STRANT], (v) Kelembagaan dan Partisipasi Masyarakat Desa [GAPMAS], (vi) Kesejahteraan Masyarakat [JAHMAS], (vii) Pendidikan

Masyarakat [DIKMAS], (viii) Kesehatan Masyarakat [KESMAS], dan (ix) Kesejahteraan Keluarga [JAHKEL]. Masing-masing dimensi/indikator diturunkan ke dalam suatu variabel yang dapat diukur dari seperangkat data yang tersedia dalam dokumen Kecamatan Dalam Angka yang diterbitkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) di wilayah setempat, yang dalam kasus ini menggunakan sejumlah 391 desa (seluruh desa) yang tersebar di 26 kecamatan di Kabupaten Klaten pada tahun 2012. Hasil simulasi selengkapnya dapat dilihat pada **Gambar 1**.

Kedua, **Indeks Desa Membangun (IDM)**. IDM disusun berdasar pada Peraturan Menteri Desa dan Pembangunan Daerah Tertinggal (Permendes PDTT) Nomor 2 Tahun 2016 tentang Indeks Desa Membangun. Dalam Pasal 3, ayat (1) dari Permendes PDTT telah dinyatakan bahwa IDM merupakan indeks komposit yang terdiri dari: (i) Indeks Ketahanan Sosial (IKS); (ii) Indeks Ketahanan Ekonomi (IKE); dan (iii) Indeks Ketahanan Lingkungan (IKL). Selanjutnya dalam ayat (2) dinyatakan bahwa Indeks Ketahanan Sosial (IKS) terdiri dari dimensi: (a) modal sosial; (b) kesehatan; (c) pendidikan; dan (d) permukiman. Pada ayat (3) dinyatakan bahwa Indeks Ketahanan Ekonomi (IKE) memiliki 1 (satu dimensi) yakni Dimensi Ekonomi. Terakhir pada ayat (4) diterangkan bahwa Indeks Ketahanan Ekologi (IKE) juga memiliki 1 (satu) dimensi yakni Dimensi Ekologi.

berdasar Pasal 5, ayat (1); status kemajuan dan kemandirian Desa yang ditetapkan berdasar Indeks Desa Membangun (IDM) diklasifikasikan ke dalam 5 (lima) status Desa, yakni: (i) Desa Mandiri, atau bisa disebut sebagai Desa Sembada; (ii) Desa Maju, atau bisa disebut sebagai Desa Pra-Sembada; (iii) Desa Berkembang, atau bisa disebut sebagai Desa Madya; (iv) Desa Tertinggal, atau dapat disebut Desa Pra-Madya; dan (v) Desa Sangat Tertinggal, atau dapat disebut Desa Pratama. Hasil perhitungan IDM oleh Kementerian Desa dan Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi (Kemendesa PDTT), selengkapnya dapat dilihat pada **Gambar 2**.

Ketiga, **Sustainable Development Goals (SDGs) Desa**. SDGs Desa berdasarkan Pasal 7 dari Permendes PDTT Nomor 21 Tahun 2020 tentang Pedoman Umum Pembangunan Desa dan Pemberdayaan Masyarakat Desa, terdiri dari 18 (delapan belas) tujuan, yaitu: (1) Desa tanpa kemiskinan; (2) Desa tanpa kelaparan; (3) Desa sehat dan sejahtera; (4) Pendidikan Desa berkualitas; (5) Keterlibatan perempuan Desa; (6) Desa layak air bersih dan sanitasi; (7) Desa berenergi bersih dan terbarukan; (8) Pertumbuhan ekonomi Desa merata; (9) Infrastruktur dan inovasi Desa sesuai kebutuhan; (10) Desa tanpa kesenjangan; (11) Kawasan permukiman Desa aman dan nyaman; (12) Konsumsi dan produksi Desa sadar lingkungan; (13) Desa tanggap perubahan iklim; (14) Desa peduli lingkungan laut; (15) Desa peduli lingkungan darat; (16) Desa damai berkeadilan; (17) Kemitraan untuk Pembangunan Desa; dan (18) Kelembagaan Desa dinamis dan budaya Desa adaptif.

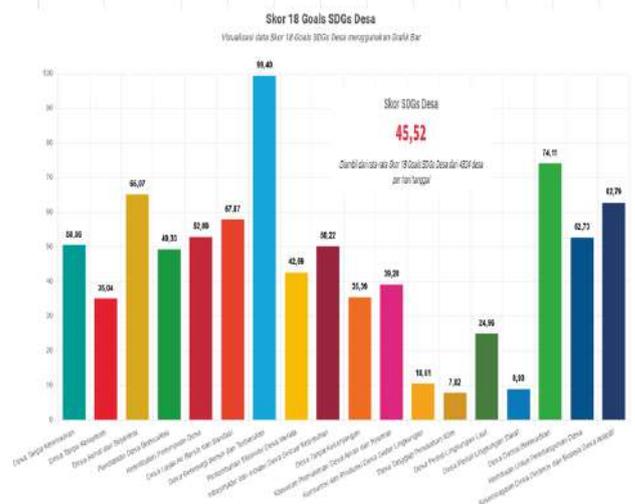


**Gambar 2.**

Status IDM dari Sejumlah 75.081 Desa di Seluruh Provinsi, Kabupaten/Kota, Kecamatan dan Desa di Indonesia pada Tahun 2024

(Sumber: Hasil Analisis dengan Program Excel pada 10/12/2024)

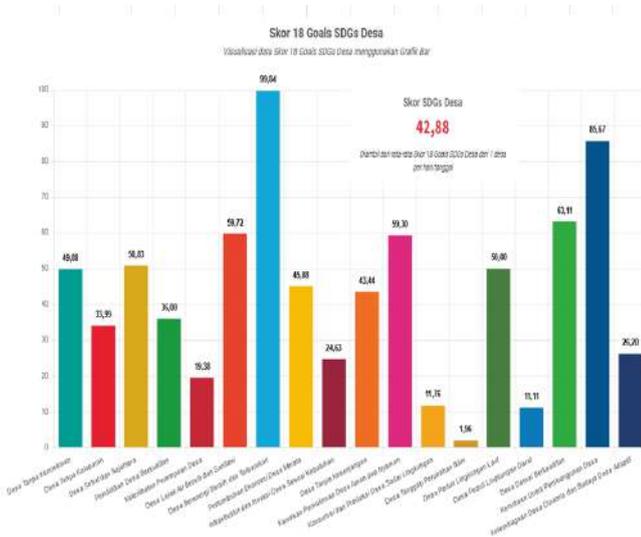
Dari ketiga dimensi tersebut, kemudian diturunkan ke dalam variabel dan indikator yang selengkapnya dapat dilihat pada **Lampiran** dari Permendes PDTT Nomor 2 Tahun 2016. Selanjutnya, dari hasil perhitungan IDM



**Gambar 3.a**

Kinerja SDGs Desa Provinsi Jawa Tengah Tahun 2021 (Sumber: Hasil olah dari web Kemendesa dalam <https://sid.kemendesa.go.id/sdgs>)

Gambaran kinerja pembangunan desa yang diukur dengan besaran SDGs Desa di Provinsi Jawa Tengah pada Tahun 2021, selengkapnya dapat dilihat pada **Gambar 3.a**, sedangkan kinerja SDGs Desa di Desa Jaten, Kecamatan Jaten, Kabupaten Karanganyar, Provinsi Jawa Tengah Tahun 2021, selengkapnya dapat dilihat pada **Gambar 3.b**.



**Gambar 3.b**

Kinerja SDGs Desa di Desa Jaten, Kecamatan Jaten, Kab. Karanganyar, Provinsi Jawa Tengah Tahun 2021 (Sumber: Hasil olah dari web Kemendesdesa dalam <https://sid.kemendesdesa.go.id/sdgs>)

Berdasar atas ketiga ukuran kemajuan pembangunan desa yang telah diuraikan di atas yang mencakup: (i) Indeks Pembangunan Desa (IPDesa), (ii) Indeks Desa Membangun (IDM), dan (iii) *Sustainable Development Goals* (SDGs) Desa; maka serangkaian tindakan dalam menerapkan program pemberdayaan di tingkat desa dapat ditarapkan/dijalankan.

Sebagai contoh ketika IPDesa ingin ditingkatkan melalui jalur Kesejahteraan Masyarakat [KESMAS], maka: (i) Rasio produksi padi terhadap jumlah

penduduk harus terus ditingkatkan, dan (ii) Rasio penduduk miskin terhadap jumlah rumah tangga (kepala keluarga) dikali 100% harus terus diturunkan melalui upaya-upaya yang berdampak terhadap penurunan jumlah orang miskin di suatu desa.

Di lain pihak, jika IDM ingin ditingkatkan melalui jalur peningkatan dalam Indek Ketahan Ekonomi (IKE), maka variabel Keragaman Produksi Masyarakat Desa harus terus ditingkatkan melalui peningkatan jenis-jenis kegiatan ekonomi dan produksi yang dapat diusahakan oleh penduduk / masyarakat setempat yang ada di suatu desa tertentu.

Terakhir, ketika capaian SDGs Desa untuk butir ke-2 yaitu: “Desa tanpa kelaparan”; maka sumber-sumber penghasilan dari produksi padi, palawija [jagung, kacang-kacangan, ubi-ubian, dan sebagainya], dan juga produksi hasil hortikultura [buah-buahan, sayuran, tanaman hias, tanaman obat-obatan, dan sebagainya] harus diupayakan untuk terus meningkat dari waktu ke waktu.

Berdasar serangkaian uraian di atas, maka salah satu upaya untuk mencapai Visi Indonesia Emas 2045, khususnya yang diukur melalui sasaran peningkatan pendapatan per kapita setara negara maju; dan juga upaya penurunan dalam tingkat kemiskinan dan ketimpangan; diharapkan akan terwujud. Oleh karenanya penerapan atas ketiga ukuran kemajuan pembangunan desa yang telah diuraikan secara panjang lebar di atas, menjadi Pekerjaan Rumah (PR) yang besar bagi kita semua untuk ikut menyuksekkannya. Semoga upaya tersebut menjadi bagian dari kontribusi Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia (ISEI) pada masa-masa mendatang.

# Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Indonesia 8%: Pembelajaran dari Beberapa Negara di Asia

Oleh Reza Legina Putri, Siti Aisyah, Syahaban Putra Hajopan, Trian Maulana, & Trincy Nissi

Departemen Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Manajemen, IPB University

Sahara Sahara

Anggota PP ISEI & Guru Besar Departemen Ilmu Ekonomi IPB University & Direktur International Trade Analysis and Policy Studies (ITAPS)

Selama dua dekade terakhir, perekonomian Indonesia mencatat pertumbuhan yang relatif stabil di kisaran 5 persen. Sementara itu, di tingkat global, hanya sedikit negara yang mampu mempertahankan pertumbuhan ekonomi stabil di atas 7% atau 8%. Di kawasan Asia, pencapaian tersebut bahkan lebih terbatas, hanya diraih oleh negara-negara seperti China, Vietnam, dan India. Keberhasilan negara-negara tersebut dalam mendorong pertumbuhan ekonomi sebagian besar didorong oleh kemampuan untuk mengoptimalkan keunggulan komparatif dan kompetitif, termasuk pengelolaan sumber daya, inovasi, dan integrasi ekonomi global. Sebaliknya, meskipun Indonesia memiliki potensi sumber daya alam yang besar, optimalisasi potensi ini belum sepenuhnya terwujud.

Kesenjangan pertumbuhan ekonomi Indonesia dengan negara-negara tersebut menjadi perhatian serius, terutama mengingat target ambisius yang telah ditetapkan oleh presiden terpilih, yaitu mencapai pertumbuhan ekonomi sebesar 8 persen. Target ini tidak hanya mencerminkan harapan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, tetapi juga menjadi elemen kunci dalam mewujudkan Visi Indonesia Emas 2045 sebagai negara maju dengan ekonomi yang stabil dan berkelanjutan.

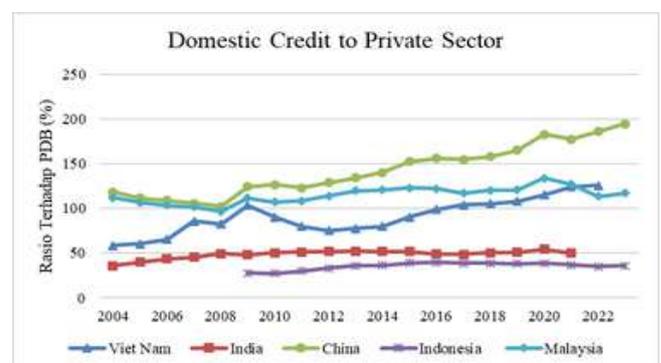
Proyeksi yang dilakukan oleh tim penulis menggunakan metode *Compound Annual Growth Rate* (CAGR) menunjukkan bahwa pertumbuhan ekonomi rata-rata Indonesia hingga tahun 2045 diperkirakan hanya mencapai 5,28 persen per tahun, jauh di bawah target pertumbuhan pemerintah 8%. Untuk menjawab tantangan tersebut, diperlukan strategi dan langkah konkret yang berorientasi pada percepatan pertumbuhan ekonomi secara berkelanjutan.

Tulisan ini bertujuan untuk mengidentifikasi sumber-sumber utama pertumbuhan ekonomi Indonesia dari sisi penawaran (*supply*) dan permintaan (*demand*). Analisis ini dilakukan dengan melakukan benchmarking terhadap negara-negara di Asia yang

pernah mencapai tingkat pertumbuhan ekonomi 7-8 persen, yaitu China, India, Vietnam, dan Malaysia.

## Sumber Pertumbuhan Ekonomi dari Sisi Penawaran: Pembentukan Modal dan Tenaga Kerja

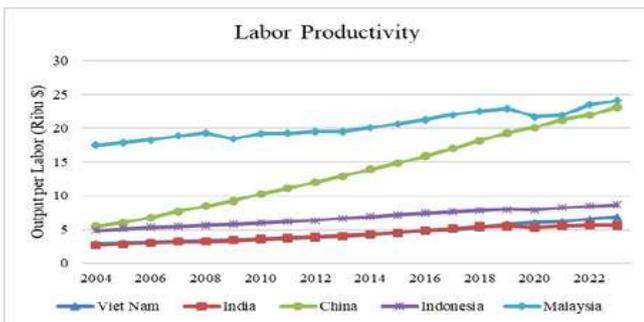
Sumber pertumbuhan dari sisi penawaran (*supply side*), yaitu pembentukan modal (kapital) dan tenaga kerja, memiliki peran yang sangat penting. Dalam hal pembentukan modal, investasi pada barang modal seperti mesin dan bangunan menjadi faktor utama. Besarnya investasi ini dapat diukur melalui rasio kredit yang disalurkan kepada sektor swasta. Berdasarkan analisis perbandingan dengan negara lain, rasio kredit domestik terhadap PDB di Indonesia masih berada pada tingkat rata-rata 35% (Gambar 1). Angka ini jauh lebih rendah dibandingkan dengan China, Malaysia, dan Vietnam, yang masing-masing memiliki rasio sebesar 142,6%; 114,8%; dan 91,2%. Tingginya rasio kredit domestik di negara-negara tersebut berkontribusi pada peningkatan investasi di sektor infrastruktur, bisnis, dan teknologi, yang pada gilirannya dapat mempercepat pertumbuhan ekonomi. Selain itu, peningkatan investasi ini juga mendorong ekspansi bisnis dan menciptakan lebih banyak lapangan kerja.



Gambar 1. Rasio Domestik Kredit terhadap PDB di Indonesia, Vietnam, India, China, dan Malaysia Tahun 2004-2022 (Worldbank, diolah)

Dari sisi tenaga kerja, produktivitas tenaga (*Labor Productivity*) merupakan salah satu sumber pertumbuhan ekonomi yang penting dari sisi supply side. Produktivitas tenaga kerja yang tinggi

memungkinkan suatu negara menghasilkan lebih banyak output dengan sumber daya yang sama. Ini mencerminkan efisiensi dalam penggunaan tenaga kerja dan teknologi, yang memperkuat daya saing ekonomi. Hasil analisis perbandingan menunjukkan bahwa produktivitas tenaga kerja di semua negara yang dianalisis menunjukkan tren yang meningkat termasuk di Indonesia. Namun demikian, produktivitas tenaga kerja Indonesia masih di bawah China dan Vietnam. Pada tahun 2023, China dan Malaysia memiliki nilai produktivitas 2.7 kali lebih tinggi dibandingkan dengan Indonesia.



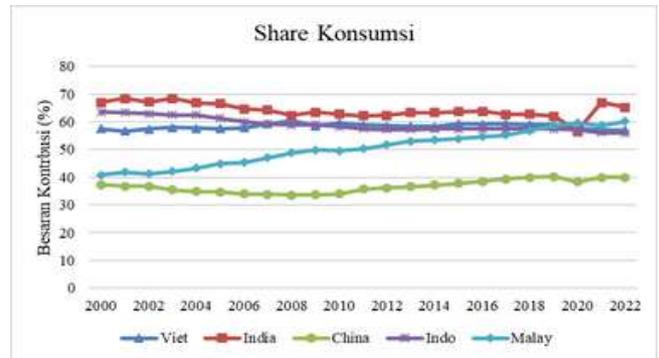
Gambar 2. Produktivitas Tenaga Kerja Indonesia, Vietnam India, China, dan Malaysia Tahun 2004-2022 (Worldbank, diolah)

**Sumber Pertumbuhan dari Sisi Permintaan (Demand Side)**

Dari sisi permintaan, pertumbuhan PDB dapat dianalisis dari pertumbuhan konsumsi rumah tangga (RT), investasi, pengeluaran pemerintah dan net ekspor. Berdasarkan Gambar 3 terlihat bahwa India merupakan negara yang memiliki proporsi konsumsi RT terhadap PDB terbesar di dibandingkan dengan negara lainnya. Indonesia dan Vietnam memiliki proporsi konsumsi yang relatif sama. Di negara Malaysia, proporsi konsumsi RT terhadap PDB menunjukkan kecenderungan meningkat sehingga di akhir-akhir periode *share* konsumsi Malaysia menjadi terbesar kedua setelah India. Fenomena ini mengindikasikan bahwa konsumsi rumah tangga mulai menjadi salah satu pilar penting dalam perekonomian Malaysia. Di China, meskipun konsumsi rumah tangga secara nominal mencapai angka yang terbesar, rasio konsumsi terhadap PDB justru menjadi yang terendah. Hal ini menunjukkan bahwa ekonomi China lebih didorong oleh kegiatan-kegiatan lain seperti investasi dan ekspor.

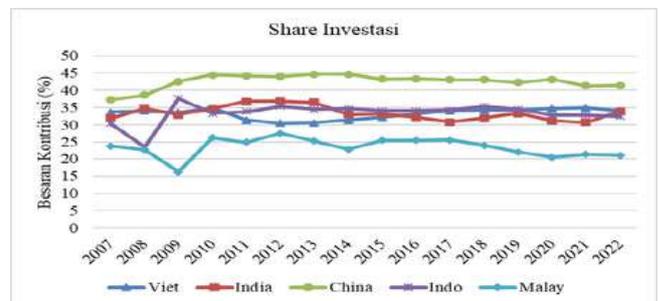
Analisis dari komponen investasi menunjukkan bahwa China menjadi negara dengan investasi paling tinggi baik secara nominal maupun *share* nya terhadap GDP (Gambar 4). Pada periode awal India memiliki *share* investasi tertinggi, kemudian di pertengahan periode

Indonesia menggeser India dan di akhir periode justru Vietnam yang mengalami peningkatan investasi. Sementara itu Malaysia terus berada paling bawah terkait *share* investasi selama periode analisis.



Gambar 3. Share Konsumsi Terhadap PDB 5 Negara Asia Tahun 2000-2022 (CEIC, diolah)

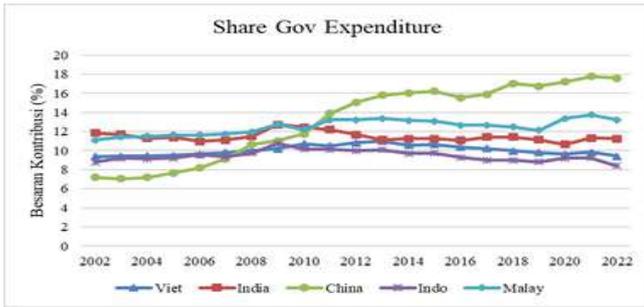
Namun demikian, apabila melihat dari nilai ICOR (*Incremental Capital Output Ratio*) 2008-2022, Indonesia memiliki nilai ICOR paling tinggi yaitu 6.81. Sementara Malaysia memiliki nilai ICOR sebesar 5.40, Vietnam 5.44, China 5.52 dan India 5.56. Nilai ICOR Indonesia sebesar 6.81 menunjukkan bahwa setiap peningkatan Rp 1 output memerlukan Rp 6.81 investasi. Semakin tinggi nilai ICOR, semakin tidak efisien investasi tersebut dalam menghasilkan output.



Gambar 4. Share Investasi Terhadap PDB 5 Negara Asia Tahun 2000-2022 (CEIC, diolah)

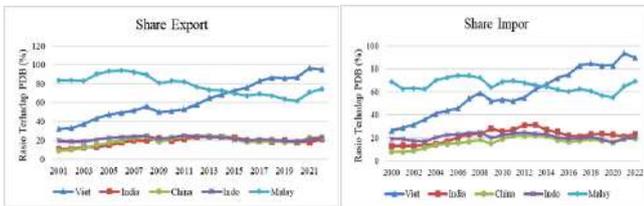
Selanjutnya, dilihat dari sisi pengeluaran pemerintah, pada awal periode, India dan Malaysia menjadi negara yang memiliki *share* pengeluaran pemerintah terhadap PDB yang tertinggi tetapi kemudian disusul oleh China dengan tren yang terus meningkat (Gambar 5). Kondisi ini menunjukkan bahwa secara umum China terus melakukan kebijakan fiskal ekspansif untuk mendorong PDB-nya. Indonesia menjadi negara dengan kontribusi pengeluaran pemerintah terhadap PDB paling kecil.

Dilihat dari sisi ekspor dan impor, berdasarkan hasil analisis terlihat semua negara memiliki tren yang serupa dimana ketika ekspor naik maka nilai impor juga meningkat. Berdasarkan Gambar 6 terlihat bahwa



Gambar 5. Share Pengeluaran Pemerintah Terhadap PDB 5 Negara Asia Tahun 2000-2022 (CEIC, diolah)

share ekspor dan impor terhadap PDB yang paling tinggi adalah Vietnam yang terus meningkat secara progresif dan Malaysia juga memiliki nilai yang tinggi tetapi secara tren relatif menurun. Sementara Indonesia tren ekspor memang meningkat, namun peningkatan nilai ekspor tersebut tidak terlalu signifikan.



Gambar 6. Share Ekspor dan Impor Terhadap PDB 5 Negara Asia Tahun 2000-2022 (CEIC, diolah)

**Implikasi Kebijakan**

Berdasarkan hasil study *comparative* dengan negara-negara yang pernah mencapai pertumbuhan ekonomi 8%, Indonesia perlu mengambil langkah-langkah strategis untuk mencapai tingkat pertumbuhan ekonomi 8%. Salah satu langkah penting adalah mengakselerasi hilirisasi industri, dengan fokus pada pengolahan sumber daya alam menjadi produk bernilai tambah. Hilirisasi berpotensi meningkatkan daya saing Indonesia di pasar internasional, yang tercermin dalam **Economic Complexity Index (ECI)**, sebuah indikator yang mengukur kemampuan negara dalam menghasilkan produk yang lebih kompleks dan bernilai tambah tinggi. Dengan meningkatkan ECI, Indonesia dapat mengembangkan sektor industri yang lebih beragam dan inovatif, yang pada gilirannya akan memperkuat posisi negara di pasar global. Indonesia juga perlu belajar dari negara-negara seperti Vietnam dan Malaysia yang berhasil mengoptimalkan potensi industri hilir mereka.

Untuk meningkatkan efisiensi investasi, Indonesia harus menurunkan nilai ICOR yang saat ini masih tinggi (6.81), dengan mempermudah proses perizinan dan meningkatkan akses kredit bagi sektor swasta. Hal

ini akan mendorong peningkatan investasi dalam sektor-sektor produktif seperti teknologi, energi terbarukan, dan digitalisasi. Di sisi lain, Indonesia perlu meningkatkan produktivitas tenaga kerja melalui pengembangan keterampilan dan adopsi teknologi di sektor pertanian dan manufaktur, yang dapat memperkuat daya saing Indonesia di pasar global.

Meningkatkan belanja pemerintah untuk pembangunan infrastruktur dan mendukung kebijakan fiskal ekspansif juga menjadi hal yang penting. Hal ini dapat meningkatkan multiplier efek terhadap perekonomian, mendorong pertumbuhan di sektor konstruksi, serta mempercepat akses masyarakat terhadap fasilitas dasar. Selain itu, Indonesia harus mengoptimalkan perdagangan domestik dan internasional dengan mengurangi ketergantungan pada ekspor komoditas mentah dan memfokuskan diri pada produk bernilai tambah. Perjanjian perdagangan seperti RCEP harus dimanfaatkan sebaik-baiknya untuk memperluas akses pasar Indonesia.

Penguatan konsumsi rumah tangga juga dapat menjadi pendorong utama pertumbuhan ekonomi terutama dalam jangka pendek. Untuk itu, peningkatan daya beli masyarakat, terutama kelas menengah, perlu dilakukan melalui kebijakan perlindungan sosial dan peningkatan pendapatan. Di sisi lain, Indonesia harus menjaga keseimbangan antara konsumsi dan investasi, agar perekonomian tetap berkelanjutan. Transformasi hijau dan digital juga perlu menjadi prioritas dengan mendorong investasi di sektor energi terbarukan dan teknologi ramah lingkungan, serta mempercepat digitalisasi untuk mendukung efisiensi pasar dan perekonomian digital.

Terakhir, penguatan tata kelola dan koordinasi kebijakan menjadi kunci penting dalam mencapai tujuan tersebut. Pemerintah harus memperkuat koordinasi antara tingkat pusat dan daerah untuk menghindari tumpang tindih regulasi serta meningkatkan transparansi dalam pengelolaan anggaran dan proyek pemerintah. Dengan langkah-langkah ini, Indonesia memiliki potensi besar untuk mewujudkan pertumbuhan ekonomi yang stabil dan berkelanjutan, serta mencapai target 8% per tahun yang diharapkan dalam Visi Indonesia Emas 2045.

# Membangun UMK yang Berdaya Saing di Daerah

Oleh Adinova Fauri

Peneliti Center for Strategic and International Studies (CSIS)

Peranan UMKM yang besar bagi ekonomi Indonesia sudah tidak diragukan lagi. Besarnya sumbangsih dari UMKM terhadap penyerapan tenaga kerja dan kontribusinya terhadap PDB menjadi indikator utama yang menjelaskan hal tersebut.

Di sisi lain, trajektori perkembangan UMKM agar dapat naik kelas masih sulit untuk tercapai. Upaya digitalisasi bagi UMKM paling tidak dalam dua dekade terakhir sempat memberikan angin segar bagi pengembangan UMKM untuk bisa naik kelas. Namun, upaya intervensi melalui digitalisasi pun memiliki keterbatasan karena dua hal.

Pertama, permasalahan struktural yang dihadapi oleh UMKM, seperti keterbatasan sumber daya dan tingkat operasional, menjadi isu yang tidak dapat diselesaikan hanya semata-mata dengan digitalisasi. Kedua, adalah pasar digital yang sudah mulai jenuh dengan makin maraknya *supply* produk tanpa adanya inovasi.

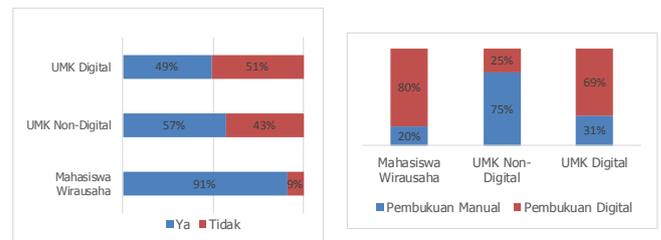
Tulisan ini bertujuan untuk melakukan pemetaan secara lebih komprehensif perihal tantangan yang dialami oleh Usaha Mikro dan Kecil di Indonesia. Dengan menggunakan *framework* OECD (2017), survei pilot pada 450 UMK dilakukan di tiga kota/Kabupaten di Indonesia (Yogyakarta, Surabaya, dan Bandung) untuk melihat isu UMK pada dimensi institusi/kebijakan, akses pasar, sumber daya, dan budaya kewirausahaan.

Dari hasil survei tersebut, kami menemukan bagaimana akses terhadap infrastruktur digital sebenarnya sudah cukup merata, baik untuk usaha yang sudah maupun belum memanfaatkan teknologi digital. Akses yang lebih merata terlihat pada kepemilikan *smartphone* (99% kepemilikan), yang memang semakin memiliki peranan penting dengan kemudahan akses layanan digital. Sementara itu, masih adanya sebagian kecil (9%) dari responden yang belum memiliki akses terhadap internet perlu menjadi perhatian pemerintah. Bagaimanapun, akses terhadap internet merupakan pintu masuk awal dan peluang untuk perluasan akses pasar dan sumber daya lainnya.

Isu kedua yang dapat dicermati lebih jauh adalah berkaitan dengan kemampuan SDM dan

kewirausahaan, utamanya dalam aktivitas pembukuan keuangan usaha. Sangat disayangkan bagaimana masih banyak responden yang tidak melakukan pembukuan keuangan usaha. Padahal, melakukan pembukuan keuangan usaha merupakan salah satu faktor yang dapat membuka peluang mendapatkan pendanaan usaha. Pengetahuan yang minim akan pembukuan keuangan ini menjadi alasan utama dari para pemilik usaha belum melakukan pencatatan. Selain itu, tantangan berikutnya adalah masih banyaknya juga responden yang melakukan pembukuannya secara manual, yang tentunya juga sangat rentan akan kesalahan manusia.

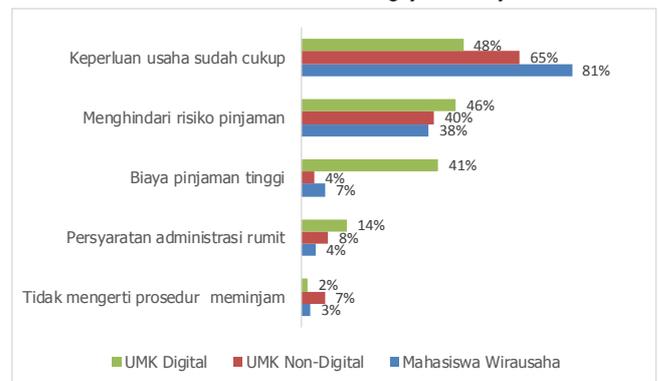
Gambar 1. Tingkat Pembukuan Keuangan Usaha dan Jenis Pembukuan



Sumber: CSIS

Isu berikutnya adalah akses terhadap sumber daya finansial. Program bantuan finansial menjadi program yang paling diharapkan UMK dari pemerintah. Meskipun sudah banyak dari responden yang memiliki akses terhadap produk/layanan perbankan, diperlihatkan dari 90% responden memiliki akun tabungan di bank, hal ini tidak membuat UMK semata-merta memiliki akses permodalan yang terjangkau. Bahkan, sebagian besar dari sampel menyatakan bahwa mereka belum pernah mengajukan pinjaman usaha.

Gambar 2. Alasan Belum Mengajukan Pinjaman



Sumber: CSIS

Tentu saja terdapat beberapa alasan yang mendasari responden belum pernah mengajukan pinjaman.

Tentu saja terdapat beberapa alasan yang mendasari responden belum pernah mengajukan pinjaman. Alasan pertama adalah responden sudah merasa cukup akan kebutuhan finansial usaha sehingga tidak perlu mengajukan pinjaman. Hal ini menjadi temuan menarik karena bertentangan dengan aspirasi utama dari responden yang menginginkan untuk mendapatkan bantuan finansial dari pemerintah.

Sementara, alasan berikutnya yang mendasari responden belum mau mengajukan pinjaman lebih sejalan dengan aspirasi dengan pemerintah tersebut. Risiko pinjaman dan biaya pinjaman tinggi dianggap menjadi alasan berikutnya bagi responden belum mengajukan pinjaman. Salah satu faktor utama dari responden belum mau mengajukan pinjaman adalah karena adanya kekhawatiran dari responden tidak dapat mengembalikan pinjaman, baik karena biaya yang tinggi maupun ketidakpastian dalam dunia usaha. Dalam hal ini, dapat dikatakan bahwa, bantuan finansial tetap menjadi kebutuhan yang utama dari responden. Namun, sumber pendanaan yang terjangkau menjadi opsi yang saat ini lebih dibutuhkan bagi UMK untuk tumbuh.

Terakhir, hasil survei yang dapat dicermati lebih jauh berkaitan dengan dimensi kewirausahaan. Temuan kami memperlihatkan bahwa budaya untuk melihat peluang pasar masih sangat minim. Terjadi *mismatch* antara permintaan dan penawaran dari barang yang dijual di daerah. Seperti misalnya, lima produk utama yang dijual di platform digital tidak merefleksikan produk yang sedang dicari di pasaran. Sehingga, pemenuhan kebutuhan daerah dipasok dari wilayah Jabodetabek. Hal ini juga yang membuat besarnya *gap* nilai dan jumlah transaksi antara wilayah Jakarta dan wilayah lainnya.

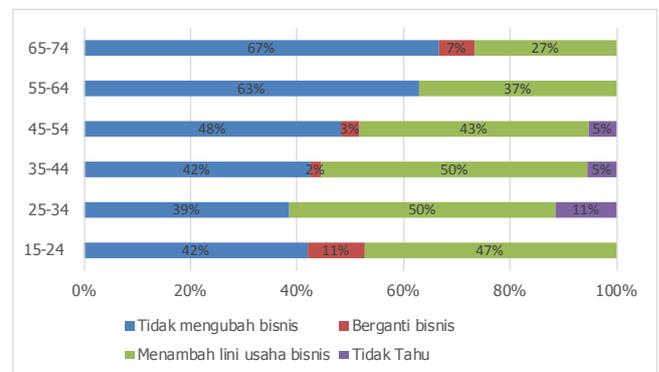
Akses terhadap data dan informasi menjadi salah satu alasan utama terjadinya *mismatch*. Terbatasnya komunitas kewirausahaan di daerah juga memperparah akses akan informasi pasar. Seperti misalnya, hanya 27% sampel saja yang saat ini tergabung dalam komunitas kewirausahaan di daerah. Minimnya sampel yang bergabung pada komunitas maupun lembaga inkubator ini dikarenakan karena memang ketidaktahuan adanya komunitas di wilayah sekitar, serta jumlah dari komunitasnya sendiri yang juga memang masih terbatas.

Meskipun akses terhadap data dan informasi minim, namun penerimaan pemilik UMK akan informasi pasar berbasis data juga memperlihatkan hasil yang mixed. Dari gambar di bawah, memperlihatkan bagaimana

informasi pasar berbasis data tersebut tidak secara langsung dapat mengubah jenis usaha dari pemilik UMK. Kompromi yang dapat dilakukan oleh pemilik UMK hanyalah terbatas pada penambahan lini usaha baru.

Tingkat penerimaan akan informasi baru berbasis data ini juga beragam berdasarkan kategori usia dari pemilik UMK. Proporsi dari pemilik UMK kelompok usia tua lebih banyak yang tidak memberikan respon dari informasi baru tersebut. Hal ini dikarenakan kemampuan untuk memproduksi atau menjual suatu jenis barang sudah lebih tertanam pada kelompok UMK usia tua, sehingga penyesuaian untuk menambah atau bahkan beralih pada produk baru lebih sulit untuk dilakukan.

Gambar 3. Penerimaan Akan Informasi Pasar Berdasarkan Usia



Sumber: CSIS

Dengan melihat kompleksitas isu dari uraian di atas, kami merasa bahwa bauran kebijakan diperlukan untuk dapat mendukung UMK agar lebih berdaya saing dan naik kelas. Pertama, adalah meningkatkan kolaborasi antar pemangku kepentingan, baik dari pemerintah, swasta, serta akademisi. Penggunaan informasi berbasis data yang dimiliki oleh pihak swasta dapat membantu pemerintah untuk mengidentifikasi produk-produk potensial di tiap wilayah. Sehingga, variasi dari produk yang dijual tidak homogen dan dapat disesuaikan dengan permintaan pasar.

Kedua adalah program pendampingan UMK. Tantangan yang dimiliki oleh UMK sangatlah beragam dan bervariasi bergantung dalam kematangan usaha, usia pemilik, dan faktor sosial ekonomi lainnya. Intervensi yang terbatas pada menghubungkan UMK pada dunia digital (*onboarding*) dinilai tidak terlalu tepat, mengingat sudah jenuhnya pasar digital dan sulitnya mendapatkan nilai tambah dari digitalisasi tanpa inovasi produk. Sehingga, program pendampingan pada UMK perlu menasar pada isu struktural yang dapat memperbaiki daya saing UMK kedepannya.

## QRIS di Daerah hingga Kawasan ASEAN

Oleh Yogo Prasetyo

Pegawai Bank Indonesia Provinsi Gorontalo

Dalam konteks transfer uang, sistem pembayaran ibarat jalan tol, berperan sebagai landasan lalu lintas aliran uang dari satu pihak ke pihak lainnya. Kelancaran perpindahan uang dari satu wilayah ke wilayah lain juga menjadi salah satu faktor pendorong pertumbuhan ekonomi sebuah negara.

*The Bussines Time* memperkirakan pada 2030, pasar pembayaran di Asia Tenggara dapat menembus transaksi hingga USD 2 triliun. Tingginya potensi transaksi masa depan bukan tidak mungkin penyelesaiannya masih menggunakan mata uang global. Kondisi ini, menjadi penyebab dari semakin pentingnya koneksi pembayaran kluster ASEAN. Motif lainnya, negara anggota ASEAN sendiri merasa bahwa alat pembayaran lintas negara dengan biaya murah, cepat, terjangkau, dan inklusif merupakan jawaban dari kebutuhan setiap negara pada masa yang akan datang.

Selain itu alat pembayaran lintas negara saat ini bisa jadi sebagai keniscayaan. Mengapa tidak, kemudahan dalam transaksi ritel akan mempercepat putaran roda ekonomi. Aliran uang dari satu negara ke negara lain akan lebih ringkas dan pada gilirannya akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Dari sisi kemudahan, tentunya akan sangat terasa di masyarakat, sebagai contoh ketika wisatawan tanah air sedang berkunjung ke Thailand maka ia tidak perlu repot lagi mencari *money changer*, karena sudah difasilitasi dengan sistem pembayaran yang saling menjangkau.

Kemudahan transaksi *Large Value* ke depan juga perlu ditingkatkan mengingat masih cukup tingginya ketergantungan negara ASEAN terhadap penggunaan dollar AS. Perlu disadari sebenarnya dependensi terhadap dollar AS menyimpan beberapa kerawanan. Salah satunya kerentanan ekonomi kawasan terhadap global shock apabila mata uang global bergejolak. Demi meredam hal tersebut, maka diperlukan langkah diversifikasi berupa optimalisasi penggunaan mata uang lokal (*Local Currency Settlement*), sehingga dalam penyelesaian transaksi di kawasan muncul inovasi baru alih-alih dengan dollar AS.

### Belajar dari Pengalaman

Konektivitas pembayaran antar negara sebenarnya

sudah dicoba oleh Thailand dan Singapura beberapa tahun silam. Mereka berhasil menyambungkan dua *platform* pembayaran digital mewakili masing-masing negara. PromptPay (Thailand) dan PayNow (Singapura) dihubungkan untuk mempermudah proses transfer dana antar kedua negara tersebut.

Dalam dokumen *White Paper PayNow-PromptPay*, keuntungan dari konektivitas bilateral antara Singapura dan Thailand memberikan dampak positif pada perekonomian kedua negara tersebut. Pertama, transfer uang dapat dilakukan melalui *smartphone* oleh siapa saja. Hal ini mempercepat proses karena sebelumnya transfer dana dari Singapura ke Thailand maupun sebaliknya, masih dilakukan dengan metode manual dimana pengirim dan penerima dana harus hadir secara fisik di bank dengan membawa sejumlah dokumen yang diperlukan.

Kedua, dengan adanya konektivitas tersebut mampu memangkas biaya transfer uang antar negara. Sebelumnya pengirim dikenakan rata-rata biaya transaksi 10 persen dari dana yang dibayarkan, saat ini pembayaran dapat dilakukan dengan biaya 150 bath setara 65.000 IDR. Dampak ketiga, adalah meningkatnya efisiensi waktu pengiriman pengiriman uang dari yang sebelumnya membutuhkan waktu tiga hari, sekarang uang dapat sampai ke penerima dalam hitungan detik atau menit.

Pengalaman konektivitas pembayaran pada level yang masif juga dicontohkan oleh perkumpulan negara-negara eropa dengan mengeluarkan mata uang tunggal (euro). Saat ini euro telah digunakan oleh 19 negara anggota Uni Eropa. Selain mengeluarkan mata uang tunggal, mereka juga menerapkan Area Pembayaran Euro Tunggal (SEPA). Banyak negara di dunia kini terus berkolaborasi yang menghilangkan pembatasan dalam pengiriman uang dan membiarkan uang mengalir dengan bebas antar batas negara.

### Proyek Nexus dan Implementasi Cross-Border QR payment

Dalam proposal Masyarakat Ekonomi ASEAN 2025, disebutkan bahwa terciptanya kawasan terpadu dan terintegrasi penuh akan mendukung kesinambungan pertumbuhan ekonomi kawasan yang tinggi dan tangguh.

Kini pembayaran lintas batas di wilayah ASEAN dapat dilakukan dengan menggunakan *Quick Response Indonesia Standard* (QRIS). Sinergitas konektivitas sistem pembayaran antar negara dilakukan oleh Bank Indonesia (BI), dengan Bank Negara Malaysia (BNM), Banko Sentral ng Pilipinas(BSP), *Monetary Authority of Singapore* (MAS), dan *Bank of Thailand* (BoT).

Dalam sebuah keterangan siaran pers, kelima otoritas moneter tersebut akan bekerjasama dengan *Bank for International Settlement* (BIS) dalam peninjauan konektivitas pembayaran melalui Proyek Nexus yang berbasis pembayaran cepat (*Fast Payment*).

Pendalaman dan kajian Proyek Nexus telah sampai pada tahap III yang pelaksanaannya pun sudah dimulai sejak April 2023. Meliputi skema organisasi dan tata kelola, model bisnis dan adopsi komersial, serta teknologi dan operasional konektivitas pembayaran.

#### **Implementasi QRIS di Daerah**

Dalam skala nasional, penggunaan QRIS yang telah mencapai 54,4 juta per oktober 2024 dengan total transaksi tumbuh 226,5 persen secara tahunan. Hal tersebut tak lepas dari kontribusi pengguna QRIS padatiap-tiap daerah di Tanah Air. Menelaah lebih dalam

lagi, untuk wilayah Indonesia timur pertumbuhan transaksi QRIS berada pada nilai 55 juta transaksi. Dalam skala provinsi, Sulawesi Selatan merupakan wilayah yang paling besar dalam penggunaan QRIS dengan 33,5 juta transaksi, diikuti oleh Sulawesi Utara sebesar 5,4 juta transaksi, kemudian Sulawesi Tenggara dengan 3,1 juta transaksi, selanjutnya Papua dengan 2,9 juta transaksi, dan Gorontalo dengan 1,8 juta transaksi.

Berbagai upaya terus dilakukan otoritas sistem pembayaran untuk menjadikan wilayah timur Indonesia menjadi “power house” pertumbuhan transaksi dengan menggunakan QRIS. Beberapa strategi yang diterapkan antara lain dengan melakukan elektronifikasi transaksi Pemerintah Daerah seperti e-tax dan e-retribusi. Langkah lainnya dengan menerapkan digitalisasi bantuan sosial pada realisasi dana desa dan bantuan UMKM. Terakhir dengan kebijakan elektronifikasi transportasi diwujudkan dengan pembayaran tiket transportasi secara online. Semua inovasi ini dilakukan agar QRIS berdampak nyata dalam memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi masyarakat baik di dalam negeri maupun lintas negara.

## Sosialisasi Akreditasi LAMEMBA Bersama ISEI Cabang Manado SULUT dan FEB UNSRAT Manado



Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia (ISEI) Cabang Manado bekerja sama dengan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi (UNSRAT) mengadakan kegiatan “Sosialisasi Akreditasi LAMEMBA terkait Permendikbudristekdikti No. 53 Tahun 2023 untuk Menuju Prodi Terakreditasi Unggul.”

Sosialisasi ini menghadirkan Ketua Dewan Eksekutif Lembaga Akreditasi Mandiri Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi (LAMEMBA), Prof. Dr. Ina Primiana sebagai narasumber. Dan di hadirinya seluruh Dewan Eksekutif Lamemba, diantaranya selain Ketua yang menjadi narasumber adalah Sekretaris Prof. Eddy R. Rasyid, PhD., CA, dan para anggota Prof. Christantius Dwiatmadja, Ph.D., Dr. Ahyar Yuniawan, Prof. Dr. Ria Mardiana Yusuf

Kegiatan dibuka dengan sambutan yang diberikan Dr. Victor P. K. Lengkong, SE., MSi selaku Dekan FEB UNSRAT dan ditutup oleh Joy Elly Tulung, PhD selaku Ketua ISEI Cabang Manado.

Kegiatan ini dihadiri oleh 100 orang anggota ISEI dari berbagai kampus di Sulawesi Utara diantaranya Universitas Sam Ratulangi, Universitas Negeri Manado, Politeknik Negeri Manado, Universitas Klabat (Unklab), Universitas Dumoga Kotabogau (UDK), Universitas Kristen Indonesia Tomohon (UKIT), Universitas Katolik De La Salle, Universitas Pembangunan Indonesia Manado, Universitas Nusantara Manado, Universitas Teknologi Sulawesi Utara, Institut Agama Islam Negeri (IAIN), Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eben Haezar – Manado Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pioneer, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Harapan Kasih, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata (STIEPAR) Manado – Manado, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Dharma – Kotabogau, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sulawesi Utara (STIESU) – Manado, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muhammadiyah Manado – Manado, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Dharma Nusantara – Manado, Sekolah Tinggi Bisnis Manajemen – Bitung.

Oleh: Joy Elly Tulung (Ketua ISEI Cabang Manado)

## Akreditasi LAMEMBA Menuju Prodi Terakreditasi Unggul



Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia (ISEI) Cabang Yogyakarta bekerjasama dengan Lembaga Akreditasi Mandiri Ekonomi Manajemen Bisnis dan Akuntansi (LAMEMBA) menyelenggarakan Sosialisasi Akreditasi LAMEMBA keterkaitannya dengan Permendikbudristek No. 53 Tahun 2023. Kegiatan sosialisasi tersebut dilenggarakan di Kantor Perwakilan Bank Indonesia (KPwBI) DIY (Jumat, 14/12/24). Acara tersebut didukung oleh KPwBI DIY, LLDikti Wilayah V DIY dan Bank BPD DIY.

Hadir dalam sosialisasi tersebut antara lain Didi Achjari (Ketua ISEI Cabang Yogyakarta), Arya Jodilistyo (Plh Kepala KPwBI DIY), Setyabudi Indartono (Kepala LLDikti V DIY) dan Bogat AR (Wakil Ketua ISEI Cabang Yogyakarta). Peserta sosialisasi adalah perwakilan/utusan Prodi Bidang Ekonomi Manajemen Bisnis dan Akuntansi (EMBA) baik PTN/PTS se DIY.

Narasumber sosialisasi adalah Ahyar Yuniawan (Anggota Dewan Eksekutif LAMEMBA) dan bertindak sebagai moderator Bayu Sutikno (Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kemahasiswaan FEB UGM). "Jumlah peserta yang terdaftar sebanyak 98 orang", jelas Y. Sri Susilo (Sekretaris ISEI Cabang Yogyakarta) selaku Koordinator Panitia Pelaksana Sosialisasi.

"Aktivitas Pendidikan Tinggi (PTN/PTS) di DIY memberikan kontribusi yang nyata terhadap pertumbuhan ekonomi", jelas Arya Jodilistyo dalam sambutan selamat datang. Menurut Jodi, kontribusi tersebut dapat dilihat dari rata-rata konsumsi

mahasiswa pendatang yang mencapai sekitar Rp 3 juta/bulan/orang. Jumlah mahasiswa pendatang di DIY mencapai 350 ribu. "Aktivitas konsum mahasiswa tersebut menjadi salah satu motor penggerak pertumbuhan ekonomi di DIY", tegas Jodilistyo.

"Salah satu indikator kualitas atau mutu PT adalah terakreditasi, khususnya terakreditasi Unggul", jelas Setyabudi Indartono yang juga Guru Besar FEB UNY. Selanjutnya Setyabudi menjelaskan bahwa LLDikti Wilayah V secara terus menerus mendorong dan membantu PTS untuk meningkatkan kualitasnya. Kualitas termaksud baik dari sumberdaya manusia, kurikulum dan infrastruktur pendukung. "Kegiatan sosialisasi yang diselenggarakan ISEI Cabang Yogyakarta dan LAMEMBA kami sambut baik dan sangat bermanfaat bagi PTS di wilayah DIY", ungkap Setyabudi.

"Kegiatan sosialisasi ini merupakan salah satu kegiatan ISEI Cabang Yogyakarta untuk membantu PTN/PTS yang sedang dan akan mempersiapkan akreditasi/reakreditasi LAMEMBA", ungkap Didi Achjari yang juga Guru Besar FEB UGM. Selanjutnya Didi berharap acara sosialisasi benar-benar dapat dimanfaatkan oleh PTN/PTS dengan optimal. "Ke depan ISEI Cabang Yogyakarta akan menyelenggarakan kegiatan sejenis yang dapat membantu peningkatan kualitas, khususnya PTS di DIY", jelas Didi (Dekan FEB UGM).

Dalam kesempatan sosialisasi tersebut, Ahyar menekankan pemenuhan syarat peringkat Akreditasi Unggul. “Untuk mencapai Akreditasi Unggul PTN/PTS harus memenuhi sejumlah syarat perlu, seperti yang tercantum pada Tabel 3-DL-9, Tabel 7, Tabel 8-DL9”, ungkap Ahyar yang juga dosen FEB UNDIP. “Saya berharap PTN/PTS memperhatikan syarat perlu tersebut dan menghubungi LAMEMBA jika ada hal yang perlu ditanyakan atau dikonsultasikan”, harap Ahyar Yuniawan.

Peserta sangat antusias untuk bertanya dan mengonfirmasi kepada marasumber dan bahkan ada juga bertanya kepada moderator. Sebanyak 10 peserta yang mengajukan pertanyaan memperoleh bingkisan dari Bank BPD DIY. “Kegiatan sosialisasi ini merupakan salah satu bukti perhatian ISEI Cabang Yogyakarta kepada seluruh anggotanya yang tersebar di PTN/PTS”, jelas Susilo dalam rilisnya kepada media.

Oleh: Y. Sri Susilo (Sekretaris ISEI Cabang Yogyakarta)

## Workshop Experimental Economics: Menavigasi Pengambilan Kebijakan Berbasis Nudge Theory



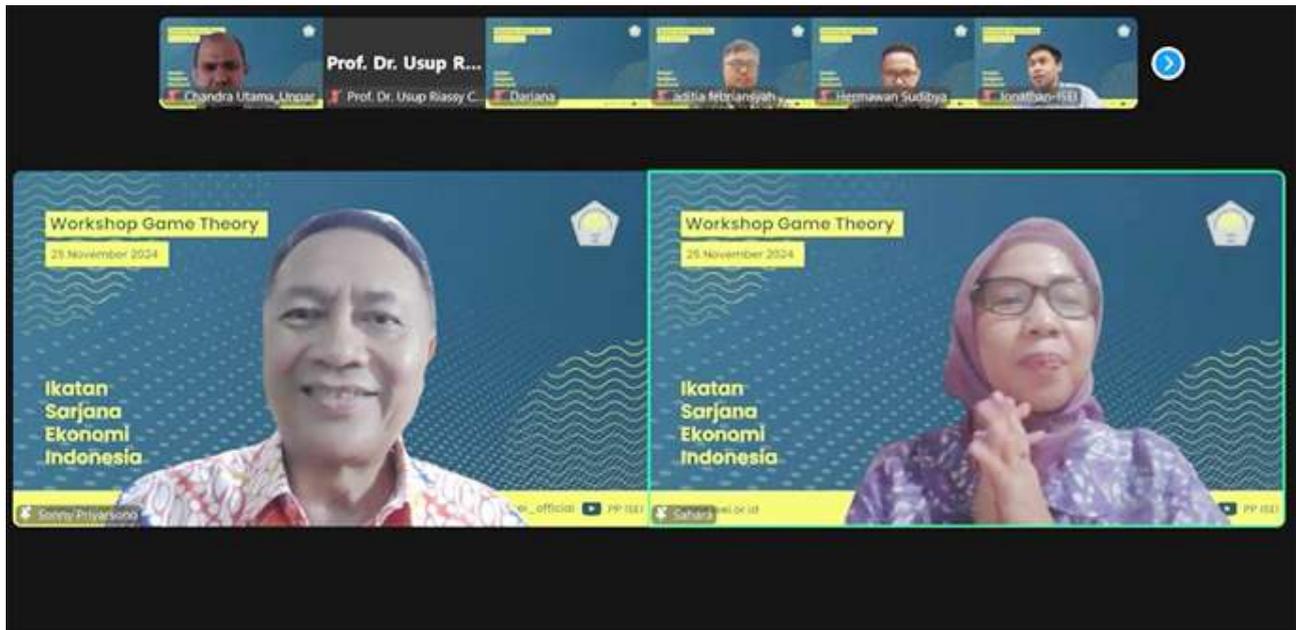
Sekretariat PP ISEI mengadakan kegiatan Workshop Experimental Economics yang mengambil tema “Menavigasi Pengambilan Kebijakan Berbasis Nudge Theory” pada tanggal 08-09 November 2024 di Sekretariat PP ISEI. Kegiatan Workshop ini diisi oleh Prof. Dr. Ir. Bambang Juanda, MS. Yang juga sebagai penulis buku Ekonomi Eksperimental. Kegiatan Workshop yang diselenggarakan selama 2 hari ini diikuti sebanyak 16 orang yang didominasi dari Universitas Lambung Mangkurat.

Workshop yang dibuka oleh Prof. Hermanto Siregar, M.Ec. memberi semangat bagi para peserta mengenai

alat analisis dan topik workshop yang sangat relevan digunakan di tengah kondisi global fragmented. Experimental Economics diharapkan dapat menjadi platform untuk mengembangkan ide-ide kreatif dan inovatif terutama dalam penerapan *Nudge Theory* di Indonesia. Peran ISEI dalam menghadirkan workshop dengan alat analisis terbaru dan topik menarik tentu menjadi relevan untuk menghadirkan peneliti, dosen, mahasiswa, dan stakeholder yang berkualitas terutama bagi para pengambil kebijakan publik di Indonesia.

Oleh: Jonathan Ersten Herawan (Analisis PP ISEI)

## ISEI Online Workshop: Game Theory for Decision Making



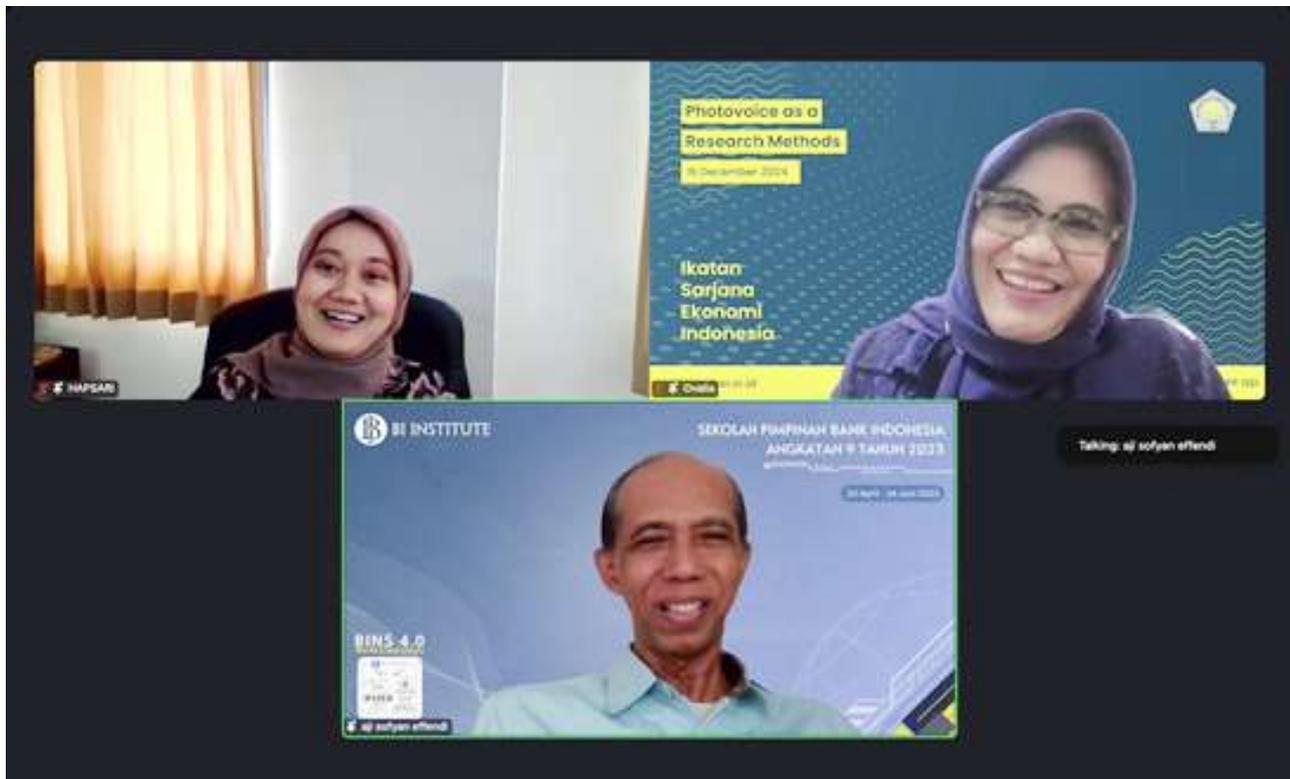
Sekretariat PP ISEI kembali mengadakan Online Workshop pada tanggal 25 November 2024 yang diselenggarakan melalui media Zoom. Kegiatan workshop ini dihadiri oleh 80 orang yang tergabung secara daring dimana menggunakan Game Theory sebagai alat analisis dalam melakukan analisis pengambilan keputusan ekonomi.

Workshop yang diisi oleh Prof. Dominicus Savio Priyarsono, M.Si. yang merupakan guru besar di IPB University menjadi sangat relevan kembali digunakan ditengah kondisi dunia yang dipenuhi brittle, anxious, non-linear, dan incomprehensible (BANI). Berkembangnya komputerisasi, sedikit memudahkan analisis game theory yang sebenarnya sangat relevan untuk menguji interaksi “kesalingtergantungan” dengan terapan yang cukup luas yakni ilmu sosial, ilmu sistem, ilmu komputer, bahkan ilmu hayati.

Maka dari itu, kegiatan yang dimoderasi oleh Prof. Sahara selaku guru besar IPB University dan Direktur ITAPS ini menjadi kembali relevan dan penting dalam menghadirkan pilihan alat analisis ekonomika yang bervariasi dan juga dapat menjadi pilihan dalam pengambilan keputusan bagi para Akademisi, Bisnis, dan Government (ABG).

Oleh: Firman S. Parningotan (Sekretaris Eksekutif PP ISEI)

## ISEI Online Workshop: Analisis Photovoice Pada Studi Kasus Sektor Pariwisata, Kesehatan, dan Lainnya



Pada tanggal 16 Desember 2024, Sekretariat PP ISEI mengadakan Workshop Photovoice yang mengambil studi kasus pada sektor pariwisata, kesehatan, dan lainnya. Photovoice sebagai metode partisipatif dapat memberikan suara kepada komunitas untuk menggambarkan pengalaman dan tantangan yang mereka hadapi. Workshop yang diadakan secara online melalui media Zoom ini memberikan banyak insight baru dan menarik bahwa gambar dalam bentuk foto juga dapat menjadi pilihan alat analisis ekonomika.

Workshop yang dibawakan oleh Ibu Dr. Hapsari Ayu Kusumawardhani, S.E., M.Si yang merupakan dosen dari Universitas Diponegoro ini tergolong masih sangat jarang dan bahkan merupakan pelatihan pertama yang diselenggarakan oleh organisasi profesi ekonomi di Indonesia dimana ISEI mendorong Photovoice sebagai salah satu alat analisis ekonomika yang dapat digunakan bagi Akademisi, Bisnis, dan Government. Kegiatan yang dimoderasi oleh Ibu Ovalia Rukmana, Ph.D. yang merupakan dosen di Perbanas Institute ini menjadi sangat menarik dan diikuti oleh 80 peserta yang didominasi oleh anggota ISEI Cabang seluruh Indonesia.

Oleh: Jonathan Ersten Herawan (Analisis PP ISEI)



# WARTA ISEI

## EDISI FEBRUARI

Warta ISEI merupakan publikasi yang membahas fenomena atau isu hangat, penting, dan perkembangan terkini yang ditulis dalam karya tulis populer.

### Ketentuan Naskah

- Berisi 800-1.000 kata.
- Menggunakan pedoman PUEBI.
- Berbentuk dokumen word dengan font Tahoma, size 12, single-spaced pada kertas bentuk A4 dengan margin halaman 3 cm.
- Dapat melampirkan gambar yang terkait dengan konten naskah.

### Tema Naskah

“Modal Insani Untuk Memajukan Perekonomian Nasional.”

### Pengiriman Naskah

[warta@isei.or.id](mailto:warta@isei.or.id)

**Deadline: 15 Februari 2024**

### Contact Person



+62 821-1273-4541 (Firman S.P.)



@ppisei\_official

### Template Naskah



[bit.ly/publikasiwartaisei](https://bit.ly/publikasiwartaisei)

### Tertarik Beriklan di Warta ISEI?



[bit.ly/MediaOrderWartaisei](https://bit.ly/MediaOrderWartaisei)



Sinergi dan Kolaborasi  
Pusat dan Daerah

# WARTA ISEI

VOLUME 1

NO. 4

DESEMBER 2024



**IKATAN SARJANA EKONOMI INDONESIA**

**Gedung Kantor Pusat ISEI**

Jl. Daksa IV No.9, Jakarta 12110

Telp. : (021) 2277 2577

Fax : (021) 720 1812

Email : [isei.pusat@gmail.com](mailto:isei.pusat@gmail.com)

Instagram : [ppisei\\_official](https://www.instagram.com/ppisei_official)

Linkedin : [Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia](https://www.linkedin.com/company/ikatan-sarjana-ekonomi-indonesia)

<https://isei.or.id/>