

Volume 2 No. 6 | Desember 2025

WARTA ISEI



ISSN 3048-0574



Sinergi dan Kolaborasi Pusat dan Daerah

**Menumbuhkan Ekonomi melalui
Investasi pada Perempuan dalam Bingkai
Matrilineal Minangkabau**

Delfia Tanjung Sari

**Episentrum Piring: Membaca
Ulang Ekonomi Pertanian
sebagai Manifestasi Budaya
Ketahanan Pangan Nasional**

Elfindri & Ofa

**Kultur Pertumbuhan:
Budaya, Data, dan HKI
sebagai Mesin Utama
Transformasi Ekonomi
Indonesia**

Aldrin Herwany

**Spatial Insight for Environmental
Growth Analisis Determinan Kualitas
Lingkungan Hidup**

Iddo Rifqy Nugraha & Sri Utami Zulaikhoh

**Budaya Gotong Royong sebagai
Mesin Penggerak Pertumbuhan
Ekonomi Inklusif di Indonesia**

Hany Bengu

**Merajut Budaya
Pengetahuan dan
Kolaborasi untuk Ekonomi
Sumut yang Berkelanjutan**

Juli Meliza & Wardayani

Growth Culture

**Dinamika Transfer ke
Daerah 2026**

Syahrial Shaddiq

**Menumbuhkan Budaya
Digitalisasi dan Pengaruhnya
Terhadap Transformasi Ekonomi
di Indonesia**

Rizal Paruhuman Lubis

**Budaya Pembelajaran
Organisasi untuk Kinerja
dan Keberlanjutan**

Sri Harini

**Womenpreneur dalam
Desain Kewirausahaan
Nasional: Peluang, Realitas,
dan Tantangan**

Weni Lidya Sukma & Kadir Ruslan

**Cetak Biru Membangun
Kepulauan Strategis
Melalui Budaya Diskusi
dan Kolaborasi yang
Berideologi Pancasila**

Darus Altin

PENERBIT

Bidang Pengembangan Akademik & Riset
Pengurus Pusat ISEI

Pemimpin Umum

Perry Warjiyo

Penanggung Jawab

Solikin M. Juhro

Ketua Dewan Redaksi

Hermanto Siregar

Dewan Editor Ahli

Christantius Dwiatmadja
Suharnomo
Jaka Sriyana
Yohanes B. Kadarusman
M. Firdaus
Sahara

Manajemen Redaksi

Anika Faisal
Lisawati
Aviliani
Yoga Affandi
Antonius Widodo

Redaktur Pelaksana

Firman Sihol Parningotan

Wakil Redaktur Pelaksana

Jonathan Ersten Herawan

Keuangan

Efrilia Sukmagraha

Desain dan Layout

Najmah Faisal
Fabritio Paulus Kumowal

Kantor Redaksi

Achmad Kusnadi
Nuni Purwahyuni
Suswanto
Rudi Rianto

Disclaimer:

Opini, laporan dan informasi yang dimuat dalam majalah ini merupakan pandangan pribadi penulis dan tidak mewakili pandangan resmi redaksi Warta ISEI.

ISEI MENYAPA

Pengantar Redaksi

03

OPINI

Menumbuhkan Ekonomi melalui Investasi pada Perempuan dalam Bingkai Matrilineal Minangkabau
Delfia Tanjung Sari

05

Episentrum Piring: Membaca Ulang Ekonomi Pertanian sebagai Manifestasi Budaya Ketahanan Pangan Nasional
Elfandri & Ofanto

07

Aspek Budaya dalam Pertumbuhan Ekonomi: Merajut Kesejahteraan dari Akar Budaya Lokal
Mulyanto

10

Kultur Pertumbuhan: Budaya, Data, dan HKI sebagai Mesin Utama Transformasi Ekonomi Indonesia
Aldrin Herwany

12

Dinamika Transfer ke Daerah Tahun 2026
Syahrial Shaddiq

15

Cetak Biru Membangun Kepulauan Strategis Melalui Budaya Diskusi dan Kolaborasi yang Berideologi Pancasila
Darus Altin

17

Spatial Insight for Environmental Growth: Analisis Determinan Kualitas Lingkungan Hidup
Iddo Rifay Nugraha dan Sri Utami Zulaikhoh

19

Gotong Royong Inovatif di 3T NTT
Hany Bengu

21

Merajut Budaya Pengetahuan dan Kolaborasi untuk Ekonomi Sumut yang Berkelanjutan
Juli Meliza & Wardayani

23

Womenpreneur dalam Desain Kewirausahaan Nasional: Peluang, Realitas, dan Tantangan
Weni Lidya Sukma dan Kadir Ruslan

25

Menguatkan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal di Kalimantan Utara
Arifai Ilyas

27

Budaya Digitalisasi dan Transformasi Ekonomi di Indonesia
Rizal Paruhuman Lubis

28

Budaya Pembelajaran Organisasi untuk Kinerja dan Keberlanjutan
Sri Harini

30

Ketika Industrialisasi Berpacu dengan Geopolitik: Mampukah Kita Menghindar dari Jurang KKN?
Dinna Prapto Raharja

32

Gig Economy Indonesia: Kesejahteraan atau Ilusi?
Ciplis Gema Qori'ah & Misbahol Yaqin

34

Ulos yang Mengajarkan Cara Bertumbuh
Firman Sihol Parningotan

36

Membangun Ekonomi Berbasis Pengetahuan dan Inovasi Sosial
Haryadi

38

Shrinkflation: Wajah Inflasi yang Tak Terekam Statistik
Dharma Tuah Putra Nasution

40

Sampah Jadi Cuan: Kreativitas Mahasiswa Gen Z Membangun Startup Hijau
Sari Nuzullina Rahmadhani

42

Integrasi Seni Calung dalam Ekosistem Pariwisata Kreatif Kota Tasikmalaya: Peluang Peningkatan Ekonomi Daerah Membangun Startup Hijau
Yusuf Abdullah & Aa Willy Nugraha

44

Ekonomi Kreatif Indonesia melalui Kesuksesan Intellectual Property Tahilalats
Evinsa Injany,

46

Budaya Kerja Tatanan Masyarakat Indonesia Dewasa ini: Suatu Tantangan dan Harapan
Muhammad Findi

49

Masyarakat Pesisir, Budaya dan Ekonomi : Budaya Pesisir sebagai Penggerak Ekonomi Lokal dan Lingkungan Berkelanjutan
Hapsari Ayu Kusumawardhani

51

KEGIATAN ISEI

Talk Show Kewirausahaan Pewaris vs Perintis ISEI Medan dan Universitas IBBI

52

ISEI MEDAN Dan Bank Indonesia Adakan "Sumatra Economic Dialogue"

52

The 48th Federation of ASEAN Economic Association Conference

53

PP ISEI Peduli Bencana Sumatera

54

ISEI MENYAPA



Tema WARTA ISEI edisi ini berangkat dari kesadaran bahwa kemajuan ekonomi dan peradaban modern sangat ditentukan oleh keberadaan *growth culture*. Diyakini budaya pertumbuhan menopang kemajuan ilmu pengetahuan, inovasi, dan kebijakan berbasis bukti. Negara-negara dengan jumlah peraih Nobel tertinggi seperti Amerika Serikat, Inggris, dan Jerman menunjukkan bahwa keunggulan ilmiah bukanlah hasil kebetulan, melainkan buah dari ekosistem yang secara konsisten berinvestasi pada riset dasar, menjamin kebebasan akademik, membangun universitas kelas dunia, serta mendorong kolaborasi ilmiah global dalam kerangka kebijakan jangka panjang.

Dalam budaya pertumbuhan tersebut, ilmu pengetahuan diperlakukan sebagai aset strategis nasional, bukan sekadar pelengkap pembangunan. Pendanaan riset yang stabil dan relatif bebas dari tekanan politik jangka pendek memungkinkan para ilmuwan mengeksplorasi pertanyaan-pertanyaan fundamental, sementara sistem penghargaan terhadap prestasi ilmiah menciptakan efek teladan yang memperkuat budaya keunggulan. Orientasi jangka panjang inilah yang menjadi kunci mengapa ekosistem riset di negara-negara tersebut mampu melahirkan inovasi transformatif dan ilmuwan berkelas dunia. Kesadaran akan pentingnya *growth culture* mendorong Redaksi WARTA ISEI mengangkat tema besar tentang budaya, pengetahuan, data, dan kolaborasi sebagai fondasi transformasi ekonomi Indonesia. Diperlukan reformasi menyeluruh pada pendanaan riset, tata kelola akademik, dan budaya ilmiah. Hal

ini bukan lagi pilihan, melainkan prasyarat strategis untuk memperkuat daya saing ekonomi, meningkatkan kualitas kebijakan publik, serta menyiapkan fondasi bagi kemajuan ilmiah dan pembangunan berkelanjutan di masa depan.

Ragam tema dan pendekatan dalam edisi ini sejatinya membawa satu pesan fundamental: bahwa pembangunan ekonomi merupakan perpaduan antara proses kultural dan institusional. Kemajuan sejati dibentuk oleh nilai-nilai luhur, tata kelola yang akuntabel, serta kapasitas kolektif dalam mengelola pengetahuan. Tanpa dasar budaya ilmiah yang kokoh, kebijakan publik berisiko terjebak pada intuisi pragmatis dan tekanan jangka pendek yang mengorbankan visi strategis jangka Panjang. Kemajuan ekonomi tumbuh dan diuji dalam lanskap budaya, sosial, lingkungan, serta dinamika geopolitik yang semakin kompleks. Misalnya, dari perspektif budaya matrilineal Minangkabau yang menempatkan perempuan sebagai pilar ekonomi keluarga, hingga peran *womenpreneur* dalam desain kewirausahaan nasional. Beberapa artikel lain juga ingin menunjukkan bahwa investasi pada manusia merupakan strategi pembangunan jangka panjang yang krusial. Isu ketahanan pangan dan ekonomi pertanian dibaca ulang melalui kacamata budaya dan sejarah, sebagaimana tergambar dalam pembahasan tentang *episentrum piring*, gotong royong, dan kearifan lokal sebagai manifestasi ketahanan nasional. Dinamika masyarakat pesisir, penguatan ekonomi kreatif berbasis budaya lokal, serta integrasi seni tradisi dalam ekosistem pariwisata kreatif memperlihatkan bahwa budaya bukan penghambat modernisasi, melainkan sumber nilai tambah ekonomi yang nyata.

Beberapa kegiatan ISEI Cabang menjelang akhir tahun juga dilaporkan. Secara khusus, Pengurus Pusat ISEI memberikan dana sosial untuk saudara-saudara kita yang terdampak bencana di Provinsi Aceh, Provinsi Sumatera Utara, dan Provinsi Sumatera Barat. Sebagai bentuk kepedulian nyata, ISEI hadir menyalurkan bantuan cinta kasih untuk membantu percepatan pemulihan sosial-ekonomi di wilayah tertimpa bencana tersebut.

Sebagai bagian dari komitmen untuk terus meningkatkan kualitas dan jangkauan diseminasi gagasan, tahun 2026 WARTA ISEI memasuki Volume 3 dengan penguatan tata kelola publikasi. Mulai tahun depan, WARTA ISEI akan terbit empat kali dalam setahun, yaitu pada bulan Maret, Juni, September, dan Desember. WARTA ISEI akan tetap menghadirkan diskursus ekonomi yang lebih

konsisten, relevan, dan responsif terhadap dinamika nasional maupun global.

Seiring dengan perluasan cakupan dan profesionalisme publikasi, Redaksi WARTA ISEI membuka diri bagi perseorangan, perguruan tinggi, sektor swasta, korporasi, maupun lembaga swadaya masyarakat (LSM) yang ingin berpartisipasi melalui kerja sama publikasi maupun pemasangan iklan. Dengan jangkauan lebih dari 15.000 anggota ISEI yang tersebar di 52 cabang aktif di seluruh Indonesia, WARTA ISEI menjadi medium strategis untuk menyampaikan gagasan, inovasi, dan pesan institusional kepada komunitas ekonomi yang luas dan berpengaruh.

Sebagai pembuka Volume 3, WARTA ISEI Vol. 3 No. 1 yang akan terbit pada Maret 2026, redaksi mengangkat tema “Mikroprudensial sebagai Jangkar Pertumbuhan Ekonomi.” Sebuah topik strategis yang menempatkan kesehatan lembaga keuangan seperti bank dan asuransi serta dana pensiun; pengawasan risiko; perlindungan konsumen dan deposan; dan pencegahan kegagalan lembaga keuangan.

Sebagai penutup, Redaksi berharap WARTA ISEI edisi akhir tahun 2025 ini dapat menjadi kontribusi nyata dalam mendukung keberhasilan agenda pembangunan nasional melalui penguatan kebijakan berbasis bukti (*evidence-based policy*). Kami percaya bahwa sinergi antara pemikiran akademis dan program strategis Pemerintah serta produktivitas pelaku bisnis adalah kunci utama untuk mewujudkan pertumbuhan ekonomi yang inklusif serta berkelanjutan bagi seluruh rakyat Indonesia.

Selamat merayakan Hari Natal Tahun 2025 dan menyongsong Tahun Baru 2026. Semoga Tahun 2026 menjadi tahun pertumbuhan dengan stabilitas yang kuat untuk dinikmati semua!

Salam literasi,

Firman Sihol Parningotan

Redaktur Pelaksana WARTA ISEI



TRANSAKSI DI LUAR NEGERI

DENGAN POKET VALAS DI



**16 MATA UANG
ASING**

**DEBIT/TARIK TUNAI
TANPA KONVERSI KURS**

**TOP UP
VALAS 24/7**

AKTIFKAN SEKARANG

bca.id/poket

#NYAMANNYAMENDUNIA

Opini

Menumbuhkan Ekonomi melalui Investasi pada Perempuan dalam Bingkai Matrilineal Minangkabau

Oleh **Delfia Tanjung Sari**

Dosen Ekonomi Sumber Daya Manusia

Departemen Ekonomi-Universitas Andalas & Pengurus ISEI Padang

Sistem matrilineal Minangkabau di Sumatera Barat menawarkan perspektif unik dalam diskursus ekonomi perempuan. Sistem ini, yang menurunkan harta pusaka (tanah ulayat dan rumah gadang) melalui garis keturunan perempuan, menempatkan perempuan (Bundo Kandung) pada posisi sentral secara sosial dan ekonomi. Artikel ini menganalisis bagaimana investasi pada perempuan Minang, dalam konteks sistem matrilineal, dapat menjadi katalis untuk pertumbuhan ekonomi. Analisis dilakukan dengan meramu tiga pendekatan teori: Teori Pertumbuhan Ekonomi (sebagai outcome), Teori Modal Manusia (sebagai mekanisme), dan Ekonomi Feminis/Perempuan (sebagai perspektif kritis). Kesimpulannya, penguatan kapasitas ekonomi perempuan Minang bukan hanya tentang kesetaraan gender, tetapi merupakan strategi pintu masuk yang efektif untuk memacu pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan, dengan tetap menjaga kelestarian budaya.



Gambar 1. Perempuan Minang saling menguatkan dalam melestarikan budaya

Konvergensi Budaya dan Ekonomi

Masyarakat Minangkabau dikenal dengan falsafah *"adat basandi syarak, syarak basandi Kitabullah"* (adat bersendikan agama, agama bersendikan Al-Quran) dan sistem kekerabatan matrilineal. Dalam sistem ini, perempuan bukanlah kelompok marginal, melainkan *"pemilik sah"* aset produktif utama. Ibu atau Bundo Kandung memegang peran sebagai *"pengelola"* dan *"pemangku adat"* harta pusaka untuk kemaslahatan keluarga besar (Blackwood, 2000). Namun, dalam arus modernisasi dan ekonomi global, posisi strategis ini seringkali belum dimanfaatkan secara optimal untuk pertumbuhan ekonomi makro. Investasi pada perempuan Minang, dengan memahami kerangka budayanya, dapat membuka potensi ekonomi yang sangat besar.

Perempuan sebagai Faktor Produksi yang Unik

Teori pertumbuhan ekonomi klasik (seperti Solow-Swan) menekankan pada akumulasi modal (*capital*) dan tenaga kerja (*labor*) sebagai penggerak pertumbuhan. Dalam konteks Minangkabau, perempuan adalah *"pemilik modal"* (tanah ulayat) dan sekaligus *"tenaga kerja"* utama dalam banyak sektor produktif seperti pertanian, perdagangan, dan kerajinan. Investasi pada perempuan Minang berarti mengoptimalkan penggunaan faktor produksi yang sudah ada. Ketika perempuan diberi akses terhadap teknologi pertanian, manajemen pemasaran modern, dan permodalan untuk mengelola tanah ulayat mereka, produktivitas akan meningkat. Peningkatan produktivitas di

tingkat mikro ini, ketika terakumulasi, akan mendorong pertumbuhan output di tingkat yang lebih luas. Sebagaimana dinyatakan oleh ekonom Esther Duflo (2012), *"Investing in women's economic empowerment is a high-yield strategy, which can boost economic growth and productivity."*

Memperkuat Sang Soko Guru Ekonomi

Teori Modal Manusia (Becker, 1964) menyatakan bahwa investasi pada pengetahuan, keterampilan, dan kesehatan individu (modal manusia) akan meningkatkan produktivitas dan pendapatan mereka. Dalam struktur matrilineal, perempuan adalah *soko guru* (pilar utama) keluarga. Investasi pada pendidikan, pelatihan kewirausahaan, dan kesehatan seorang

Bundo Kandung memiliki efek pengganda (*multiplier effect*) yang sangat besar.

Seorang perempuan Minang yang berpendidikan tinggi dan terampil tidak hanya akan mengelola hartanya dengan lebih produktif, tetapi juga akan mengalokasikan pendapatannya untuk pendidikan anak-anaknya dan kesehatan keluarga. Hal ini menciptakan siklus virtuos peningkatan modal manusia dari generasi ke generasi. Data global dari World Bank (2012) mendukung hal ini: *“When women have more income, they tend to spend it in ways that benefit children’s health, nutrition, and education, leading to long-term economic growth.”* Dalam konteks Minangkabau, budaya *“marantau”* para laki-laki justru membuat peran perempuan sebagai pengelola keuangan dan penentu masa depan anak menjadi semakin krusial.

Mendekonstruksi “Peran Ganda” menjadi “Kekuatan Ganda”

Ekonomi perempuan memberikan perspektif kritis dengan menyoroti pekerjaan domestik dan perawatan (*care work*) yang tidak dibayar, yang seringkali tidak dihitung dalam PDB. Dalam masyarakat Minangkabau, beban ganda ini nyata adanya. Di satu sisi, mereka memiliki tanggung jawab adat untuk mengelola harta, di sisi lain, mereka juga menjalankan peran domestik.

Pendekatan ekonomi perempuan menawarkan solusi: alih-alih melihat peran ganda sebagai beban, kita dapat melihatnya sebagai *“kekuatan ganda”*. Sistem matrilineal sebenarnya telah memberikan fondasi dengan memberikan kontrol atas aset. Yang diperlukan adalah kebijakan dan program yang *“recognize, reduce, and redistribute”* (Mengakui, Mengurangi, dan Mendistribusikan kembali) beban kerja perawatan (UN Women, 2015). Misalnya, dengan menyediakan tempat penitipan anak (PAUD) yang terjangkau dekat dengan sentra industri rumahan, atau teknologi yang meringankan kerja domestik, produktivitas ekonomi perempuan dapat dilepaskan secara lebih maksimal.

Peluang dan Tantangan Kontekstual

Di balik kekhasan sistem matrilineal, terdapat sejumlah peluang strategis untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi yang dipimpin oleh perempuan Minang. Peluang paling fundamental terletak pada kontrol atas aset, dimana perempuan sebagai pemilik sah harta pusaka seperti tanah ulayat memiliki posisi tawar yang kuat. Kepemilikan aset berharga ini memudahkan mereka untuk mengakses permodalan dari lembaga keuangan, karena dapat dijadikan sebagai jaminan yang kredibel. Selain itu, budaya Minang telah menanamkan nilai kewirausahaan yang kuat, yang tercermin dari tradisi *lapau* (warung) yang banyak dikelola



Gambar 2. Perempuan Minang sebagai Kultural – Ekonomi Agent (Koleksi Pribadi)

oleh perempuan. Tradisi ini menjadi batu pijakan alami untuk mengembangkan usaha yang lebih modern dan terukur. Peluang ketiga adalah jaringan sosial yang kuat yang dibangun melalui kekerabatan *suku* dan mekanisme *musyawarah*. Jaringan ini merupakan modal sosial yang berharga yang dapat dimobilisasi untuk membentuk koperasi, usaha bersama, atau sistem pemasaran kolektif, sehingga memperkuat skala ekonomi.

Masyarakat Minangkabau dikenal dengan falsafah “adat basandi syarak, syarak basandi Kitabullah” (adat bersendikan agama, agama bersendikan Al-Quran) dan sistem kekerabatan matrilineal.

Meskipun memiliki peluang yang besar, upaya pemberdayaan ekonomi perempuan Minang juga harus berhadapan dengan beberapa tantangan kontekstual yang kompleks. Tantangan pertama adalah dualisme kewenangan dalam pengelolaan harta pusaka. Walaupun perempuan memiliki hak kelola, keputusan strategis dan inovatif seringkali masih harus melalui persetujuan *penghulu adat* (laki-laki). Dinamika ini dapat memperlambat proses pengambilan keputusan dan menghambat inovasi yang membutuhkan respons cepat. Tantangan kedua adalah kesenjangan akses terhadap inovasi dan pasar. Banyak perajin dan petani perempuan, yang umumnya bergerak di usaha mikro, masih kesulitan menjangkau pasar yang lebih luas dan mengadopsi teknologi terbaru untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas produk mereka. Terakhir, beban ganda yang harus dipikul perempuan Minang tetap menjadi

kendala utama. Tanggung jawab domestik dan peran sebagai pengasuh keluarga yang sangat besar seringkali membatasi waktu, energi, dan kapasitas mereka untuk berpartisipasi penuh dalam kegiatan ekonomi yang lebih produktif dan menuntut komitmen tinggi.

Dengan demikian, sistem matrilineal Minangkabau harus dipandang bukan sebagai reliq masa lalu, melainkan sebagai sebuah *institutional framework* atau kerangka kelembagaan yang hidup dan potensial untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif. Oleh karena itu, investasi yang ditargetkan pada perempuan Minang, yang diwujudkan melalui pendidikan, pelatihan, akses keuangan, dan teknologi, pada hakikatnya adalah investasi pada penggerak utama poros perekonomian keluarga dan masyarakat secara keseluruhan. Untuk mewujudkan hal ini, diperlukan pendekatan yang integratif dan menyeluruh. Pertama, dengan memperkuat modal manusia perempuan melalui pendidikan formal dan non-formal untuk meningkatkan kapasitas dan literasinya. Kedua, dengan memfasilitasi akses keuangan dan teknologi yang memadai guna mengoptimalkan pengelolaan aset budaya, terutama harta pusaka, agar lebih produktif. Ketiga, dengan mendorong terciptanya kebijakan yang mendukung dari pemerintah daerah, yang dirancang khusus untuk meringankan beban ganda perempuan. Dengan tiga langkah strategis ini, potensi besar yang selama ini tertanam dalam sistem matrilineal dapat dilepaskan sepenuhnya. Pada akhirnya, memberdayakan Bundo Kandung tidak lain adalah sama dengan menumbuhkan sebuah perekonomian yang berakar pada kearifan lokal, berkelanjutan, dan berkeadilan bagi seluruh masyarakat.

Opini

Episentrum Piring: Membaca Ulang Ekonomi Pertanian sebagai Manifestasi Budaya Ketahanan Pangan Nasional

Oleh **Elfindri** Professor Ekonomi SDM, Universitas Andalas

Ofanto Mahasiswa Doktor Ilmu Ekonomi & Penerima Beasiswa FEB Universitas Andalas



Di balik geliat pertumbuhan ekonomi dan ambisi besar transformasi pangan nasional, sesungguhnya bersemayam sebuah fondasi yang kerap terlupakan: budaya. Selama ini, pembangunan ekonomi sering dipersempit dalam kerangka produktivitas dan investasi, seolah pertumbuhan hanya lahir dari mesin-mesin industri dan kebijakan fiskal. Padahal, di bawah permukaan statistik dan jargon pembangunan itu, berdenyut nilai-nilai kebersamaan, etika berbagi, dan kearifan lokal yang menopang keberlanjutan ekonomi bangsa.

Menumbuhkan ekonomi, karena itu, bukanlah sekadar soal meningkatkan output atau menyeimbangkan neraca perdagangan, melainkan menumbuhkan cara hidup bagaimana masyarakat menanam, mengolah, berbagi, dan menghargai pangan sebagai bagian dari identitas kolektif.

Ekonomi yang berakar pada budaya tidak hanya menghitung apa yang diproduksi, tetapi juga menggali bagaimana dan untuk siapa sesuatu diproduksi.

Dalam konteks pangan, makna ini menemukan bentuk paling konkret. Dari padi yang tumbuh di tanah sawah, hasil kerja tangan dan doa para petani, hingga nasi yang tersaji di meja makan, setiap butirnya merekam perjalanan panjang yang tidak hanya ekonomis, tetapi juga simbolik. Ia menyimpan kisah tentang gotong royong, kesederhanaan, dan kedaulatan tiga nilai yang membentuk inti budaya pangan Indonesia.

Artikel ini mengajak kita untuk menafsir ulang ekonomi sebagai proyek kebudayaan, untuk melihat bahwa menumbuhkan ekonomi berarti juga menumbuhkan manusia Indonesia itu sendiri: yang bekerja

dengan tangan, berpikir dengan nurani, dan hidup dalam harmoni dengan alam serta sesamanya. Sebab pada akhirnya, ekonomi bukan hanya tentang bagaimana kita menghasilkan, tetapi juga tentang bagaimana kita menghidupi makna dari apa yang kita hasilkan.

Bukan Sekadar Angka: Membongkar Mitos Netralitas Ekonomi dan Akar Nilai Budaya di Balikinya

Ekonomi, sejatinya, tidak pernah netral. Ia tidak tumbuh di ruang hampa, tidak pula beroperasi semata melalui hitungan angka dan rumus rasionalitas. Ekonomi adalah cermin kebudayaan, yang memantulkan sistem nilai, keyakinan, dan relasi sosial yang menghidupinya. Seperti diingatkan oleh Franz Magnis-Suseno (2017), pembangunan ekonomi yang tercerabut dari fondasi budaya pada akhirnya kehilangan arah moral dan makna sosialnya, menjadi mesin pertumbuhan tanpa jiwa, yang berjalan cepat namun tanpa arah.

Dalam konteks Indonesia, kesadaran ini memiliki arti yang lebih dalam. Menumbuhkan ekonomi sejatinya adalah proyek kebudayaan. Ia bukan hanya soal menambah angka PDB atau memperluas lapangan kerja, melainkan juga membangun akar sosial yang kokoh untuk menahan gejolak ketimpangan dan memastikan keberlanjutan antar generasi. Ekonomi yang berakar pada budaya lokal tidak semata menumbuhkan kesejahteraan material, tetapi juga meneguhkan identitas kolektif menjadikan ekonomi kita cerminan karakter bangsa, bukan sekadar hasil transaksi pasar.

Sama halnya dengan pangan. Ketahanan pangan tidak dapat direduksi menjadi angka produksi atau cadangan beras semata. Ia adalah potret dari kapasitas sosial masyarakat untuk saling menanggung risiko, berbagi sumber daya, dan menjaga keadilan

akses terhadap kebutuhan paling dasar manusia: makan. Dalam hal ini, pangan menjadi dimensi kultural dari ekonomi bukan hanya barang yang diproduksi dan dikonsumsi, tetapi simbol relasi sosial yang mengikat masyarakat Indonesia. Dari ritual panen hingga makan bersama, setiap tindakan ekonomi sesungguhnya menyimpan makna sosial yang membentuk rasa kebersamaan.

Namun, data tetap berbicara. Menurut FAO (2024), sekitar 9,8 persen penduduk Indonesia masih menghadapi tingkat **food insecurity** moderat hingga berat. Angka ini memang menurun dari 11,3 persen pada tahun 2021, tetapi masih menandakan adanya kerentanan struktural yang tidak bisa diselesaikan dengan pendekatan ekonomi teknokratis semata. Di balik surplus beras nasional, masih terdapat rumah tangga yang kesulitan memenuhi kebutuhan gizi hariannya. Di balik keberhasilan swasembada, terselip kesenjangan distribusi dan ketimpangan akses antarwilayah.

Fakta ini menuntun kita pada kesimpulan penting: ketahanan pangan adalah bagian dari proyek kebudayaan. Ia memerlukan rekonstruksi nilai, bukan sekadar reformasi kebijakan. Jika ekonomi dijalankan tanpa memperhitungkan makna sosial dari pangan tanpa memperhatikan tradisi gotong royong, etika berbagi, dan rasa syukur terhadap bumi maka keberlanjutan yang dicita-citakan hanya akan menjadi jargon statistik.

Dengan kata lain, ketahanan pangan tidak akan pernah tercapai hanya dengan peningkatan produktivitas. Ia membutuhkan keberanian untuk menata ulang orientasi pembangunan: dari mengejar pertumbuhan menuju menumbuhkan makna; dari menimbun hasil menuju menebar solidaritas. Di situlah letak roh kebudayaan dalam ekonomi pangan Indonesia roh yang menjadikan menanam, memasak, dan

makan bukan sekadar tindakan ekonomi, tetapi pernyataan nilai tentang siapa kita sebagai bangsa.

Ketahanan Pangan: Cermin dari Relasi Sosial, Bukan Sekadar Soal Produksi

Selama ini, perdebatan tentang ketahanan pangan sering berhenti di level produksi: berapa ton beras dipanen, berapa hektare lahan tercetak, atau seberapa besar cadangan beras pemerintah. Padahal, seperti diingatkan oleh Bustanul Arifin (2023), “produktivitas hanyalah permukaan dari persoalan yang jauh lebih dalam: distribusi, akses, dan nilai budaya konsumsi.” Data BPS (2025) menunjukkan bahwa produksi padi Indonesia pada 2024 mencapai 53,1 juta ton gabah kering giling (GKG), meningkat 3,6% dari tahun sebelumnya. Namun, peningkatan ini tidak sejalan dengan kenaikan Indeks Ketahanan Pangan (IKP) nasional yang hanya naik dari 81,9 menjadi 82,3 (Badan Pangan Nasional, 2024).

Kenaikan produksi yang tidak signifikan terhadap peningkatan IKP menunjukkan bahwa pangan bukan sekadar soal kuantitas, tetapi kualitas distribusi dan solidaritas sosial. Akses, perilaku konsumsi, serta nilai budaya masyarakat memainkan peran besar dalam menentukan apakah peningkatan produksi benar-benar berarti peningkatan kesejahteraan.

Negara dengan surplus produksi pun bisa tetap mengalami krisis pangan bila terjadi erosi nilai-nilai sosial ketika pangan lebih dilihat sebagai komoditas pasar ketimbang hak sosial. Dengan kata lain, ketahanan pangan adalah refleksi dari relasi sosial kita: seberapa kuat jaringan kepercayaan, gotong royong, dan rasa kebersamaan yang menopang ekonomi pangan itu sendiri.

Pangan Sebagai Jati Diri: Merajut Ulang Rantai Budaya di Balik Ekonomi Pangan Indonesia

Dalam kebudayaan Indonesia, pangan bukan sekadar bahan bakar tubuh, tetapi sarana membangun hubungan sosial. Upacara panen, kenduri, atau tumpengan tidak hanya ritual agraris, tetapi perayaan kebersamaan dan rasa syukur. Pangan, dalam konteks ini, adalah bahasa sosial yang menyatukan masyarakat.

Namun, modernisasi ekonomi yang terlalu fokus pada efisiensi sering memisahkan ekonomi dari akar budayanya. Koentjaraningrat (1974) mengingatkan, modernisasi seharusnya tidak memutus tradisi, melainkan menafsir ulang nilai-nilai lama agar relevan dengan konteks baru.

Maka, “ekonomi pangan modern” seharusnya bukan tentang menggantikan tradisi, tetapi memperbaruinya menjadikan gotong royong sebagai prinsip manajemen rantai pasok, dan menjadikan keberlanjutan sebagai nilai dalam konsumsi.



Gambar 2. Ilustrasi Siklus Budaya Pangan Indonesia (Nilai inti: Gotong royong, Kesederhanaan, Syukur)

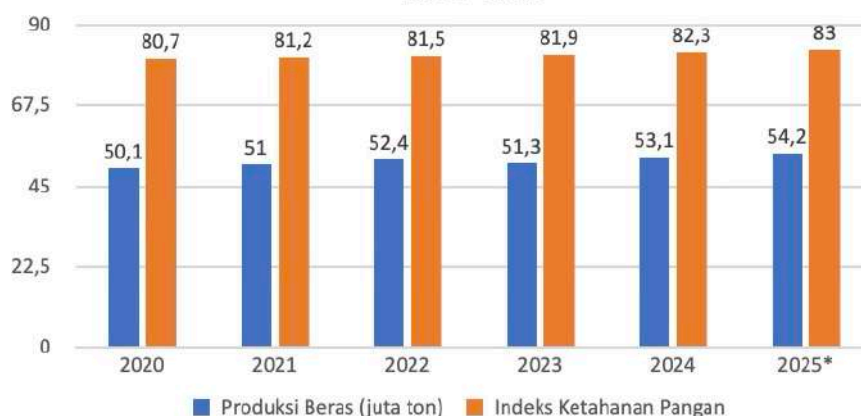
Siklus ini menggambarkan bahwa setiap tahap ekonomi pangan dari sawah hingga meja makan bukan hanya kegiatan ekonomi, tetapi juga proses pembentukan karakter bangsa.

Ketika nilai-nilai seperti kebersamaan, kesederhanaan, dan rasa syukur terinternalisasi dalam praktik ekonomi, maka ketahanan pangan menjadi lebih dari sekadar stabilitas pasokan: ia menjadi kekuatan moral masyarakat.

Modernisasi Tanpa Deradikalisasi Budaya: Menyandingkan Inovasi dan Tradisi

Tidak ada yang salah dengan modernisasi. Teknologi digital, drone farming, dan sistem logistik cerdas adalah bagian dari masa depan. Tetapi, modernisasi yang

Produksi Beras dan Indeks Ketahanan Pangan Indonesia 2020–2025



Gambar 1. Produksi Beras dan Indeks Ketahanan Pangan Indonesia 2020-2025 (Simulasi Data BPS & Badan Pangan Nasional)



Gambar 3. Peta Indeks Ketahanan & Kerentanan Pangan Provinsi di Indonesia Tahun 2024
Sumber: <https://fsva.badanpangan.go.id/>

tidak berdialog dengan budaya lokal akan menciptakan alienasi.

Program *smart farming* misalnya, akan sulit berkelanjutan bila tidak memperhitungkan cara petani berinteraksi dengan tanah dan musim. Sementara sistem pangan digital akan gagal bila tidak memperhatikan struktur sosial pedesaan yang masih bergantung pada hubungan kepercayaan, arisan hasil, dan gotong royong.

Menurut FAO (2023), negara-negara dengan *food policy* berbasis budaya seperti Jepang dan Korea Selatan memiliki *Food System Resilience Index* tertinggi di Asia. Keduanya sukses bukan hanya karena teknologi, tetapi karena mereka mengintegrasikan modernitas dengan tradisi kuliner dan etika konsumsi lokal.

Indonesia dapat mengambil pelajaran serupa. Inovasi digital perlu diikat dengan nilai kemandirian dan kebersamaan. Sebagaimana dikatakan Emil Salim (2022), “Kedaulatan ekonomi bukan berarti menutup diri, melainkan menegaskan kaki di tanah nilai kita sendiri.” Modernisasi sejati bukan berarti meninggalkan tradisi, tetapi mengangkat tradisi menjadi kekuatan adaptif dalam menghadapi globalisasi.

Kedaulatan Pangan sebagai Kedaulatan Budaya: Jalan Menuju Resiliensi Bangsa

Badan Pangan Nasional (2024) menunjukkan ketimpangan nyata dalam Indeks Ketahanan Pangan (IKP) antarwilayah: Provinsi seperti Bali (87,6) dan Jawa Tengah (84,8) termasuk dalam kategori sangat tahan, sementara NTT (73,5) dan Papua Barat (71,9) masih tergolong rentan.

Daerah dengan ketahanan tinggi umumnya memiliki tradisi pangan lokal kuat dan sistem komunitas yang aktif menjaga akses pangan lintas musim. Sebaliknya, wilayah dengan skor rendah sering kali mengalami disrupsi budaya konsumsi akibat urbanisasi dan ketergantungan pasar eksternal

Pola ini menegaskan bahwa ketahanan pangan adalah refleksi dari kekuatan budaya lokal. Kedaulatan pangan sejati bukan semata tentang ketersediaan pangan nasional, melainkan tentang kemampuan masyarakat mengatur dan memaknai pangan sesuai nilai mereka sendiri. Ketika masyarakat berdaulat atas pangan, mereka juga berdaulat atas masa depannya. Kedaulatan budaya, dengan demikian, adalah pondasi resiliensi ekonomi jangka Panjang.

Ekonomi Berjiwa Nusantara: Membangun Lingkaran Kemandirian Berbasis Karakter Indonesia

Pada akhirnya, membangun ekonomi pangan berarti memulihkan roh kebudayaan dalam sistem ekonomi. Pertumbuhan yang berkelanjutan tidak akan lahir dari logika pasar semata, tetapi dari logika nilai dari kesadaran bahwa setiap butir padi menyimpan kerja, doa, dan harapan jutaan manusia.

Adalah sebuah keniscayaan bahwa bangsa yang abai terhadap akar makanannya, sesungguhnya sedang terombang-ambing dalam kehilangan orientasi kolektif terhadap eksistensi dirinya. Dalam pusaran globalisasi pangan dan budaya konsumsi cepat saji yang kian mendominasi, pemahaman ini bukan lagi sekadar refleksi filosofis, melainkan sebuah seruan mendesak untuk reorientasi jati diri.

Menumbuhkan ekonomi berarti menumbuhkan nilai: menghormati tanah, menghargai petani, dan mensyukuri makanan yang tersaji di meja.

Dalam kerangka ini, ekonomi bukan sekadar mekanisme pasar, tetapi narasi kebangsaan cara kita membangun keadilan, memperkuat identitas, dan menghidupkan solidaritas.

Maka, cukuplah kita tegaskan:

“Dari padi yang ditanam dengan cinta hingga nasi yang disantap dengan Syukur, di situlah, dan hanya di situlah, Ekonomi Nusantara menemukan rohnya yang sejati”



Aspek Budaya dalam Pertumbuhan Ekonomi: Merajut Kesejahteraan dari Akar Budaya Lokal

Oleh **Dr. Mulyanto, ME**

Dosen di FEB Universitas Sebelas Maret (UNS) Surakarta, Ketua Bidang Kajian dan Publikasi ISEI Surakarta & Pengurus Pusat ISEI Bidang V



Pembangunan ekonomi seringkali diukur dengan sederetan angka-angka indikator makroekonomi, seperti: pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) atau Produk Domestik Regional Bruto (PDRB), besaran investasi domestik (Penanaman Modal Dalam Negeri (PMDN)) maupun asing (Penanaman Modal Asing (PMA)), fluktuasi indeks harga-harga saham, tingkat inflasi, suku bunga, nilai tukar, kesempatan kerja, tingkat pengangguran, tingkat kemiskinan, dan serangkaian indikator pendukung lainnya. Ilustrasi data tingkat kemiskinan (dalam persen), tingkat pengangguran (dalam persen), tingkat ketimpangan (indeks/rasio Gini), dan kontribusi terhadap PDB (dalam persen) di Kawasan Barat Indonesia (KBI) dan Kawasan Timur Indonesia (KTI) selengkapnya dapat dilihat pada **Gambar 1**.

Di balik deretan angka-angka statistik tersebut, terdapat sebuah dimensi krusial yang kerap terabaikan, yaitu 'aspek budaya'. Kata 'budaya' yang terselip dalam kata 'pertumbuhan ekonomi' mengajak kita semua untuk merenungkan bahwa pertumbuhan ekonomi yang sejati, yang berkelanjutan dan inklusif, tidak bisa

dilepaskan dari nilai-nilai dan akar budaya lokal, identitas, dan kearifan lokal yang ada di masyarakat setempat.

Budaya, dalam konteks pertumbuhan ekonomi bukan hanya sekedar sebagai

kata pelengkap, melainkan harus dijadikan sebagai dasar pijakan / fondasi dan sekaligus sebagai motor penggerak dalam menumbuhkan aktivitas ekonomi di masyarakat. Aspek budaya yang masuk ke dalam ranah pertumbuhan ekonomi, diharapkan akan memiliki potensi besar dalam menciptakan lapangan usaha, mendorong tumbuhnya sektor pariwisata, dan mampu mendukung dan menginspirasi terciptanya produk-produk kreatif yang berdaya saing tinggi.

Terintegrasinya aspek budaya sebagai lokomotif perekonomian nasional, mempunyai makna bahwa nilai-nilai budaya akan dijadikan pertimbangan sebagai pendorong ekonomi nasional. Hal ini berarti bahwa nilai-nilai, tradisi, dan ekspresi artistik suatu masyarakat dapat diubah menjadi modal ekonomi yang produktif. Dalam kondisi yang demikian, maka akan terjadi pergeseran paradigma dari sekadar melihat budaya sebagai objek pelestarian, menjadi subjek dan nilai-nilai budaya yang melekat (inheren) dalam setiap proses



Gambar 1. Tingkat Kemiskinan, Tingkat Pengangguran, Tingkat Ketimpangan, dan Kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Berdasar Kawasan di Indonesia Tahun 2005-2022 (Bappenas 2025. Lampiran UU Nomor 59 Tahun 2024 tentang RPJPN Tahun 2025-2045 (Grafik 1.1.3), hal.5)

pembangunan, sejak dari perencanaan, pelaksanaan, sampai ke sistem evaluasi dalam pencapaian hasil-hasil atau sasaran pembangunan.

Pariwisata Berbasis Budaya

Salah satu manifestasi paling nyata dari budaya sebagai pendorong ekonomi adalah pembenahan pembangunan di sektor pariwisata. Indonesia, dengan kekayaan nilai budaya yang tak terhingga (baik dari sisi jumlah maupun jenisnya), memiliki potensi yang luar biasa untuk dikembangkan pada saat ini dan pada masa-masa mendatang. Berbagai kegiatan dalam wujud festival adat yang megah, seni pertunjukan tradisional yang memukau, dan kerajinan tangan yang unik adalah daya tarik yang kuat bagi para penggemar wisata.

Ketika wisatawan datang untuk menikmati kekayaan pariwisata budaya (baik dari domestik maupun mancanegara), mereka tidak hanya sekedar menyaksikan keindahan, tetapi juga dapat menggerakkan roda perekonomian lokal. Peningkatan kunjungan wisatawan secara langsung akan berkontribusi pada peningkatan pendapatan daerah, terutama untuk pos Pendapatan Asli Daerah (PAD), melalui jalur hotel/penginapan (Pajak Hotel & Pajak Restoran), makanan/kuliner (Pajak/Retribusi Parkir), transportasi, dan pembelian terhadap produk-produk unggulan daerah/ souvenir. Pariwisata yang berbasis budaya juga telah mampu mendorong dalam pelestarian situs-situs bersejarah dan tradisi yang mungkin akan terancam punah jika tidak dipelihara dengan baik. Peninggalan budaya ini menjadi terpelihara, karena ada insentif ekonomi untuk menjaganya dari hasil pendapatan yang diperoleh melalui aktivitas kepariwisataan.

Pada era ekonomi kreatif saat ini, budaya lokal adalah sumber inspirasi yang tak terbatas untuk menciptakan produk-produk unik yang sulit ditiru. Kerajinan tangan seperti batik, tenun, ukiran kayu, hingga makanan dan minuman tradisional yang diwariskan secara turun-temurun, dapat diolah menjadi produk dengan nilai tambah tinggi dan jangkauan pasar yang luas. Bahkan jika dikembangkan dengan baik dan mendapat bimbingan secara serius dari pemerintah daerah setempat, dapat dijadikan produk unggulan yang dapat dijual ke pasar internasional.

Berbagai upaya untuk terus mengadakan inovasi dalam kemasan, pemasaran digital, dan adaptasi produk untuk selera modern tanpa menghilangkan esensi budaya lokal, adalah kunci untuk membuka potensi ini ke arah yang lebih baik pada saat ini maupun pada masa-masa mendatang. Ketika sebuah produk memiliki cerita budaya di baliknya, maka ia juga memiliki nilai emosional yang

lebih mendalam bagi para konsumen/wisatawan, dan akan menjadikannya sebagai kenangan indah yang lebih dari sekadar nilai komoditasnya itu sendiri.

Di lain pihak, aktivitas ekonomi yang berbasis budaya yang melekat di dalamnya (inheren), akan menciptakan lapangan kerja baru. Sektor-sektor ekonomi yang sebenarnya sudah ada sejak dahulu, seperti: seni pertunjukan, produksi kerajinan, pengelolaan situs budaya, hingga kuliner tradisional; memerlukan tenaga kerja yang memanfaatkan keahlian dan pengetahuan tradisional yang seringkali diwariskan secara turun-temurun. Hal ini berarti, bahwa masyarakat setempat, yang merupakan pewaris budaya tersebut, dapat menjadi pelaku ekonomi yang utama. Misalnya, perajin batik, penari tradisional, pemandu wisata lokal, atau koki makanan tradisional, semuanya adalah profesi yang tumbuh dari hasil pengelolaan kekayaan budaya setempat. Jika hal-hal ini tidak diteruskan ke generasi berikutnya atau tidak adanya dorongan regenerasi keahlian tradisional ke penerusnya, maka berbagai kekayaan budaya ini akan terancam punah seiring dengan kemajuan / modernisasi di bidang teknologi, informasi dan komunikasi (TIK).

Keberlanjutan Ekonomi Berbasis Budaya

Pembangunan ekonomi yang berakar dari nilai-nilai budaya setempat cenderung lebih berkelanjutan. Hal ini didasarkan pada pemahaman bahwa aktifitas ekonomi ini mengandalkan sumber daya lokal (baik sumber daya alam (SDA), manusia (SDM), maupun sumber daya intelektual), serta pengetahuan tradisional yang telah teruji seiring dengan perjalanan waktu.

Berbeda dengan model pembangunan yang terlalu bergantung pada modal asing (PMA) atau bahan baku impor, ekonomi berbasis budaya lebih memprioritaskan pemanfaatan potensi lokal/internal. Hal ini dapat mengurangi kerentanan terhadap gejolak ekonomi global dan sekaligus dapat mendorong terjadinya kemandirian ekonomi lokal. Misalnya, pertanian organik yang berbasis kearifan lokal atau pengelolaan hutan adat, telah terbukti mampu dalam menjaga ekosistem lokal. Di lain pihak, sederetan aktifitas ini juga dapat dijadikan contoh bagaimana budaya lokal dapat mendukung keberlanjutan ekonomi dan kelestarian lingkungan di sekitarnya.

Upaya menjaga kelestarian dan pengembangan nilai-nilai budaya lokal, secara ekonomi telah membantu mempertahankan identitas masyarakat setempat secara signifikan. Di tengah arus globalisasi (yang ditandai dengan kemajuan di bidang transportasi, komunikasi dan pariwisata), identitas budaya lokal dapat menjadi jangkar atau simbol kekuatan yang

kokoh. Ketika masyarakat melihat budayanya dihargai dan memberikan manfaat secara ekonomi, hal ini akan menumbuhkan rasa bangga dan keterikatan yang kuat pada tempat tinggal mereka. Rasa memiliki ini adalah modal sosial yang tak ternilai, yang pada gilirannya akan mendukung berbagai kegiatan ekonomi lokal. Masyarakat akan lebih termotivasi untuk menjaga lingkungan, mempromosikan produk lokal, dan berpartisipasi aktif dalam pembangunan komunitas di wilayahnya.

Kegiatan budaya yang dikemas dengan baik, akan memiliki kekuatan untuk memperkuat interaksi sosial, mampu menumbuhkan rasa kebersamaan, dan dapat berakhir pada peningkatan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Kegiatan festival, upacara adat, atau kegiatan seni komunal adalah ajang di mana masyarakat dapat berkumpul, berinteraksi, dan mempererat tali silaturahmi. Lingkungan sosial yang kuat dan harmonis dapat menciptakan ekosistem yang kondusif bagi pengembangan ekonomi lokal. Ketika masyarakat merasa terhubung dan saling mendukung, mereka lebih mudah berkolaborasi dan bersinergi dalam usaha ekonomi, berbagi pengetahuan, dan dapat mengatasi tantangan secara bersama-sama. Jika hal ini terjadi, maka kesejahteraan bukan hanya semata-mata diukur dengan kekayaan materi, tetapi juga dapat terkait dengan masalah kualitas hidup, kebahagiaan, dan keeratn hubungan / kohesi sosial.

Dengan demikian, jelaslah bahwa "Menumbuhkan Ekonomi adalah Proyek Budaya" dan bukan hanya sekedar slogan, melainkan sebuah arah visi pembangunan yang menyeluruh/holistik dan mempunyai jangkauan yang jauh ke depan. Ini adalah ajakan untuk melihat kekayaan budaya Indonesia bukan hanya sebagai warisan masa lalu, tetapi sebagai investasi pada saat ini dan masa depan yang akan menghasilkan dividen ekonomi, sosial, dan keberlanjutan lingkungan yang lestari.

Dengan merajut pembangunan ekonomi pada benang-benang budaya lokal, kita tidak hanya membangun kemakmuran materi, tetapi juga akan mampu memperkuat identitas, martabat, dan keberlanjutan bangsa. Ini adalah proyek bersama yang membutuhkan kolaborasi dan sinergi antara akademisi, pelaku usaha, masyarakat adat, pemerintah, dan media (ABCGM) untuk memastikan bahwa setiap langkah ekonomi yang kita ambil selaras dengan irama budaya kita sendiri. Ini adalah sebuah langkah menuju Indonesia Emas 2045 yang lebih sejahtera, lebih berdaulat, dan lebih berbudaya.

Kultur Pertumbuhan:

Budaya, Data, dan HKI sebagai Mesin Utama Transformasi Ekonomi Indonesia

Oleh **Aldrin Herwany, Ph.D**

Dosen Perbanas Institute, Pengurus Pusat ISEI Bidang V &
Ex-Atase Pendidikan dan Kebudayaan KBRI New Delhi, India (2022-2025)



Ancaman jebakan pendapatan menengah (*middle-income trap*) bagi Indonesia adalah persoalan struktural yang mendalam, bukan sekadar fluktuasi siklus ekonomi biasa. Jebakan ini muncul ketika biaya tenaga kerja meningkat, namun inovasi dan produktivitas total faktor (TFP) tidak mampu meningkat pada laju yang sama, sehingga daya saing tergerus. Pertumbuhan Indonesia saat ini, yang terlampaui bergantung pada sektor ekstraktif (SDA)—dengan volatilitas harga komoditas yang tinggi—dan konsumsi domestik—yang rentan terhadap tekanan inflasi dan daya beli yang tidak merata—memiliki batas elastisitas yang jelas. Konsumsi, meskipun penting, tidak menciptakan pondasi yang cukup kuat untuk melompat dari PDB per kapita \$4.000 menuju \$12.000 atau lebih.

Untuk mencapai status negara berpendapatan tinggi dan mewujudkan Visi Indonesia Emas 2045, dibutuhkan lompatan kualitatif yang radikal. Kita harus bergeser dari ekonomi berbasis aset fisik yang habis ke ekonomi berbasis aset intelektual dan kultural yang bersifat terbarukan dan memiliki skala ekonomis yang lebih tinggi. Inilah yang mendefinisikan Kultur Pertumbuhan (*A Culture of Growth*): sebuah paradigma ekonomi makro yang secara eksplisit mengakui dan mengkapitalisasi budaya, literasi ilmiah, dan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) sebagai faktor produksi utama, sejajar dengan modal dan tenaga kerja. Kultur ini menuntut sinkronisasi kebijakan yang radikal, mengintegrasikan domain Kebudayaan (Mendikbud, BRIN) dengan domain Moneter/Fiskal (Kemenkeu,

OJK), menjadikannya agenda strategis nasional yang tidak bisa dinegosiasikan.

Fondasi Filosofis dan Mekanisme Kultur Pertumbuhan

Kultur Pertumbuhan berlandaskan pada filosofi Titik Keseimbangan Kritis, yang memadukan dua kekuatan inti untuk menciptakan pertumbuhan yang adil dan berkelanjutan: Rasionalitas (*Aql*) dan Prinsip Keadilan (*Naql* Sosial). *Aql* mewakili dorongan untuk efisiensi, inovasi, dan adopsi teknologi. Dalam praktik ekonomi, *Aql* mendorong investasi pada hilirisasi Sumber Daya Manusia (SDM) melalui program *reskilling* dan *upskilling* masif di bidang AI, *coding*, dan *design thinking*, serta menciptakan insentif pasar yang kompetitif.

Sebaliknya, *Naql* mewakili keadilan distributif. Prinsip ini memastikan bahwa hasil pertumbuhan (akses modal, peluang kerja, dan keuntungan) tidak terpusat di oligopoli atau kota besar, melainkan didistribusikan hingga ke komunitas asli di daerah. *Naql* bertindak sebagai korektor kegagalan pasar, mengurangi ketimpangan struktural, dan mencegah konsentrasi kekayaan.

Sektor yang paling efektif dalam mewujudkan perpaduan *Aql-Naql* ini adalah Ekonomi Kreatif (Menteri Ekonomi Kreatif), yang saat ini menyumbang sekitar 7% PDB. Ekraf adalah sektor non-tradisional yang mampu menciptakan nilai tambah eksponensial karena risiko investasinya beralih dari aset fisik ke aset ide. Ekraf mengatasi ketidakseimbangan struktural dengan mengubah warisan budaya menjadi komoditas global yang unik dan memiliki daya saing tinggi.

Nilai ekonomis budaya melampaui kontribusi PDB langsung melalui efek pengganda (*multiplier effect*) yang bersifat non-linear, menciptakan efek *spillover* yang besar. Budaya, ketika dikapitalisasi sebagai IP yang kuat, bertindak sebagai guncangan eksogen (*exogenous shock*) positif bagi permintaan di sektor lain. Sebagai contoh simulasi, sementara investasi ekstraktif (mineral/SDA) hanya menghasilkan efek pengganda sekitar 1.5x yang terbatas pada sektor logistik dan energi, investasi kreatif (Film/Game/Musik) dapat mencapai efek pengganda 3.0x atau lebih. Hal ini disebabkan oleh sifat unik IP digital: biaya marjinal untuk mereplikasi dan mendistribusikannya hampir nol, memungkinkan skalabilitas dan jangkauan global yang tak tertandingi. IP yang sukses akan memicu permintaan serentak pada *brand licensing*, *cultural tourism* (orang mengunjungi lokasi yang terinspirasi konten), *fesyen (merchandise)*, dan kebutuhan talenta digital yang masif. Kultur (IP) pada dasarnya adalah *trigger* yang mentransformasi permintaan di seluruh rantai nilai, menjadikannya investasi paling produktif dan paling tahan guncangan.

Reformasi Keuangan: Mengatasi Liquidity Trap Aset Kreatif

Hambatan fundamental bagi akselerasi Ekraf adalah likuiditas aset. Sistem keuangan Indonesia terjebak dalam model agunan fisik yang konservatif, menciptakan liquidity trap bagi aset non-fisik seperti HKI. Aset digital dan IP sulit dijamin karena kurangnya standar valuasi yang diterima secara umum. Diperlukan intervensi regulasi yang tajam dan terperinci untuk mengkapitalisasi ide ini. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Kementerian Keuangan (Kemenkeu) harus segera mengeluarkan regulasi spesifik yang menetapkan standardisasi valuasi aset HKI (*IP valuation*) dan skema HKI sebagai agunan (*IP collateralization*). Regulasi ini harus

mencakup metodologi valuasi yang jelas (pendekatan pasar, biaya, dan pendapatan) dan kriteria audit yang ketat untuk mencegah *moral hazard*. Ini harus diikuti dengan percepatan sertifikasi dan pembentukan badan independen—mungkin di bawah koordinasi Kemenkumham—untuk menilai HKI, memastikan aset kreatif ini bersifat *bankable* (layak pinjam) dan sesuai dengan praktik keuangan global. Implementasi ini adalah *Aql* murni: menciptakan mekanisme pasar yang rasional untuk aset non-fisik.

Lebih lanjut, untuk memastikan pertumbuhan yang inklusif dan mewujudkan prinsip *Naql*, Hak Kekayaan Intelektual Komunal, khususnya Penanda Geografis (GI), harus diintegrasikan secara masif ke dalam sistem perbankan. GI memberikan otoritas merek dan harga premium (seperti Kopi Arabika Gayo atau Tenun Ikat Sumba) yang secara inheren menurunkan risiko pinjaman karena adanya jaminan kualitas dan pasar yang tersegmentasi.

Oleh karena itu, Perbankan (Bank Himbara) harus didorong oleh Kemenkeu untuk menciptakan KUR Klaster GI yang terdedikasi. Skema ini harus menyediakan suku bunga super rendah melalui subsidi bunga tambahan sebagai insentif finansial atas upaya komunitas menjaga mutu dan konservasi lingkungan. Program ini juga harus memiliki jalur cepat (*green channel*) bagi anggota MPIG (Masyarakat Perlindungan Indikasi Geografis). Integrasi pinjaman ini harus disertai dengan persyaratan mutu GI, yang secara efektif mengubah sertifikat GI dari sekadar legalitas menjadi kunci akses permodalan yang efisien, sekaligus menjamin keuntungan kembali ke komunitas.

Kedaulatan Data: Pertahanan Geopolitik dan Peradaban Maritim Baru

Kultur Pertumbuhan yang kokoh harus didukung oleh kedaulatan data yang absolut. Di panggung global, klaim kepemilikan dan otentisitas budaya, terutama yang terancam *cultural appropriation*, hanya valid jika didukung oleh bukti ilmiah tak terbantahkan. Indonesia harus menjadikan riset Arkeometri sebagai prioritas nasional yang melibatkan BRIN dan Mendiktisaintek dalam skema investasi jangka panjang. Fokus harus diletakkan pada validasi situs-situs kunci—seperti Gunung Padang, Lukisan Purba Sulawesi, dan Toba—melalui penelitian Geologi, Fisika, dan Kimia untuk menetapkan usia, fungsi, dan komposisi materi secara presisi dan ilmiah. Upaya ini bertujuan untuk mengubah “spekulasi historis” menjadi fakta peradaban yang terverifikasi.

Semua data ilmiah yang diperoleh dari Arkeometri ini harus disentralisasi dalam Basis Data Digital Cagar Budaya Nasional (e-Cagar Budaya) yang dibangun dan

dikelola oleh Menbud. Database ini harus menjadi otoritas tunggal yang memperkuat klaim Indonesia di forum UNESCO dan—yang lebih penting—menjadi bank data legal yang dapat diakses dan dikapitalisasi oleh industri kreatif nasional untuk menciptakan konten yang otentik dan memiliki dasar hukum HKI yang kuat.

Upaya ini harus disinkronkan dengan diplomasi repatriasi artefak yang hilang (misalnya, koleksi dari Belanda, Inggris, atau fragmen Prasasti Pucangan). Pengembalian artefak ini memulihkan konteks historis yang terputus, diperlukan untuk merekonstruksi narasi kebesaran Nusantara secara utuh. Data utuh dari repatriasi dan penemuan baru akan berkontribusi pada pertanyaan akademik global yang krusial: Di manakah sesungguhnya pusat awal peradaban global yang terhubung dengan maritim? Dengan bukti ilmiah yang kokoh, Indonesia memiliki potensi untuk mengubah peta sejarah dunia, menggeser fokus dari pusat peradaban daratan ke peradaban maritim Nusantara, sebuah klaim yang menjadi aset geopolitik dan *national branding* yang tak ternilai.



Gambar 1: Kunjungan Prasasti Pucangan Dirjenbud dan Atase Pendidikan dan Kebudayaan KBRI New Delhi 2 September 2022 di Museum India di Kolkata, India



Gambar 2: Kunjungan Atase Pendidikan dan Kebudayaan KBRI New Delhi 16 Desember 2024 untuk melihat Prasasti Pucangan di Museum India di Kolkata, India

Sinkronisasi Global: Jalur Rempah, Poros Maritim, dan Tantangan Kompetitor

Kedaulatan data adalah prasyarat untuk mengintegrasikan Indonesia ke dalam jaringan global, khususnya melalui konsep Jalur Rempah Dunia dan Poros Maritim Dunia. Data arkeologi dan literasi yang kuat memvalidasi Nusantara sebagai pusat interaksi dan diseminasi budaya global sejak ribuan tahun lalu, menjadikan Jalur Rempah sebagai blueprint peradaban maritim Indonesia. Jalur Rempah bukan sekadar rute dagang; ia adalah rute migrasi ide, teknologi, dan agama.



Gambar 3: Duta Besar dan Atase Pendidikan dan Kebudayaan KBRI New Delhi mengadakan Pameran Jalur Rempah Indonesia untuk Peradaban Dunia di Mumbai, India, Desember 2025

Visi Poros Maritim harus didukung oleh bukti historis ini, mengubahnya dari strategi logistik semata menjadi pemulihan identitas dan kultur ekonomi maritim. Situs seperti Muara Jambi (pusat studi Buddhis Melayu terbesar di Asia Tenggara pada masanya) dan pelabuhan kuno yang diperkuat oleh data repatriasi menjadi *hub* narasi peradaban maritim Indonesia. Hal ini memberikan kedalaman strategis pada infrastruktur pelabuhan modern yang sedang dibangun.

Ambisi Indonesia dalam Kultur Pertumbuhan harus diukur terhadap target global yang sangat agresif. India, sebagai contoh, telah menetapkan peta jalan 100 tahun dengan target ambisius mencapai pertumbuhan ekonomi dua digit yang didorong oleh aset budayanya (Yoga, Bollywood, Teks Veda, dan industri IT yang terintegrasi dengan warisan budaya). India secara strategis mengintegrasikan kearifan lokal (misalnya, Ayurveda) ke dalam industri kesehatan global dengan dukungan teknologi dan sertifikasi internasional. India melihat kebudayaan sebagai mesin yang menghasilkan *excess return* jauh di atas sektor manufaktur biasa karena *cost of replication* yang rendah. Tantangan India ini adalah desakan bagi Indonesia untuk bertindak cepat dan masif. Jika Indonesia ingin bersaing untuk

memenangkan status pusat peradaban ekonomi global yang baru, kita harus: (1) Meningkatkan Skala Ambisi Ekraf: Target kontribusi Ekraf terhadap PDB harus ditingkatkan secara signifikan, menembus 10-15% dan bukan sekadar angka absolut, didukung dengan insentif pajak dan modal ventura yang berfokus pada IP. (2) Memenangkan Data: Indonesia harus mengungguli negara lain dalam otentisitas dan kelengkapan data purbakala melalui investasi Arkeometri dan e-Cagar Budaya, menjadikannya rujukan global yang tak terbantahkan. (3) Mempercepat Eksekusi Regulasi: Reformasi HKI dan KUR Klaster GI harus segera terwujud dalam kerangka waktu yang ketat, mengatasi inersia birokrasi yang dapat menghambat akselerasi Ekraf.

oleh Sinergi *T-Shaped* (T berbentuk horizontal dan vertikal) yang sempurna, mengalahkan ego sektoral dan inersia birokrasi.

Sinergi ini mencakup: (1) Koordinasi Vertikal (Kedalaman Data): BRIN, Mendikbud, dan Kemenkumham harus bekerja erat untuk menguatkan data ilmiah dan kerangka hukum HKI, dari situs purbakala hingga sertifikasi akhir. (2) Koordinasi Horizontal (Inklusivitas Modal): Kemenkeu, OJK, dan Bank Himbara harus mereformasi sistem keuangan agar mengakui aset kreatif dan mendistribusikannya melalui skema KUR Klaster GI secara efisien.

Melalui mekanisme ini, yang dijalankan dengan kedisiplinan dan ambisi yang setara



Gambar 4: KBRI New Delhi ikut serta dalam Pameran Candi Muara Jambi pada Sidang Pleno UNESCO ke 46 di New Delhi, India - The 46th session of the World Heritage Committee UNESCO

Kesimpulan: Sinergi T-Shaped sebagai Mekanisme Kultur

Kultur Pertumbuhan adalah pilihan strategis yang menuntut pengalihan fokus dari komoditas statis ke ide, data, dan aset intelektual yang dinamis. Kesuksesan Indonesia di masa depan akan ditentukan

dengan target dua digit India, Indonesia akan mengubah warisan budayanya menjadi mesin pertumbuhan abadi, mendobrak jebakan pendapatan menengah, dan mewujudkan cita-cita Indonesia Emas 2045 yang sejahtera secara materi dan kuat secara peradaban.



Sumber Gambar: Republika

Opini

Dinamika Transfer ke Daerah Tahun 2026

Oleh **Dr. Ir. Syahrial Shaddiq, M.Eng., M.M., M.Si.**

Wakil Ketua ISEI Banjarmasin & Akademisi FEB Universitas Lambung Mangkurat



Fenomena perubahan kebijakan fiskal nasional menjelang tahun anggaran 2026 menghadirkan dinamika baru dalam hubungan keuangan pusat-daerah. Salah satu isu yang menjadi sorotan adalah penyesuaian alokasi Transfer ke Daerah (TKD) dalam Rancangan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (RAPBN) 2026. Berbagai pemberitaan menyebutkan adanya pemangkasan, realokasi, hingga evaluasi ulang porsi Dana Transfer Umum (DTU) yang diterima daerah. Perubahan ini memunculkan kekhawatiran mengenai keberlanjutan pembangunan, tetapi sekaligus membuka ruang bagi reformasi tata kelola fiskal daerah menuju *A Culture*

of Growth budaya pembangunan yang produktif, adaptif, dan berorientasi jangka panjang.

Perubahan TKD 2026: Fakta dan Dinamika Kebijakan

Pada 3 September 2025, Menteri Keuangan Dr. Sri Mulyani menyampaikan bahwa sebagian komponen TKD mengalami penyesuaian untuk mengarahkan belanja publik menjadi lebih produktif. Penyesuaian tersebut dilakukan dengan tetap menjamin keberlanjutan pembangunan daerah melalui kebijakan afirmatif dan perbaikan

mekanisme penyaluran (DDTC News, 2025). Di saat bersamaan, Rincian Alokasi Dana Transfer Umum (DTU) TA 2026 yang dirilis oleh DJPK menunjukkan struktur distribusi baru yang menekankan pada penguatan kinerja daerah dan efektivitas penggunaan anggaran.

Meski terdapat penurunan pada beberapa pos, pemerintah menyebut bahwa realokasi ini penting untuk mengoptimalkan kualitas belanja dan mengurangi celah ketidakefisienan. Menkeu saat ini, Dr. Purbaya Yudhi Sadewa menegaskan bahwa pemerintah masih mengkaji penambahan alokasi tertentu, terutama untuk daerah

dengan kebutuhan fiskal tinggi (DDTC News, 2025; InfobankNews, 2025).

Di sisi lain, Dewan Perwakilan Daerah (DPD RI) menilai bahwa penurunan TKD berpotensi menambah beban fiskal daerah, terutama yang memiliki ketergantungan tinggi terhadap dana pusat. DPD menekankan perlunya mitigasi agar efektivitas layanan publik tidak terganggu (DPD RI, 2025). Komite Pemantauan Pelaksanaan Otonomi Daerah (KPPOD) juga mendorong evaluasi lebih rinci terhadap dampak redistribusi TKD terhadap kualitas pembangunan ekonomi regional.

Namun menjelang akhir September, terdapat perkembangan baru ketika DPR dan pemerintah menyepakati *kenaikan* TKD dalam RAPBN 2026 sebesar Rp43 triliun (KumparanBisnis, 2025). Hal ini menunjukkan bahwa proses penyusunan anggaran berjalan secara dinamis, responsif terhadap masukan masyarakat, serta mempertimbangkan kebutuhan fiskal yang semakin kompleks.

Dengan demikian, dinamika TKD 2026 bukan hanya soal pengurangan atau penambahan anggaran. TKD 2026 merupakan bagian dari transformasi fiskal nasional untuk memastikan bahwa pertumbuhan ekonomi daerah tidak hanya bergantung pada besaran transfer, tetapi juga pada kualitas tata kelola dan produktivitas sektor-sektor penggerak ekonomi lokal.

Mewujudkan A Culture of Growth: Transformasi di Tingkat Daerah

Untuk menciptakan budaya pertumbuhan yang berkelanjutan, daerah perlu menggeser orientasi belanja dari sekadar *spending* menjadi *investing for growth*. Pergeseran paradigma ini menuntut penguatan beberapa fondasi utama agar belanja publik benar-benar mampu menjadi motor pertumbuhan ekonomi daerah dalam jangka panjang.

Fondasi pertama adalah penguatan kemandirian fiskal daerah. Penyesuaian Transfer ke Daerah (TKD) menjadi momentum penting bagi pemerintah daerah untuk meningkatkan kapasitas pajak dan retribusi secara lebih efisien, memperluas basis ekonomi lokal, serta secara bertahap mengurangi ketergantungan terhadap dana pusat. Kemandirian fiskal merupakan dasar dari *A Culture of Growth*, karena dengan kapasitas fiskal yang lebih kuat, pemerintah daerah memiliki ruang kebijakan yang lebih besar untuk mendesain pembangunan sesuai dengan potensi dan karakteristik lokal, tanpa harus selalu menunggu instruksi maupun tambahan pendanaan dari pemerintah pusat.

Fondasi berikutnya adalah transformasi ekonomi lokal. Pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan tidak dapat hanya mengandalkan pola lama, melainkan harus ditopang oleh transformasi struktural yang mendorong penciptaan nilai tambah. Hal ini dapat dilakukan melalui penguatan sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) serta ekonomi kreatif, pengembangan hilirisasi komoditas unggulan daerah, penciptaan ekosistem investasi yang pro-produktivitas, serta inovasi layanan publik berbasis teknologi. Transformasi ekonomi ini menjadi kunci untuk meningkatkan daya saing daerah, membuka lapangan kerja baru, dan pada akhirnya memperkuat kapasitas fiskal daerah secara berkelanjutan.

Selain itu, perbaikan tata kelola dan peningkatan efektivitas belanja menjadi prasyarat penting dalam membangun budaya pertumbuhan. Penyesuaian TKD, khususnya menuju tahun 2026, mendorong daerah untuk memastikan bahwa setiap rupiah belanja publik memberikan dampak nyata terhadap pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Upaya ini membutuhkan perencanaan pembangunan yang berbasis data dan bukti, peningkatan porsi belanja modal yang produktif, penajaman belanja sosial agar lebih tepat sasaran, serta penguatan sistem monitoring dan evaluasi berbasis kinerja. Dalam konteks ini, *A Culture of Growth* menuntut disiplin fiskal, integritas, dan akuntabilitas sebagai nilai yang melekat dalam budaya birokrasi pemerintah daerah.

Fondasi terakhir adalah penguatan kolaborasi antara pemerintah pusat dan daerah serta peran aktif institusi akademik. Dalam masa transisi kebijakan fiskal, sinergi antarpemangku kepentingan menjadi sangat krusial. Pemerintah pusat, pemerintah daerah, akademisi, peneliti, organisasi profesi keilmuan, dunia usaha, dan masyarakat perlu duduk bersama untuk merumuskan strategi pembangunan yang konsisten dan berkelanjutan. Dalam hal ini, para pemangku kepentingan memiliki peran strategis melalui penyediaan kajian kebijakan, riset empiris, serta penyebaran *policy brief* yang dapat menjadi rujukan penting bagi para pengambil keputusan dalam membangun budaya pertumbuhan ekonomi daerah yang inklusif dan berdaya saing.

Membangun Pertumbuhan Berkelanjutan (Sustainable Growth) di Era Ketidakpastian

Perubahan alokasi Transfer ke Daerah (TKD) tahun 2026 berlangsung di tengah lanskap ekonomi global yang masih sarat dengan ketidakpastian. Perlambatan ekonomi dunia, meningkatnya tekanan geopolitik, dampak perubahan iklim, serta disrupsi teknologi yang semakin cepat menciptakan tantangan yang kompleks bagi perekonomian

nasional maupun daerah. Dalam konteks tersebut, Indonesia membutuhkan strategi pertumbuhan yang tidak lagi bersifat *business as usual*, melainkan mampu merespons dinamika global secara lebih adaptif dan visioner.

Budaya pertumbuhan atau *culture of growth* yang ingin dibangun harus mencerminkan ketangguhan ekonomi yang mampu bertahan menghadapi guncangan eksternal, sekaligus kemampuan untuk beradaptasi secara cepat terhadap perubahan. Di saat yang sama, inovasi berkelanjutan perlu menjadi bagian dari praktik pembangunan, agar daerah tidak tertinggal dalam kompetisi ekonomi yang semakin berbasis pengetahuan dan teknologi. Orientasi kebijakan juga harus bergeser ke arah jangka panjang, dengan menempatkan peningkatan kualitas sumber daya manusia dan percepatan digitalisasi sebagai prioritas utama pembangunan.

Melalui pendekatan tersebut, pemerintah daerah tidak lagi diposisikan semata-mata sebagai penerima kebijakan fiskal dari pusat, tetapi sebagai aktor strategis yang memiliki peran aktif dalam mendorong dan menjaga momentum pertumbuhan nasional. Daerah diharapkan mampu menerjemahkan kebijakan TKD ke dalam strategi pembangunan yang inovatif dan berkelanjutan, sehingga kontribusinya terhadap perekonomian nasional menjadi semakin nyata dan signifikan.

Momentum Membangun Budaya Pertumbuhan

Dinamika TKD 2026 tidak seharusnya dilihat semata sebagai tantangan fiskal, melainkan sebagai kesempatan memperkuat pondasi ekonomi daerah. Ketika pemerintah pusat melakukan realokasi untuk meningkatkan kualitas belanja, daerah pun perlu memperbaiki strategi pembangunan agar lebih efisien, inovatif, dan berorientasi hasil.

Dalam visi besar *A Culture of Growth*, Indonesia hanya dapat tumbuh secara berkelanjutan apabila seluruh pemangku kepentingan, pemerintah pusat, daerah, dunia usaha, akademisi, organisasi profesi, dan masyarakat, bergerak bersama membangun budaya pembangunan yang produktif, inklusif, dan berbasis kinerja.

Komunitas akademisi dan praktisi ekonomi terbesar di Indonesia, memiliki peran strategis untuk terus menyumbangkan gagasan, kajian, dan rekomendasi kebijakan guna memastikan bahwa setiap perubahan fiskal membawa Indonesia menuju pertumbuhan yang semakin berkualitas.

Opini

Cetak Biru Membangun Kepulauan Strategis Melalui Budaya Diskusi dan Kolaborasi yang Berideologi Pancasila

Oleh **Dr. Darus Altin, S.E., MMSI**

Dosen Program Studi Magister Manajemen FEB Universitas Bangka Belitung

Sumber daya laut dan darat yang dimiliki wilayah kepulauan di Indonesia menjadi letak pondasi dalam membangun Kepulauan dengan kekayaan potensi di dalamnya. Potensi maritim yang merupakan pusat lalu lintas maritim antar benua. Potensi besar perikanan dari 7000 spesies ikan di dunia, 2000 jenis diantaranya terdapat di Indonesia. Potensi mineral dan energi sekitar 70 % produksi minyak dan gas bumi Indonesia berasal dari kawasan pesisir dan laut. Ditemukannya energi baru pengganti BBM, berupa gas hidrat dan gas bionik di lepas pantai barat Sumatera, selatan Jawa Barat serta bagian utara Selat Makassar dengan potensi yang sangat besar, melebihi seluruh potensi minyak dan gas bumi Indonesia.

Posisi Indonesia yang strategis memiliki estetika lingkungan yang sulit ditandingi oleh negara kepulauan lain, seperti gugusan pulau dan kekayaan keanekaragaman sumber daya hayati lautnya. Potensi besar pariwisata alam dan bahari dimiliki Indonesia dengan segala variannya. Estimasi nilai potensi ekonomi pariwisata bahari di Indonesia sebesar US\$ 54.3 miliar per tahun

Dari segala potensi besar yang dimiliki Indonesia, tentunya memerlukan cetak biru pengembangan kepulauan strategis yang hendaknya dilandasi atas dasar keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia dan kesepakatan semua pihak serta berlandaskan Pancasila. Artinya, mewujudkan Kepulauan Strategis di Indonesia juga tidak terlepas dari dasar Negara yakni Pancasila. Status Pancasila di Indonesia sangat tegas, yaitu sebagai landasan negara, panduan untuk kehidupan masyarakat Indonesia dalam berbagai aspek kehidupan,

“Pancasila sebagai dasar negara (*philosophische grondslag*) ditetapkan pada tanggal 18 Agustus 1945 oleh PPKI, dianggap sebagai penjelmaan kehendak seluruh rakyat Indonesia yang merdeka. Menurut Ernest Renan, syarat penting sebagai sebuah



bangsa adalah: kehendak untuk bersatu. Dilihat dari proses sejarah pembentukan Pancasila dapat disimpulkan bahwa Pancasila merupakan kompromi dan konsensus nasional dari semua golongan masyarakat Indonesia, yang bersepakat untuk membentuk sebuah bangsa dengan dasar Pancasila (setkab.go.id)”

Tantangan Pembangunan Kepulauan Strategis

Tantangan terbesar dalam membangun Kepulauan Strategis di Indonesia berkaitan dengan Pertahanan dan Keamanan Negara. Berdasarkan hasil kajian Litbang Kemenhan RI bahwa setiap pulau besar memiliki peran unik, seperti Sumatera sebagai pengendali Selat Malaka, Jawa sebagai pusat pemerintahan dan ekonomi, hingga Papua sebagai penjaga kedaulatan di timur. Tantangan utama meliputi pelanggaran kedaulatan, illegal fishing, terorisme maritim, dan sengketa wilayah.

Dengan perkembangan zaman, banyak budaya asing, terutama budaya Barat yang masuk ke Indonesia, perlahan-lahan menjajah, mempengaruhi dan mentransfer budaya asli Indonesia, dan secara tidak langsung mengubah kebiasaan dan konsep hidup masyarakat Indonesia.

Untuk itu, keterlibatan aktif seluruh warga Negara menjadi faktor penting mendukung tercapainya Kepulauan Indonesia sebagai Kepulauan Strategis yang terjaga dengan baik.





Salah satu bentuk keaktifan masyarakat tercermin melalui kearifan masyarakat dalam ikut serta membangun wilayahnya dan dilandasi pekerti yang baik berlandaskan nilai-nilai luhur Pancasila sebagai dasar Negara. Secara konseptual Pemerintah sebagai Stakeholder utama dalam membangun tentunya telah memiliki dasar pondasi yang kuat dalam membangun dan mewujudkan kepulauan Strategis.

Namun demikian, untuk mencapai kesepakatan membangun diperlukan musyawarah dan mufakat sebagai implementasi nilai luhur Pancasila. Walaupun secara kebijakan wujud musyawarah dan mufakat telah dilakukan Eksekutif dan Legislatif, akan tetapi pada tataran masyarakat secara langsung dirasakan masih kurang.

Diskusi publik yang melibatkan masyarakat langsung masih dirasakan minim yang terjadi di daerah-daerah di Indonesia. Diskusi publik merupakan salah satu cara mencapai kesepakatan bersama dalam membangun kepulauan di Indonesia. Melalui pertukaran ide dan pendapat sehingga akan dihasilkan keputusan bersama sebagai suatu solusi. Partisipasi masyarakat lokal akan menciptakan ekosistem ekonomi lokal yang resilien, inklusif, dan berdaya saing pada daerah-daerah kepulauan di Indonesia.

Setelah dihasilkan solusi, selanjutnya diperlukan kolaborasi semua pihak dalam

membangun Indonesia sebagai satu Kepulauan Strategis. Kolaborasi menuntut profesionalisme dan saling mendukung, saling percaya dan dilandasi saling menghargai satu sama lain baik secara emosional maupun sosial. Sebagai wilayah kepulauan strategis tentunya kolaborasi bisa dimulai dari pengelolaan sektor kelautan dan pesisir. Untuk itu, Diskusi dan Kolaborasi merupakan dasar kuat yang harus ada dalam Cetak Biru Membangun Kepulauan Strategis di Indonesia

Poin-Poin Penting Cetak Biru Membangun Kepulauan Strategis berlandaskan Diskusi dan Kolaborasi

Pertama, Cetak biru yang akan dihasilkan dalam membangun Kepulauan Strategis tentunya tidak melupakan faktor keragaman yang dimiliki Indonesia secara budaya. Budaya yang beragam merupakan ciri kuat untuk dapat disatukan menjadi satu kekuatan besar dalam membangun. *Kedua*, Diskusi Publik tentunya diperlukan dalam rangka menyerap aspirasi sehingga akan diputuskan bersama secara musyawarah dan mufakat.

Ketiga, Kolaborasi yang dihasilkan dari satu kesepakatan besar diskusi publik di tiap daerah dengan budaya yang berbeda akan memberikan ikatan yang kuat secara emosional dan sosial dalam mewujudkan Kepulauan Strategis di Indonesia secara utuh dan satu kesatuan dalam ikatan nilai-

nilai Persatuan Indonesia. *Keempat*, arah penguatan untuk dalam membuat Cetak Biru (*Blue Print*) Kepulauan Strategis dibutuhkan aksi nyata masyarakat dari sebuah kesepakatan besar yang didapatkan langsung dari unsur masyarakat di tiap daerah. Dalam hal ini, program-program Pemerintah Daerah tentunya harus menyerap aspirasi masyarakat hingga tingkat desa/kelurahan atau dusun yang polanya harus terus mengalami perbaikan dan evaluasi terus-menerus. *Kelima*, perlu evaluasi dan update atas Cetak Biru Kepulauan Strategis Indonesia yang tetap mengedepankan nilai-nilai luhur Pancasila tanpa melupakan basis masyarakat yang didapatkan dari kesepakatan bersama melalui Diskusi Publik dan Kolaborasi semua pihak.

Sebagai penutup. Untuk mewujudkan Kepulauan Strategis Indonesia di mata Dunia memerlukan Cetak Biru yang terintegrasi dan bersinergi dengan seluruh stakeholder yang ada. Evaluasi dan *updating* cetak biru Kepulauan Strategis membutuhkan seluruh aspirasi, peran serta dan keaktifan masyarakat dan pihak-pihak lain baik melalui Diskusi dan Kolaborasi yang merupakan satu kesepakatan besar secara utuh dari tiap wilayah di Indonesia. Dasar kesepakatan yang ada merupakan hasil diskusi publik dan kolaborasi tetap mengedepankan nilai-nilai Pancasila sebagai pedoman seluruh warga Negara.

Opini

Spatial Insight for Environmental Growth: Analisis Determinan Kualitas Lingkungan Hidup

Oleh Iddo Rifqy Nugraha, S.E. dan Sri Utami Zulaikhoh, S.E.
Universitas Jember



Kualitas lingkungan hidup merupakan salah satu indikator yang penting dalam menentukan tingkat keberlanjutan pembangunan dalam suatu wilayah (Haris et al, 2023). Di Indonesia, pemerintah menggunakan Indeks Kualitas Lingkungan Hidup (IKLH) untuk menilai kondisi lingkungan hidup secara komprehensif, yang mencakup berbagai aspek, seperti kualitas air, udara, dan lahan, yang berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan (Dewi et al, 2022). Namun, kualitas lingkungan hidup di Indonesia, khususnya Provinsi di Jawa Tengah, masih menghadapi tantangan yang signifikan akibat dari variasi masalah faktor ekonomi, sosial, dan aktivitas manusia

(Rohman et al, 2023). Berdasarkan data dari Laporan Kinerja Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) tahun 2023, rata-rata Indeks Kualitas Lingkungan Hidup (IKLH) Provinsi Jawa Tengah berada pada angka 68,59 yang masih berada di bawah rata-rata nasional, yaitu 72,54. Kondisi ini menunjukkan bahwa kualitas lingkungan hidup di Jawa Tengah masih tergolong sedang dan menghadapi tekanan serius dari berbagai sektor pembangunan. Jika dibandingkan dengan Provinsi Jawa Timur. Peningkatan signifikan nilai IKLH Jawa Timur setelah tahun 2020 tidak terlepas dari kombinasi faktor internal dan eksternal. Menurut Laporan Rakerda Dinas Lingkungan Hidup Provinsi Jawa Timur (2023), pandemi

COVID-19 menyebabkan penurunan aktivitas industri dan transportasi yang berdampak pada berkurangnya beban pencemaran lingkungan, terutama di sektor udara dan air. Di sisi lain pemerintah Provinsi Jawa Timur juga gencar menerapkan berbagai kebijakan strategis, berbeda dengan Jawa Tengah menghadapi tantangan besar dari tingginya konversi lahan, pencemaran di wilayah DAS Bengawan Solo dan Serayu, serta rendahnya efektivitas pengelolaan limbah domestik dan industri di beberapa kabupaten/kota (Pemerintah Provinsi Jawa Tengah, 2023). Kondisi ini menunjukkan bahwa kualitas lingkungan hidup di Jawa Tengah masih tergolong sedang dan menghadapi tekanan serius dari berbagai sektor pembangunan.

Terdapat faktor-faktor yang seringkali dikaitkan dengan degradasi lingkungan, seperti kemiskinan. Masyarakat dengan tingkat kemiskinan yang tinggi cenderung lebih bergantung pada eksploitasi sumber daya alam tanpa memperhatikan keberlanjutan. Selain itu, Indeks Pembangunan Manusia (IPM) juga mempengaruhi kualitas lingkungan hidup. Meskipun IPM di Provinsi Jawa Tengah meningkat setiap tahun, tantangan dalam menyelaraskan pembangunan manusia dengan pelestarian lingkungan tetap menjadi perhatian. Pembangunan yang tidak terarah berpotensi meningkatkan tekanan terhadap lingkungan, terutama di wilayah dengan aktivitas ekonomi tinggi. Pada saat yang sama, budaya lokal seperti gotong royong dalam menjaga irigasi, ritual agraris, dan tradisi pengelolaan lahan dapat memperkuat perilaku ramah lingkungan. Faktor berikutnya yakni sektor pertanian, di mana aktivitas produktivitas padi dapat menimbulkan dampak negatif seperti penurunan kesuburan tanah dan pencemaran air. Oleh karena itu, diperlukan upaya mengembangkan praktik pertanian berkelanjutan yang meminimalkan dampak negatif sekaligus memanfaatkan kearifan budaya lokal sebagai bagian dari strategi keberlanjutan.

Studi tersebut bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemiskinan, Indeks Pembangunan Manusia (IPM), dan produktivitas padi terhadap Indeks Kualitas Lingkungan Hidup (IKLH), serta menganalisis pengaruh spasial antara variabel-variabel tersebut terhadap IKLH yang berbeda pada setiap kabupaten/kota. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini menggunakan pendekatan eksplanatori kuantitatif dan dianalisis secara spasial dengan metode *Geographically Weighted Regression* (GWR). Pendekatan tersebut digunakan karena mampu menangkap variasi spasial antar wilayah, sehingga memberikan pemahaman yang lebih detail mengenai pengaruh faktor-faktor seperti kemiskinan, IPM, dan pertanian terhadap kualitas lingkungan hidup. Penelitian ini diharapkan dapat mengidentifikasi determinan kualitas lingkungan hidup di Jawa Tengah pada tahun 2023 serta memberikan rekomendasi kebijakan berbasis spasial yang lebih efektif untuk masing-masing wilayah di provinsi tersebut dengan menggunakan metode aplikasi GeoDa dan GWR.

Hasil studi menunjukkan bahwa determinan kualitas lingkungan hidup di Kabupaten/ Kota Provinsi Jawa Tengah memiliki pola yang bervariasi. Kemiskinan terbukti berpengaruh signifikan terhadap Indeks Kualitas Lingkungan Hidup (IKLH) pada tiga wilayah yakni Kabupaten Semarang, Kabupaten Kendal, dan Kota Semarang dengan arah hubungan negatif, sementara 32 daerah lainnya tidak menunjukkan pengaruh signifikan. Indeks Pembangunan

Manusia (IPM) juga memberikan pengaruh yang beragam, di mana Kabupaten Kebumen memiliki hubungan positif terhadap IKLH, sedangkan enam wilayah lainnya yaitu Kabupaten Semarang, Kabupaten Temanggung, Kabupaten Kendal, Kabupaten Pemalang, Kota Salatiga, dan Kota Semarang menunjukkan hubungan negatif; sisanya tidak signifikan. Variabel produktivitas padi pun memberikan hasil bervariasi, dengan tiga wilayah yakni Kabupaten Semarang, Kota Semarang, dan Kabupaten Kendal yang menunjukkan pengaruh positif, sedangkan Kabupaten Rembang menunjukkan hubungan negatif, dan mayoritas wilayah lainnya tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap IKLH.

Aspek budaya lokal turut memperkaya dinamika ini sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi yang selaras dengan pelestarian lingkungan. Di Kendal dan Semarang, praktek irigasi komunal berbasis gotong royong menjaga saluran air, embung desa, dan pola tanam sehingga mendorong produktivitas padi sekaligus mempertahankan kualitas air dan lahan. Festival budaya seperti Sekaten, Dugderan, dan Kirab Pusaka juga menarik wisatawan serta membuka ruang ekonomi kreatif yang membantu menurunkan kemiskinan tanpa memberi tekanan besar pada lingkungan. Di wilayah dataran tinggi seperti Temanggung dan Wonosobo, tradisi terasering dan ritual pertanian menjaga stabilitas produksi sekaligus mendukung peningkatan IPM melalui pendapatan agraris yang lebih konsisten. Sementara itu, di Rembang kearifan pesisir dalam mengelola mangrove dan menjaga kawasan pantai menjadi penyeimbang tekanan lingkungan sekaligus membuka peluang ekowisata. Tradisi agraris seperti Grebeg Sawah di Kebumen memperkuat gotong royong petani dalam menjaga irigasi dan kualitas lingkungan, sehingga memperkuat hubungan positif antara pembangunan manusia (IPM) dan kualitas lingkungan hidup.

Upaya peningkatan Indeks Pembangunan Manusia (IPM) perlu diarahkan pada aspek edukasi, literasi lingkungan, serta penguatan perilaku ramah lingkungan masyarakat.

Berdasarkan temuan tersebut, disarankan agar pemerintah daerah di Provinsi Jawa Tengah mengintegrasikan program pengentasan kemiskinan dengan kebijakan

perlindungan lingkungan hidup secara berkelanjutan. Upaya peningkatan Indeks Pembangunan Manusia (IPM) perlu diarahkan pada aspek edukasi, literasi lingkungan, serta penguatan perilaku ramah lingkungan masyarakat. Selain itu, harmonisasi antara sektor pertanian dan industri menjadi penting melalui penerapan praktik pertanian berkelanjutan dan penguatan industri hijau sehingga tercipta keseimbangan antara pembangunan ekonomi dan pelestarian lingkungan hidup di seluruh wilayah Kabupaten/Kota di Jawa Tengah. Melalui pendekatan spasial insight, penelitian ini menegaskan bahwa pembangunan berkelanjutan tidak hanya ditentukan oleh pertumbuhan ekonomi, tetapi juga oleh kemampuan membaca pola keruangan yang membentuk kualitas lingkungan hidup. Variasi pengaruh kemiskinan, IPM, dan produktivitas pertanian di berbagai wilayah menunjukkan bahwa setiap ruang memiliki dinamika unik yang membutuhkan strategi intervensi berbeda. Temuan ini menekankan pentingnya membangun *Environmental Growth Culture* yang bertumpu pada data spasial, peningkatan kapasitas manusia, dan kebijakan ekologis yang inklusif agar suatu daerah dapat melangkah menuju masa depan yang tidak hanya tumbuh, tetapi juga berkelanjutan.



Gotong Royong Inovatif di 3T NTT

Oleh Hany Bengu, S.E., M.M.
Dosen Prodi Bisnis Digital-UCB



Gotong royong bukan hanya slogan, melainkan denyut nadi pertumbuhan ekonomi di daerah Tertinggal, Terdepan, dan Terluar (3T). Di Nusa Tenggara Timur provinsi dengan 11 kabupaten masuk kategori 3T dan peringkat IPM terendah nasional budaya ini menjadi penyelamat sekaligus pengungkit ekonomi yang tak tergantikan.

Fenomena Nyata di Lapangan NTT (2023–2025)

Gotong Royong Mengatasi Keterbatasan Infrastruktur Di Desa Fatumnasi, Kabupaten Timor Tengah Selatan (TTS), warga secara swadaya membangun jalan usaha tani sepanjang 14 km pada 2023–2024 karena dana desa hanya cukup untuk 4 km. Hasilnya: waktu tempuh jagung dari kebun ke pasar turun dari 6 jam menjadi 1,5 jam, harga jual naik 40%, dan pendapatan petani meningkat Rp 1,8–2,5 juta per musim (data

Dinas Pertanian TTS, 2025). Fenomena serupa terjadi di Desa Nusa Manuk, Pulau Sema (perbatasan laut dengan RDTL). Ketika listrik PLN belum masuk hingga 2025, warga bergotong royong membeli panel surya secara patungan (Rp 800–1,2 juta per KK) dan membuat “Bank Surya Desa” yang meminjamkan panel ke rumah tangga miskin tanpa bunga.

Koperasi Berbasis Gotong Royong di Perbatasan Koperasi “Merdeka Timur” di Kabupaten Belu (perbatasan RDTL) yang beranggotakan 2.800 petani jagung dan peternak sapi berhasil mengekspor 1.200 ekor sapi hidup ke Timor Leste pada 2024–2025. Modal awal berasal dari iuran Rp 50.000 per anggota ditambah gotong royong tenaga kerja untuk membangun kandang komunal.

Di Kabupaten Sumba Timur, “Koperasi Kopi Marada” yang mengelola 1.200 hektar kopi arabika berhasil menembus pasar ekspor

ke Eropa pada 2025 dengan harga premium karena menerapkan sistem bagi hasil yang adil dan transparan—cerminan gotong royong modern.

Ketika Bencana Datang: Gotong Royong Menjadi Jaring Pengaman Saat Siklon Seroja melanda NTT pada April 2021, warga Adonara (Flores Timur) kehilangan 70% rumah. Dalam 6 bulan, 1.200 rumah hunian tetap selesai dibangun, 90% tenaga kerja adalah gotong royong warga sendiri. Biaya per rumah turun dari Rp 85 juta menjadi Rp 42 juta karena tenaga kerja gratis dan material lokal.

Mengapa Gotong Royong di 3T NTT Lebih Kuat?

Akses di daerah yang masih terbatas membuat masyarakat terpaksa mandiri, sehingga budaya adat seperti “belis” di Timor dan “marapu” di Sumba memperkuat

ikatan sosial, dan jarak serta transportasi yang mahal membuat “saling tolong” menjadi kebutuhan hidup, bukan pilihan.

WhatsApp & Facebook Group sebagai “Balai Desa Digital” Di Desa Oenino, Timor Tengah Selatan, grup WA “Oenino Bersatu” (1.850 anggota) digunakan untuk koordinasi penjualan jagung secara kolektif. Pada musim panen 2025, mereka berhasil menjual 180 ton jagung langsung ke pembeli di Surabaya dengan harga 27% lebih tinggi daripada harga tengkulak lokal, hanya lewat koordinasi di grup WA dan live location saat truk datang.

Aplikasi “Malaka Gotong Royong” yang diluncurkan pada April 2024 telah menggalang Rp 2,3 miliar hingga November 2025, dan dana tersebut digunakan untuk membangun 42 sumur bor di 28 desa terpencil, memberikan beasiswa kepada 1.120 anak putus sekolah, dan bantuan medis darurat untuk 180 kasus, dengan rata-rata donasi Rp 25.000-Rp 75.000 per orang dari ribuan donatur.

“Bank Bibit Digital” di Pulau Sabu dan Rote Petani Sabu Raijua membuat grup Telegram “Bank Bibit Sabu” yang berfungsi sebagai bursa bibit gratis. Jika ada petani yang kehabisan bibit bawang merah atau kacang hijau, cukup posting di grup, petani lain yang kelebihan bibit akan mengirim lewat kapal antar-pulau tanpa meminta bayaran, hanya dicatat sebagai “utang bibit” yang dibayar pada musim berikutnya. Pada 2025, bank bibit ini menyelamatkan 1.800 hektar tanaman dari gagal panen.

Live TikTok dan Facebook untuk Pemasaran Produk 3T Kelompok tenun ikat Desa Nunkurus, Kupang Timur, setiap Rabu malam melakukan live TikTok/FB bertajuk “Tenun dari Ujung Timur”. Dalam 10 bulan (Januari–Oktober 2025), mereka berhasil menjual 4.800 helai kain tenun dengan omzet Rp1,8 miliar, langsung ke pembeli di Jakarta, Bali, bahkan Belanda, tanpa perantara. Mereka bergotong royong: yang pandai menenun fokus produksi, yang muda mengurus live dan packing.

“Go-Digital Gotong Royong”: Gojek dan Grab Masuk 3T Sejak 2024, GoFood dan GrabFood resmi masuk Kota Kupang, SoE, Atambua, dan Kefamenanu. Para driver (kebanyakan pemuda desa) membentuk komunitas “Driver 08” (nama kode NTT). Ketika ada driver sakit atau motor rusak, anggota lain patungan bantu biaya rumah sakit atau servis, total bantuan yang terkumpul tahun 2025 mencapai Rp 487 juta (data internal Driver 08). Ini adalah gotong royong ala anak muda perkotaan 3T yang bekerja di platform digital.

Platform “NTT Mart” Berbasis Koperasi Digital Pada Agustus 2025, 42 koperasi



dari 12 kabupaten 3T meluncurkan aplikasi “NTT Mart” yang menghubungkan petani, peternak, nelayan, dan pengrajin langsung dengan pembeli di luar NTT. Dalam 4 bulan, transaksi mencapai Rp 28 miliar. Keunikan: setiap transaksi dikenakan “iuran gotong royong” 1% yang otomatis masuk kas bersama untuk bantuan bencana atau beasiswa.

Gotong Royong Digital di daerah 3T berkembang pesat karena infrastruktur 4G/5G yang dibangun pemerintah sejak 2022 telah menjangkau 87% desa, biaya internet yang murah (paket data 100 GB hanya Rp 100.000/bulan), dan rasa kebersamaan yang kuat membuat orang lebih percaya bertransaksi lewat grup komunitas daripada e-commerce besar, sehingga WhatsApp dan TikTok menjadi “alat kerja” baru.

Pelajaran Besar

Di daerah yang selama puluhan tahun dianggap “tertinggal”, justru lahir bentuk-bentuk gotong royong paling inovatif di era digital. Mereka tidak menunggu infrastruktur sempurna atau investor besar. Mereka mengambil teknologi sederhana (smartphone + internet) lalu menyuntikkan nilai gotong royong di dalamnya menghasilkan pertumbuhan ekonomi dari bawah, oleh rakyat, untuk rakyat.

Inilah “A Culture of Growth” versi paling otentik yang dimiliki Indonesia: ketika

modal finansial minim, modal sosial menjadi pengganda yang luar biasa. Jika daerah 3T NTT yang terpencil saja mampu menciptakan ekosistem ekonomi digital berbasis gotong royong, maka daerah lain di Indonesia tidak punya alasan untuk tidak melakukannya.

Gotong royong bukan masa lalu. Di era digital, ia justru menjadi masa depan paling cerah bagi pertumbuhan ekonomi inklusif terutama di ujung-ujung negeri yang selama ini terlupakan. Salam Ekonomi Kerakyatan dari NTT.

“The best way to predict the future is to create it.”

~ Peter Drucker ~

Opini

Merajut Budaya Pengetahuan dan Kolaborasi untuk Ekonomi Sumut yang Berkelanjutan

Oleh **Juli Meliza, SE, M.Si. & Dr. Wardayani, SE, M.Si.**
STIM Sukma & ISEI Medan



Pertumbuhan ekonomi sering didefinisikan secara sempit melalui laju kenaikan Produk Domestik Bruto (PDB). Namun, ekonom pemenang Nobel, Paul Romer, mengingatkan bahwa pertumbuhan sejatinya didorong oleh ide dan inovasi. Ini sejalan dengan konsep “*Culture of Growth*”. Sebuah ekosistem yang melampaui statistik; ia mencakup pola pikir, insentif kebijakan, dan sistem sosial yang secara konsisten mendorong inovasi, investasi jangka panjang, dan peningkatan produktivitas. Budaya ini berakar pada Budaya Pengetahuan, Eksperimen, Kolaborasi, Kewirausahaan, Etika, dan Imajinasi. Budaya ini adalah fondasi yang membuat pertumbuhan ekonomi menjadi inklusif dan lestari.

Secara global, konsep ini kian relevan di tengah tantangan fragmentasi rantai pasok, inflasi energi, dan transisi energi. Indonesia merespons dengan kebijakan strategis—mulai dari hilirisasi SDA, pemerataan

pembangunan, hingga pemanfaatan momentum bonus demografi. Kebijakan ini adalah upaya struktural untuk menanamkan Budaya Pertumbuhan di seluruh lini ekonomi nasional.

Isu Hangat Ekonomi Nasional: Katalis Pertumbuhan Baru

Program hilirisasi sumber daya alam (SDA) adalah perwujudan konkret dari Budaya Eksperimen dan Inovasi di tingkat nasional. Dari nikel hingga bauksit, langkah ini bertujuan mentransformasi Indonesia dari pengeksport bahan mentah menjadi pemain industri nilai tambah global.

Analisis menunjukkan bahwa kebijakan ini efektif membentuk *supply chain* domestik yang lebih kuat dan menarik investasi asing (*Foreign Direct Investment/FDI*). Di tengah ketidakpastian geopolitik, Indonesia memposisikan diri untuk memanfaatkan tren *nearshoring* atau *reshoring*—pemindahan

basis produksi yang mencari kestabilan dan kedekatan bahan baku. Wilayah dengan kesiapan infrastruktur dan SDM yang baik, seperti Sumatera Utara, menjadi kandidat utama untuk menarik FDI ini.

Peran ekonomi digital merupakan manifestasi dari Budaya Kewirausahaan dan Budaya Pengetahuan. Sektor ini tidak hanya menumbuhkan *startup* teknologi, tetapi juga mendorong adopsi teknologi oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Digitalisasi adalah kunci bagi pertumbuhan yang inklusif, membuka akses pasar yang sebelumnya terkendala batas geografis, serta meningkatkan efisiensi dan produktivitas secara signifikan.

Fokus Lokal: Medan dan Sumut sebagai Laboratorium Pertumbuhan

Implementasi Budaya Pertumbuhan harus diterjemahkan ke dalam konteks lokal. Sumatera Utara (Sumut) dan Kota Medan,

sebagai Gerbang Ekonomi Wilayah Barat, menawarkan studi kasus yang kaya.

Pembaruan infrastruktur seperti Tol Trans-Sumatera dan pengembangan kawasan strategis seperti KEK Sei Mangkei dan Pelabuhan Kuala Tanjung adalah investasi krusial dalam Budaya Etika dan Kepercayaan Sosial (karena menjamin efisiensi dan kepastian). Proyek-proyek ini bertujuan menjadikan Sumut sebagai hub logistik dan manufaktur yang efisien, memangkas biaya transportasi, dan meningkatkan daya saing produk lokal di pasar global. KEK Sei Mangkei, khususnya, harus dioptimalkan sebagai pusat hilirisasi oleokimia untuk menampung Budaya Eksperimen di sektor komoditas sawit.

Komoditas utama Sumut (kelapa sawit, karet, kopi) masih mendominasi PDRB. Tantangan utamanya adalah meningkatkan nilai tambah. Hilirisasi PKS (pabrik kelapa sawit) dan pengembangan industri turunan seperti oleokimia harus menjadi prioritas. Langkah ini sangat penting untuk meredam dampak fluktuasi harga komoditas global terhadap PDRB Sumut dan kesejahteraan petani, sejalan dengan prinsip Budaya Inovasi.

Perkembangan sektor jasa (perdagangan, pariwisata, keuangan) dan UMKM di Medan menunjukkan vitalitas tinggi. Keberhasilan UMKM dalam melakukan “*go digital*” didukung oleh inisiatif pemerintah dan swasta merupakan contoh nyata Budaya Kewirausahaan yang adaptif. Peningkatan akses pembiayaan dan pelatihan keterampilan digital telah memungkinkan mereka memperluas pasar dan meningkatkan omzet.

Untuk memperkuat Budaya Etika dan Kepercayaan Sosial, isu kebijakan lokal, khususnya kemudahan berusaha (*ease of doing business*) di Medan, perlu menjadi perhatian serius. Penyederhanaan dan transparansi perizinan serta insentif investasi yang jelas adalah prasyarat untuk menciptakan iklim yang menarik bagi investor domestik maupun asing. Budaya Pertumbuhan tidak akan tercipta jika pelaku usaha menghadapi birokrasi yang rumit dan tidak transparan.

Diperlukan upaya untuk memperkuat Fondasi “*Culture of Growth*” di Sumut. *Pertama*, Investasi SDM Melalui Budaya Pengetahuan. Membangun *culture of growth* harus dimulai dengan investasi pada Sumber Daya Manusia (SDM). Peningkatan kualitas pendidikan vokasi dan keterampilan digital sangat penting untuk mengisi kebutuhan industri hilirisasi dan teknologi di Sumut. Bonus demografi hanya akan menjadi dividen jika diimbangi dengan tenaga kerja yang terampil dan beretos kerja tinggi, sesuai dengan prinsip Budaya Pengetahuan.



Kedua, Peran Keuangan dalam Budaya Kolaborasi. Sektor keuangan, terutama Bank Pembangunan Daerah (BPD) seperti Bank Sumut dan lembaga keuangan non-bank, harus berfungsi sebagai mitra strategis dalam Budaya Kolaborasi. Mereka tidak hanya menyalurkan kredit, tetapi juga mendukung pembiayaan proyek infrastruktur strategis dan memfasilitasi *upgrade* teknologi bagi UMKM.

Ketiga, Sinergi Inovasi (*Triple Helix*). Fondasi utama Budaya Pertumbuhan adalah Budaya Diskusi dan Kolaborasi. Di Medan, sinergi Akademisi (Universitas), Bisnis (Pelaku Industri), dan Pemerintah Daerah (Pemda)—*Triple Helix*—harus diperkuat. Akademisi harus memfokuskan riset terapan yang dapat dikomersialkan, industri menyediakan tantangan nyata, dan pemerintah memfasilitasi regulasi yang adaptif. Kolaborasi ini memastikan bahwa inovasi yang terjadi relevan dan dapat menciptakan nilai ekonomi.

Sebagai Penutup, *Culture of growth* adalah komitmen kolektif yang mengharuskan kita beranjak dari sekadar mengejar target angka

PDB menuju pembangunan ekosistem yang berkelanjutan, inklusif, dan berakar pada nilai-nilai sosial. Potensi Medan dan Sumatera Utara sebagai lokomotif ekonomi barat Indonesia sangat besar dan optimistik.

Untuk mewujudkan potensi ini dan menguatkan *culture of growth*, diperlukan rekomendasi aksi spesifik: Pemerintah Daerah: Fokus pada penyederhanaan birokrasi dan peningkatan kualitas layanan publik (memperkuat Budaya Etika) serta investasi yang tepat sasaran pada pendidikan vokasi (memperkuat Budaya Pengetahuan); ISEI dan Akademisi: Mendorong riset terapan dan diskusi publik yang konstruktif (memperkuat Budaya Diskusi) untuk menjembatani kesenjangan antara kebijakan dan praktik bisnis; Pelaku Bisnis: Berinvestasi pada inovasi dan *reskilling* SDM (memperkuat Budaya Eksperimen) serta mengimplementasikan praktik bisnis yang transparan dan etis (memperkuat Budaya Kepercayaan Sosial). Dengan mengintegrasikan semua dimensi budaya ini, pertumbuhan ekonomi di Sumut akan menjadi lebih kuat, tahan banting, dan secara fundamental berkelanjutan.

Womenpreneur dalam Desain Kewirausahaan Nasional: Peluang, Realitas, dan Tantangan

Oleh **Weni Lidya Sukma dan Kadir Ruslan**
Statistisi di BPS

Ekonomi Indonesia harus tumbuh lebih kuat. Pernyataan ini kerap kali terdengar belakangan ini. Target pertumbuhan ekonomi di angka 8% merupakan skenario optimis yang digadang pemerintah Indonesia dalam 4 tahun ke depan. Salah satu upaya untuk menggapai target tersebut adalah melalui peningkatan kewirausahaan. Rasio kewirausahaan nasional ditargetkan mencapai 3,6% dari seluruh angkatan kerja pada tahun 2029 dalam RPJMN 2025-2029.

Dalam menyokong hal ini peran perempuan sebagai *womenpreneur* tidak bisa dipinggirkan. Berdasarkan *dashboard* Global Entrepreneur Monitor (GEM) tahun 2022, rasio wirausaha baru (TEA/Total Early-Stage Entrepreneurial Activity) di kalangan perempuan lebih tinggi 1,3 kali dibandingkan laki-laki. Bahkan, dari 29 juta pengusaha UMKM pada tahun 2024, hampir setengahnya (49,4%) adalah pengusaha perempuan (sumber: SIDT/ Sistem Informasi Data Tunggal UMKM). Hal ini menandakan peran perempuan sangat signifikan dalam kewirausahaan. Di hampir setiap titik, mulai dari gang-gang sempit di wilayah perkotaan hingga di pelosok pedesaan, aktivitas

ekonomi yang digerakkan perempuan terus tumbuh. Fenomena ini bukan lagi sekedar dinamika sosial dadakan, tapi sebuah tren positif yang dapat memberikan kontribusi positif bagi perekonomian. Sebuah peluang ekonomi yang perlu ditangkap.

Hasil dari statistik *e-commerce* tahun 2024 (BPS, 2025) memperkuat gambaran ini. Dalam setahun terakhir, kepemilikan bisnis *e-commerce* perempuan mengalami peningkatan 1,69 persen poin menjadi 44,47% pada tahun 2024 dibandingkan tahun 2023. Hal ini menunjukkan bahwa berkembangnya *platform* daring saat ini mampu membuka peluang baru bagi perempuan untuk berusaha tanpa harus keluar bekerja meninggalkan rumah. Hal ini tentu saja relevan dengan kondisi tradisional perempuan yang sering dibebankan pada pekerjaan domestik, seperti mengasuh anak, merawat lansia, dan bahkan mengelola rumah tangga.

Lingkungan kewirausahaan yang telah terbangun dengan baik di Indonesia sudah sepatutnya menjadi faktor pendorong peningkatan kewirausahaan perempuan. Menurut GEM, pada tahun 2022, skor *National*

Entrepreneurship Context Index (NECI) Indonesia mencapai 6,4 dari nilai maksimal 10. Hampir pada setiap komponen penyusun nilai skor Indonesia berada pada kategori *sufficient* dan berada di atas skor wilayah regional yang sama. Hal ini menunjukkan bahwa fondasi ekosistem kewirausahaan Indonesia relatif cukup kondusif, baik dari sisi infrastruktur fisik, akses pembiayaan, hingga dinamika pasar. Seharusnya, secara teori hal ini dapat memberikan ruang yang luas bagi perempuan untuk mampu berkembang. Namun, fakta di lapangan memperlihatkan bahwa kondisi tersebut belum otomatis diterjemahkan menjadi kesetaraan peluang bagi *womenpreneur*. Masih ada hambatan sosial, budaya, regulasi, dan beban tradisional yang cenderung tidak proporsional membebani perempuan.

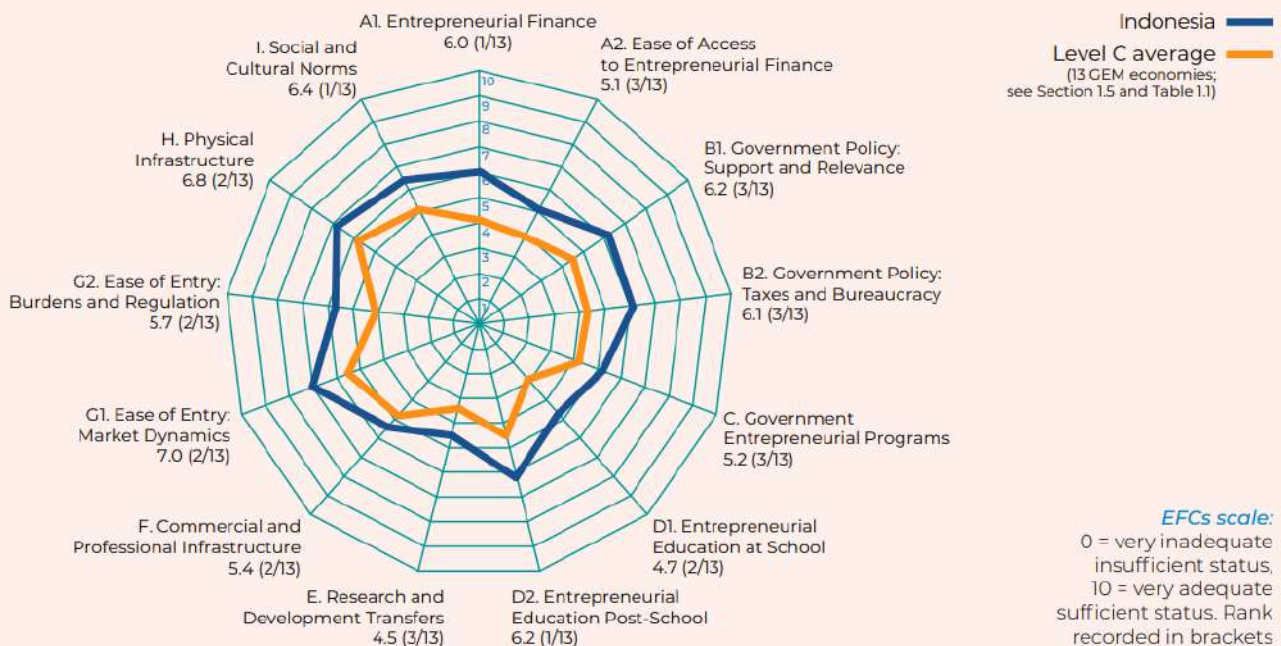
Tantangan pada pengusaha perempuan tentu saja sudah disadari banyak pihak. Berdasarkan hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2025, OJK mengungkapkan bahwa indeks literasi keuangan dan indeks inklusi keuangan perempuan masih lebih rendah dibandingkan laki-laki. Bahkan menurut Bank Dunia (2006) perempuan di Indonesia memang lebih sulit mendapatkan kredit formal. Sering kali, salah satu yang menjadi penyebab adalah tidak adanya agunan atas nama sendiri yang bisa dijadikan jaminan atau karena bias persepsi terhadap kemampuan usaha mereka, walaupun tingkat pengembalian kredit mereka cukup tinggi.

Tantangan lain adalah terkait penghasilan dari pengusaha perempuan. Menjadi pengusaha seyogyanya memberikan peluang peningkatan pendapatan bagi perempuan, dibandingkan dengan hanya menjadi karyawan. Menurut studi dari Ruslan dan Sukma (2025), saat berstatus karyawan, perempuan mendapatkan upah 23 persen lebih rendah walaupun dengan karakteristik yang sama dengan laki-laki. Namun, bukti empiris juga memperlihatkan bahwa pendapatan dari perempuan yang berusaha masih jauh lebih rendah dari laki-



Sumber: Ilustrasi dari Nano Banana

EXPERT RATINGS OF THE ENTREPRENEURIAL FRAMEWORK CONDITIONS



Gambar: Skor Komponen Penyusun NECI Indonesia, 2022 (GEM,2023)

laki. Hasil Survei Angkatan Kerja Nasional (SAKERNAS) menunjukkan bahwa laki-laki yang berusaha mempunyai penghasilan rata-rata sebulan sebesar 3,03 juta rupiah sedangkan perempuan hanya mencapai 2,02 juta rupiah. Perbedaan ini cenderung persisten dari tahun ke tahun. Sebagai gambaran, di tahun 2019, penghasilan rata-rata laki-laki yang berusaha mencapai 2,28 juta rupiah dan perempuan hanya 1,51 juta rupiah.

Banyak UMKM perempuan berada pada sektor berisiko rendah namun marginnya kecil, seperti kuliner rumahan atau perdagangan kecil. Minimnya akses pelatihan, pendampingan bisnis, dan teknologi membuat usaha perempuan sulit naik kelas. Apalagi sebagian besar waktu perempuan masih tersedot oleh pekerjaan domestik tak dibayar. Pekerjaan ini tidak masuk dalam penghitungan PDB, tetapi sangat mempengaruhi kapasitas dan menyita waktu mereka untuk tumbuh sebagai wirausaha.

Meski demikian, secara ekonomi makro, mendorong *womenpreneur* adalah langkah strategis dengan efek penganda yang cukup besar. Menurut WEF (*World Economic Forum*) (2023), jika kesenjangan gender dalam pekerjaan dan kewirausahaan dapat dipersempit, pertumbuhan ekonomi berpotensi meningkat menjadi 7,1% di negara berkembang bahkan bisa menjadi 8% di negara *emerging market*. Secara mikro, peningkatan jumlah perempuan yang berwirausaha dengan produktivitas lebih tinggi juga berpotensi meningkatkan pendapatan rumah tangga, memperbaiki

kualitas pendidikan anak, dan memperkuat ketahanan ekonomi keluarga. Hal ini dikarenakan perempuan cenderung mengalokasikan pendapatan untuk kesehatan, pendidikan, dan kebutuhan dasar keluarga.

Selain itu, perempuan memiliki kecenderungan lebih besar untuk membangun usaha dengan orientasi sosial dan keberlanjutan (OECD, 2025). Banyak bisnis perempuan bergerak di sektor kreatif, kesehatan, pangan lokal, lingkungan, atau edukasi dan bidang-bidang yang relevan dengan transisi ekonomi masa depan. Ketika kebijakan global bergerak menuju ekonomi hijau dan inklusif, karakter *womenpreneur* justru paling selaras dengan arah perkembangan tersebut. Indonesia memiliki peluang besar untuk memanfaatkan energi kewirausahaan perempuan sebagai bagian dari strategi pembangunan jangka panjang. Maka sudah saatnya ekosistem pendukung *womenpreneur* diperkuat melalui kebijakan yang lebih progresif. Pertama, perluasan akses pembiayaan inklusif gender harus menjadi prioritas, termasuk skema kredit tanpa agunan, pendanaan berbasis kelompok, dan investasi yang secara khusus menyasar bisnis perempuan. Kedua, literasi bisnis dan digital bagi perempuan perlu ditingkatkan melalui program pelatihan terstruktur yang mudah diakses, terutama bagi perempuan di daerah. Ketiga, sistem pendukung terhadap peran domestik perempuan juga harus diperbaiki. Ini mencakup perluasan layanan *daycare* yang terjangkau, perlindungan pekerja domestik, hingga program penguatan ekonomi rumah tangga. Tanpa mengurangi tanggung jawab

domestik yang dipanggul perempuan, mustahil mereka dapat memaksimalkan potensi ekonomi.

Jika Indonesia ingin melompat lebih jauh mengoptimalkan potensi dan kontribusi kaum perempuan terhadap ekonomi melalui *womenpreneur*, maka kunci utamanya cukup sederhana, yaitu tidak hanya berfokus pada peningkatan tingkat partisipasi mereka di pasar kerja, tapi juga memberikan kesempatan dan peluang yang lebih luas bagi mereka untuk memimpin dan mengembangkan diri. (*)

**“Investasi terbaik
sebuah bangsa
adalah pada
manusianya.”**

~ Sri Mulyani ~

Menguatkan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal di Kalimantan Utara

Oleh **Dr. Arifai Ilyas**

Dosen STIE Bulungan Tarakan & Sekretaris ISEI Cabang Tarakan Koordinator Kalimantan Utara

Kalimantan Utara (Kaltara) merupakan provinsi yang memiliki kekayaan budaya dan sosial yang sangat potensial. Keberagaman suku Tidung, Dayak, Bulungan, hingga masyarakat pendatang membuat daerah ini memiliki basis budaya yang kuat untuk dikembangkan melalui ekonomi kreatif. Data Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Utara Tahun 2023 menunjukkan bahwa terdapat 639-unit usaha ekonomi kreatif di lima kabupaten/kota dengan sebaran pada 17 subsektor. Informasi tersebut memberikan gambaran bahwa aktivitas ekonomi kreatif sudah berjalan cukup masif dan menjadi bagian penting dari struktur ekonomi masyarakat. Kearifan lokal menjadi pondasi utama dalam pengembangan ekonomi kreatif di Kaltara. Tradisi, budaya, nilai-nilai sosial, serta pemahaman masyarakat terhadap alam telah menjadi sumber inspirasi yang kuat bagi pelaku ekonomi kreatif. Data Dinas Pariwisata Kaltara tahun 2023 menyebutkan bahwa subsektor kriya merupakan salah satu subsektor terbesar dengan 246 unit usaha, terutama tersebar di Malinau, Bulungan, dan Tana Tidung. Hal ini mengindikasikan bahwa kriya berbasis budaya lokal, seperti anyaman rotan, manik-manik, dan ukiran kayu, memiliki akar yang kuat dan potensi ekonomi yang signifikan. Demikian pula halnya dengan subsektor kuliner yang mencapai 262-unit usaha (Dinas Pariwisata Kaltara 2023). Ini menunjukkan kreativitas masyarakat dalam mengolah hasil laut, hasil hutan, serta pangan tradisional menjadi produk kuliner yang bernilai ekonomi tinggi.

Meskipun memiliki potensi yang besar, ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal di Kaltara masih menghadapi sejumlah tantangan. Banyak pelaku usaha kreatif yang masih beroperasi pada skala mikro, sehingga kapasitas produksi dan akses modal menjadi terbatas. Selain itu, branding dan pengemasan produk banyak yang belum

optimal. Padahal identitas visual seperti motif Dayak Lundayeh, ornamen Bulungan, dan simbol Tidung dapat menjadi kekuatan branding yang membedakan produk Kaltara dari daerah lain. Tantangan lain yang diidentifikasi adalah rendahnya pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran. Sebagian pelaku usaha belum memanfaatkan media sosial, marketplace, atau fotografi produk secara efektif. Permasalahan perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) juga muncul karena masih banyak motif dan karya lokal yang belum didaftarkan, sehingga rentan ditiru oleh pihak lain.

Di balik tantangan tersebut, terdapat peluang besar untuk memperkuat peran ekonomi kreatif di Kaltara. Posisi geografis yang berbatasan langsung dengan Malaysia (Sabah) dianggap sebagai peluang strategis untuk memperluas jangkauan pasar produk kreatif. Begitupula sektor pariwisata alam dan budaya di Kaltara juga terus berkembang, seperti wisata budaya di Malinau, wisata pesisir Tarakan, dan wisata perbatasan di Nunukan, yang menjadi pasar alami bagi berbagai produk kreatif lokal. Selain itu, bonus demografi anak muda yang adaptif terhadap teknologi menjadi peluang untuk pengembangan subsektor kreatif modern seperti animasi, fotografi, film, dan aplikasi digital. Transformasi digital nasional juga memperluas peluang pemasaran tanpa batas yang dapat dimanfaatkan oleh para pelaku kreatif di Kaltara.

Agar ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal dapat berkembang optimal, diperlukan strategi penguatan yang komprehensif. Strategi pertama adalah menjadikan identitas budaya sebagai dasar utama branding produk kreatif. Identitas lokal seperti motif Dayak, kisah rakyat Tidung, dan sejarah Kesultanan Bulungan dapat digunakan untuk menguatkan karakter produk. Kedua, digitalisasi pelaku ekonomi kreatif harus

ditingkatkan melalui pelatihan konten digital, manajemen *e-commerce*, fotografi produk, serta storytelling berbasis budaya. Hal ini menegaskan bahwa digitalisasi menjadi salah satu kunci penguatan pemasaran dan daya saing pelaku kreatif. Ketiga, penguatan ekosistem kreatif perlu dilakukan melalui pembentukan creative hub, coworking space bertema budaya, festival kreatif rutin, serta jejaring antara pelaku kreatif dengan kampus, sekolah, komunitas, dan pelaku bisnis. Keempat, perlindungan HKI terhadap desain, motif, dan karya seni harus diperkuat agar memberikan nilai tambah ekonomi dan perlindungan hukum bagi pelaku kreatif. Kelima, integrasi antara sektor pariwisata dan ekonomi kreatif harus diperkuat, sehingga setiap event budaya, festival daerah, dan destinasi wisata dapat menjadi ruang pameran alami bagi produk kreatif lokal. Selain itu, penguatan rantai pasok lokal melalui kemitraan dengan koperasi, BUMDes, dan UMKM pendukung sangat penting untuk memastikan keberlanjutan produksi.

Sebagai penutup, dari berbagai potensi yang dimiliki, Kalimantan Utara berpeluang besar menjadi provinsi kreatif yang berdaya saing. Data Dinas Pariwisata Kaltara (2023) menunjukkan bahwa keberagaman subsektor ekonomi kreatif telah tumbuh di seluruh kabupaten/kota, mencerminkan potensi budaya dan kreativitas masyarakat yang telah mengakar. Melalui penguatan ekosistem, digitalisasi, perlindungan HKI, dan kolaborasi multisektor, ekonomi kreatif dapat berkembang sebagai motor pertumbuhan ekonomi baru Kaltara. Ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal bukan hanya upaya pengembangan ekonomi, tetapi juga langkah strategis untuk menjaga identitas daerah dan membangun masa depan Kaltara yang berkelanjutan, inklusif, dan berdaya saing.

Budaya Digitalisasi dan Transformasi Ekonomi di Indonesia

Oleh **Rizal Paruhuman Lubis**
Pengurus ISEI Cabang Medan

Digitalisasi bukan lagi sekadar pilihan, melainkan keharusan dalam mempercepat transformasi ekonomi nasional. Di Indonesia, proses digitalisasi semakin meluas: dari penetrasi internet yang tinggi, adopsi teknologi di sektor publik dan swasta, hingga munculnya model bisnis digital baru. Namun di balik potensi besar ini, tantangan struktural masih menghambat berkembangnya budaya digitalisasi yang inklusif dan berkelanjutan.

Budaya digitalisasi berarti penggunaan teknologi digital tidak hanya pada tahap konsumsi (sebagai pengguna), tetapi juga pada tahap produktivitas, kolaborasi, inovasi, dan pengambilan keputusan. Jika budaya ini

dapat dijangkarkan dengan baik, dampaknya terhadap ekonomi akan sangat positif: pertumbuhan ekonomi digital, efisiensi operasional, peningkatan daya saing, serta pemerataan kesempatan ekonomi.

Pengaruh Digitalisasi pada Transformasi Ekonomi Indonesia

Digitalisasi telah mengubah lanskap ekonomi Indonesia melalui berbagai segmen: e-commerce, fintech, logistik digital, startup teknologi, serta layanan berbasis data. Menurut laporan Trade.gov, ekonomi digital Indonesia diprediksi terus tumbuh besar dalam beberapa tahun ke depan, dengan dukungan program nasional seperti “100

Smart Cities” dan strategi AI jangka panjang. Dorongan investasi infrastruktur digital, seperti pusat data, jaringan fiber optik, menegaskan bahwa digitalisasi bukan hanya gaya hidup, tetapi strategi investasi jangka panjang.

Dengan akses internet yang lebih luas, banyak usaha, terutama UMKM, yang mulai mengadopsi teknologi digital untuk operasional sehari-hari. Marketplace, sistem pembayaran digital, dan cloud computing memungkinkan skala bisnis yang lebih efisien dan fleksibel. Selain itu, penggunaan analitik data, kecerdasan buatan (AI), dan otomatisasi mempercepat inovasi dalam model bisnis, membantu perusahaan



mengambil keputusan berbasis data, dan mengurangi pemborosan operasional.

Digitalisasi membuka peluang pekerjaan baru: data scientist, spesialis keamanan siber, pengembang aplikasi, konten kreator, dan banyak lagi. Selain itu, ekonomi digital mendorong tenaga kerja konvensional untuk naik kelas melalui pelatihan literasi digital, pemrograman, dan keterampilan digital lainnya.

Pemerintah Indonesia semakin mengandalkan sistem berbasis digital untuk memberikan layanan publik: administrasi kependudukan, perizinan, sistem pembayaran pajak, hingga sistem pengaduan warga. Digitalisasi pemerintahan meningkatkan transparansi, kecepatan layanan, dan efisiensi biaya. Transformasi ini juga penting untuk memperkuat daya saing nasional dan menarik investasi, karena infrastruktur digital dan ekosistem digital menjadi faktor penentu dalam memutuskan lokasi investasi.

Tantangan Utama dalam Menumbuhkan Budaya Digitalisasi di Indonesia

Walaupun potensi sangat besar, ada beberapa tantangan signifikan yang perlu diatasi agar budaya digitalisasi benar-benar meresap ke seluruh lapisan masyarakat dan berdampak maksimal pada transformasi ekonomi. Meskipun penetrasi internet nasional semakin tinggi, kualitas dan pemerataan jaringan masih belum merata. Wakil Menteri Komunikasi dan Digital menyatakan bahwa meski hampir 97 persen wilayah pemukiman kini terhubung ke jaringan telekomunikasi, tidak semua daerah memiliki kualitas layanan yang baik.

Data BPS menunjukkan bahwa fixed broadband penetration (akses internet kabel) itu rendah: hanya sekitar 21% rumah tangga pada akhir 2024. Karena geografi Indonesia yang berupa kepulauan, pembangunan infrastruktur menjadi mahal dan sulit di beberapa daerah terpencil. Ada kesenjangan kota-desa: misalnya, penetrasi internet pedesaan dilaporkan sangat rendah. Salah satu sumber menyebut penetrasi di pedesaan hanya 30,5% menurut data lama, meskipun laporan terbaru menunjukkan peningkatan, tetapi disparitas masih ada.

Meskipun semakin banyak masyarakat mengakses internet, tidak semua memiliki keterampilan digital yang cukup. Penelitian tentang Indeks Literasi Digital Indonesia (ILDI) mengungkap adanya ketimpangan literasi digital antar provinsi dan gender. Menurut analisis akademis, sebagian besar penduduk desa masih kekurangan literasi digital dasar, sehingga tidak bisa memanfaatkan peluang digital secara maksimal.

UNDP juga menyoroti bahwa banyak anak muda (16–30 tahun) yang berada di daerah pedesaan atau ekonomi lemah masih kesulitan mengakses teknologi dan pelatihan yang memadai untuk menjadi pengusaha digital. Jika keterampilan digital rendah, maka transformasi digital bisa menciptakan “kesenjangan pengetahuan” yang sama bahayanya dengan kesenjangan akses: sebagian masyarakat hanya menjadi konsumen pasif, bukan pelaku inovatif.

Semakin majunya ekonomi digital, semakin besar risiko keamanan. Menurut analisis di jurnal bisnis, serangan siber, pelanggaran data, dan penipuan online menjadi ancaman nyata yang bisa mengikis kepercayaan masyarakat terhadap layanan digital. Regulasi seperti Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi (PDP) memang sudah disahkan, tetapi tantangan tetap pada implementasi dan penegakannya di lapangan, terutama di kalangan pelaku usaha kecil yang mungkin tidak punya kapasitas besar untuk compliance.

Meskipun penetrasi internet tinggi (APJII mencatat 80,66% dari populasi menggunakan internet per 2025), tidak semua pengguna internet terlibat dalam ekosistem ekonomi digital, misalnya untuk berbisnis atau mendapatkan penghasilan. Dalam survei APJII ada indikasi bahwa banyak pengguna internet belum menggunakan internet sebagai alat produktif ekonomi. Selain itu, investasi digital (misalnya data center, AI, pusat data) cenderung terkonsentrasi di kota besar/Jawa, sementara daerah lain masih tertinggal dalam adopsi teknologi canggih. Faktor geografis (pulau, pegunungan), ekonomi (pendapatan rendah), dan sosial (kurangnya insentif lokal) membuat banyak komunitas sulit “bergabung” dalam rantai nilai digital global.

Strategi untuk Mengatasi Tantangan dan Memperkuat Budaya Digitalisasi

Untuk benar-benar menumbuhkan budaya digitalisasi yang inklusif dan mempercepat transformasi ekonomi, diperlukan strategi komprehensif: *Pertama*, Pembangunan Infrastruktur Terarah. Pemerintah dan swasta harus terus memperluas jaringan telekomunikasi, terutama di daerah 3T (tertinggal, terdepan, terluar). Skema kerjasama publik-swasta (PPP) dan program Universal Service Obligation (USO) perlu diperkuat agar investasi BTS, fiber optik, dan jaringan internet bisa lebih merata. Teknologi alternatif (misalnya satelit, radio broadband) bisa dipertimbangkan untuk menjangkau wilayah geografis sulit dengan biaya rendah.

Kedua, Meningkatkan Literasi Digital Secara Masif. Program pelatihan digital untuk masyarakat umum, terutama di pedesaan: literasi dasar (cara pakai internet, aplikasi), literasi keamanan (phishing, penipuan),

literasi data. Kolaborasi dengan sekolah, perguruan tinggi, dan komunitas lokal untuk membuka “digital learning hub” (pusat pembelajaran digital) di desa. Insentif atau program beasiswa keterampilan digital (misalnya coding, analitik data, AI) bagi generasi muda dan pekerja yang terkena “disruption” dari digitalisasi.

Ketiga, Perkuat Keamanan Siber dan Regulasi Data. Sosialisasi regulasi perlindungan data pribadi (PDP) kepada pelaku usaha, terutama UMKM, agar mereka memahami kewajiban dan cara melindungi data pelanggan. Peningkatan kapasitas lembaga penegak hukum siber dan pemantauan keamanan digital, agar insiden kebocoran data bisa ditangani lebih cepat dan tegas. Promosi budaya keamanan digital di masyarakat: edukasi penggunaan kata sandi kuat, autentikasi dua faktor, enkripsi data, dsb.

Keempat, Inklusi Ekonomi Digital. Dorongan agar pengguna internet tidak hanya sebagai konsumen, tetapi juga sebagai pelaku ekonomi: misalnya lewat program inkubasi startup lokal, kredit mikro digital, dan akses pasar digital bagi UMKM. Pemerintah dan perusahaan besar bisa menciptakan ekosistem digital lokal di luar Jawa, agar investasi digital merata dan menciptakan roda ekonomi di berbagai wilayah. Kebijakan insentif (pajak, subsidi teknologi) bagi bisnis digital di wilayah kurang berkembang untuk mempercepat adopsi dan partisipasi lokal dalam ekonomi digital.

Sebagai Penutup, digitalisasi di Indonesia berada di persimpangan penting: potensi ekonomi sangat besar, tetapi tantangan struktural juga nyata. Menumbuhkan budaya digitalisasi berarti lebih dari sekadar infrastruktur — ini soal bagaimana masyarakat, bisnis, dan pemerintah menginternalisasi teknologi sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari dan mesin produktif ekonomi. Empat tantangan utama: kesenjangan infrastruktur, literasi digital, keamanan siber, dan inklusi ekonomi harus diatasi secara serius dan terintegrasi. Jika dikelola dengan tepat, transformasi digital tidak hanya akan mempercepat pertumbuhan ekonomi nasional, tetapi juga menciptakan pemerataan peluang di seluruh Indonesia. Dengan strategi yang tepat, digitalisasi bisa menjadi fondasi untuk Indonesia yang lebih inovatif, inklusif, dan berdaya saing global.

Budaya Pembelajaran Organisasi untuk Kinerja dan Keberlanjutan

Oleh Sri Harini

Dosen Prodi Manajemen, FEB Universitas Djuanda



Disrupsi teknologi, terutama pada kecerdasan artifisial (AI), telah mengubah lanskap pekerjaan dan organisasi secara radikal. Laporan *Future of Jobs 2023* dari *World Economic Forum* menunjukkan bahwa sekitar 44% keterampilan inti pekerja akan berubah sebelum 2027 dan 6 dari 10 pekerja memerlukan pelatihan ulang (*reskilling/ upskilling*). Namun, saat ini hanya sekitar separuh tenaga kerja yang benar-benar memiliki akses memadai terhadap peluang pelatihan tersebut (World Economic Forum, 2023). Dalam konteks ini, fungsi MSDM tidak lagi cukup hanya “mengelola” tenaga kerja, tetapi harus menjadi arsitek “*culture of growth*”, yang menempatkan pembelajaran berkelanjutan, pengembangan kompetensi, dan peningkatan kinerja sebagai DNA organisasi. Budaya ini relevan khususnya bagi organisasi di negara berkembang seperti Indonesia, yang menghadapi bonus demografi sekaligus tekanan globalisasi dan digitalisasi.

Pertumbuhan tidak hanya berarti peningkatan laba atau ukuran perusahaan, tetapi terutama pertumbuhan manusia: cara organisasi menumbuhkan kapasitas kognitif, afektif, dan moral karyawannya agar mampu beradaptasi, berinovasi, dan berkontribusi

berkelanjutan. Di sinilah ilmu manajemen, terutama bidang MSDM, memiliki peran strategis untuk merumuskan kebijakan, sistem, dan praktik yang secara konsisten mengembangkan budaya pembelajaran.

Pola Pikir Pertumbuhan dan Budaya Pembelajaran Organisasi

Ide dasar dari pola pikir pertumbuhan, bahwa kemampuan dapat dikembangkan melalui usaha, pembelajaran, dan umpan balik, memberikan landasan bagi budaya pertumbuhan. Pada tingkat organisasi, hal ini terwujud sebagai budaya pembelajaran organisasi (*Organizational Learning Culture/ OLC*) berupa norma dan praktik yang mendorong karyawan untuk terus belajar, bereksperimen, dan berbagi pengetahuan.

Meta-analisis oleh Grohnert dkk. (2022) terhadap 86 studi dengan $N = 43.232$ karyawan menunjukkan bahwa budaya pembelajaran organisasi berhubungan positif dengan berbagai *outcome* penting. Hasil studi menjelaskan sekitar 12% varians kinerja organisasi, 20% inovasi, 24% kepuasan kerja, dan 22% komitmen organisasi, sekaligus menurunkan intensi *turnover* sekitar 8%. Temuan ini memberikan bukti kuat bahwa investasi pada OLC bukan sekadar jargon normatif, tetapi memiliki ROI

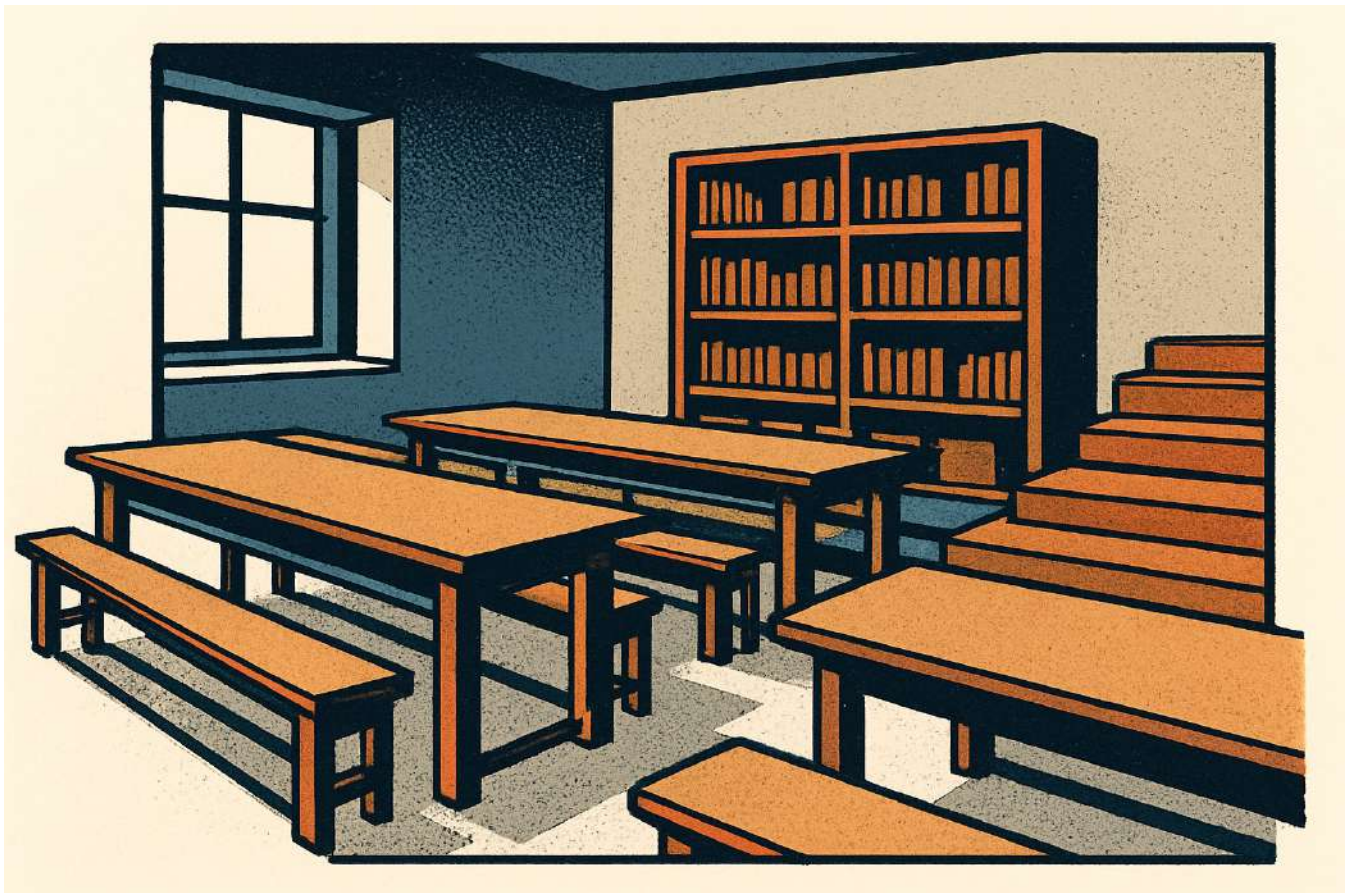
yang nyata bagi organisasi. Dari perspektif MSDM, OLC tercermin dalam cara organisasi merekrut, melatih, menilai kinerja, mengelola karir, hingga memberikan penghargaan. Ketika seluruh sistem ini berpihak pada pembelajaran dan pengembangan maka *growth mindset* individu akan diperkuat oleh struktur dan iklim kerja yang mendukung.

Budaya Pertumbuhan, Kinerja, dan Kesejahteraan Karyawan

Data global terbaru menguatkan urgensi pembangunan budaya pertumbuhan. *World Economic Forum* menegaskan bahwa keterampilan seperti berpikir analitis, berpikir kreatif, literasi teknologi, rasa ingin tahu, dan pembelajaran seumur hidup akan menjadi kompetensi yang paling dibutuhkan. Artinya, jika sebuah organisasi tidak mempunyai budaya pembelajaran yang kuat, maka ia berisiko tertinggal, bukan hanya secara teknologi tetapi juga dalam daya saing SDM.

Dalam LinkedIn Workplace Learning Report 2024 dilaporkan perlunya menyelaraskan program pembelajaran dengan tujuan bisnis tetap menjadi prioritas utama program pengembangan dan pelatihan (*Learning & Development/ L&D*) selama dua tahun berturut-turut. Hal ini membantu pengembangan karir karyawan naik drastis menjadi salah satu 4 prioritas teratas pada *L&D*. Ditemukan bahwa 9 dari 10 eksekutif global berniat untuk mempertahankan atau meningkatkan investasi dalam *L&D*, termasuk peningkatan/pelatihan ulang keterampilan (*upskilling/reskilling*). Organisasi dengan budaya belajar kuat diduga memiliki tingkat retensi yang lebih tinggi, mobilitas internal yang lebih besar, dan jalur promosi ke manajemen yang lebih sehat daripada organisasi dengan komitmen pembelajaran yang kurang.

Dampak budaya pembelajaran, melampaui kinerja bisnis hingga kesejahteraan psikologis. Faktanya, LinkedIn melaporkan bahwa sekitar 7 dari 10 pekerja menyatakan bahwa pembelajaran meningkatkan rasa keterhubungan mereka dengan organisasi, dan 8 dari 10 merasa pembelajaran menambah makna dalam pekerjaan mereka. Hal ini menguatkan literatur



pengembangan SDM yang menunjukkan bahwa ketika karyawan merasa bertumbuh, mereka menjadi lebih terlibat, loyal, dan lebih mungkin menjadi penggerak perubahan positif. Hubungan antara budaya pertumbuhan, kepuasan kerja, dan kinerja juga diperkuat oleh meta-analisis terbaru. Panda dkk. (2025) menganalisis 113 studi dengan lebih dari 38.000 responden dan menemukan korelasi $r = 0,339$ antara kepuasan kerja dan kinerja karyawan terdapat hubungan positif sedang yang signifikan. Artinya, intervensi MSDM yang meningkatkan kepuasan, termasuk melalui kesempatan belajar dan pengembangan, secara statistik juga akan meningkatkan kinerja.

Penelitian lain tentang budaya organisasi dan kinerja menunjukkan bahwa dimensi budaya yang mendukung pembelajaran, inovasi, dan dukungan psikologis berpengaruh positif terhadap kinerja dan kepuasan kerja, antara lain melalui peningkatan *psychological capital* (harapan, optimisme, efikasi diri, dan resiliensi). Hal ini semakin menguatkan bahwa budaya pembelajaran adalah investasi strategis yang sekaligus membangun kinerja dan menurunkan turnover (Suciariyani, dkk., 2022).

Implikasi Strategis untuk Kinerja dan Keberlanjutan

Membangun budaya pembelajaran organisasi (OLC) bukan hanya tugas unit pelatihan, tetapi bagian integral dari agenda strategis MSDM. Beberapa implikasi utama. *Pertama*, Desain Sistem L&D yang Terintegrasi dengan Bisnis. Program pelatihan dan pengembangan

perlu selaras dengan tujuan strategis organisasi sekaligus menyediakan jalur pengembangan karier yang jelas. Data dari LinkedIn menunjukkan bahwa tujuan karier yang jelas membuat karyawan 4 kali lebih proaktif dalam pembelajaran. (learning.linkedin.com) Kedua, Manajemen Kinerja sebagai Pembinaan. Bukan hanya penilaian sistem pemeringkatan harus bergeser dari yang murni retrospektif menjadi platform diskusi pengembangan: umpan balik yang membangun, rencana pembelajaran individual, dan bahkan dukungan untuk eksperimen pekerjaan. *Ketiga*, Kepemimpinan sebagai Model Peran *Growth Mindset*. Penelitian tentang budaya organisasi menunjukkan bahwa gaya kepemimpinan menjadi perantara antara budaya dan kinerja. Seorang pemimpin yang menunjukkan keterbukaan untuk belajar, mengakui kesalahan, dan memungkinkan orang lain untuk mencoba hal-hal baru membangun lingkungan yang aman secara psikologis dimana karyawan dapat berkembang. *Keempat*, Kebijakan Karir dan Mobilitas Internal. Budaya pertumbuhan membutuhkan mekanisme yang nyata: program rotasi, pasar kerja internal, atau proyek lintas fungsi yang memungkinkan karyawan mengembangkan kompetensi mereka tanpa meninggalkan organisasi. Hal ini telah meningkatkan tingkat retensi dan kualitas talenta manajerial. *Kelima*, Pengukuran Dampak dan Manfaat Menggunakan Analisis SDM. Fungsi MSDM harus dapat memanfaatkan data mengenai tingkat partisipasi pelatihan, *skill profile shift*, internal mobilitas, hingga korelasinya dengan kinerja, retensi, dan keberlanjutan. *Evidence-based HR* semacam

ini memastikan bahwa budaya pembelajaran organisasi sebagai bagian dari budaya pertumbuhan tidak hanya jadi slogan, tapi terukur dampaknya.

Dalam era disrupsi teknologi dan perubahan cepat, OLC bukan sekedar opsi, melainkan jadi prasyarat keberlanjutan organisasi. Data-data global (WEF, LinkedIn, dan Maastricht University) menunjukkan bahwa organisasi dengan budaya pembelajaran yang kuat cenderung menikmati retensi, mobilitas internal, dan jalur manajerial yang lebih baik. Demikian juga budaya pembelajaran memberikan kontribusi signifikan terhadap kinerja, inovasi, kepuasan kerja, dan komitmen, sekaligus menekan intensi keluar.

Untuk membangun OLC dimulai dengan merancang sistem dan praktik yang secara konsisten mendorong pembelajaran, refleksi, eksperimentasi, dan dialog pengembangan. MSDM harus ditransformasi dari administratif menjadi strategic growth partner, penggerak utama pertumbuhan manusia yang pada gilirannya mendorong pertumbuhan organisasi. Yang terpenting, OLC adalah komitmen jangka panjang: menempatkan manusia sebagai pusat strategi, berdasarkan keyakinan bahwa ketika karyawan tumbuh dalam pengetahuan, keterampilan, karakter, dan makna dalam pekerjaan, organisasi akan menuai kinerja, inovasi, dan keberlanjutan yang lebih tinggi.

Ketika Industrialisasi Berpacu dengan Geopolitik: Mampukah Kita Menghindar dari Jurang KKN?

Oleh **Dinna Prapto Raharja, PhD**

Praktisi & Pengajar Hubungan Internasional, Synergy Policies dan Universitas Binus
Anggota Pengurus Pusat ISEI, Focus Group Perdagangan dan Keuangan Internasional



Pengembangan industri atau industrialisasi, adalah salah satu syarat utama dalam penguatan daya saing ekonomi Indonesia di tingkat global. Sektor industri wajib dikembangkan sebagai bagian dari kemandirian ekonomi bangsa. Impian ini juga yang dikejar oleh Presiden Prabowo Subianto dalam Asta Cita.

Namun, industrialisasi bisa gagal. Korupsi, Kolusi dan Nepotisme (KKN) termasuk faktor penyebab perlambatan dan kegagalan industrialisasi. Logikanya demikian: KKN menghalau perencanaan yang baik, menyingkirkan sistem meritokrasi, memudahkan transparansi proses pengambilan kebijakan dan keputusan sehingga pelibatan masyarakat dalam tahapan pengembangan industri terkendala. Akibatnya, efektivitas program

pengembangan industri tidak bisa direncanakan dan sulit dipantau.

Dapatkah industrialisasi membuat KKN semakin marak? Pertanyaan kritis ini menyusul maraknya persaingan sengit di tingkat global antara kekuatan-kekuatan ekonomi adidaya. KKN kerap *homegrown* (tumbuh karena faktor domestik), tetapi tidak mustahil juga diinduksi oleh keterbukaan politik ekonomi yang makin besar dan menguatnya persaingan geopolitik masa kini. Berikut sejumlah alasan untuk lebih waspada pada dampak negatif dari berpacunya industrialisasi akibat persaingan geopolitik masa kini.

Pertama, titik tumpu persaingan geopolitik masa kini adalah adu kepiawaian para pemimpin negara-negara dunia

untuk mengklaim keberhasilan dalam mengendalikan kekuatan pasar (yakni aksi reaksi antara produsen dan konsumen). Karena tujuannya adalah unjuk kepiawaian dan ingin dianggap paling berpengaruh (*the most powerful*) maka urusan negara dianggap personal. Akibatnya segala tindakan dilakukan secara cepat dan menghendaki respon cepat juga dari negara-negara yang dituju. Di sinilah muncul ruang-ruang gelap yang subur untuk KKN.

Perhatikanlah aksi penetapan tarif yang dilakukan Presiden AS Donald Trump ke China dan ke seluruh dunia. Tarif dari AS ini merupakan disrupsi dalam hubungan kerjasama perdagangan, investasi, dan ekonomi yang telah dijalin bertahun-tahun dengan mempertimbangkan peran negara dan peran pasar. Melalui tarif ini, AS berupaya

untuk menghambat dan melawan daya tarik produk dan kerjasama yang selama ini disediakan oleh negara-negara lain (termasuk Indonesia) dan dengan suka hati dikonsumsi oleh masyarakat AS. Kalaupun, segala kebijakan di masa Trump ini lahir dengan dasar *Executive Order*, artinya lahir tanpa persetujuan legislatif di Kongres. Sifatnya adalah perintah Presiden. Di sini kita tak boleh menutup mata bahwa proses penyusunan kebijakan di kementerian dan lembaga di AS juga dilibas. Pejabat-pejabat AS pasrah menunggu “perintah” Presiden yang diumumkan saat dini hari lewat media sosial. Hari ini ada pengumuman, besoknya ada penundaan penerapan, tapi tetap saja tak ada ruang negosiasi bagi negara lain. Masyarakat sipil di AS ikut gerah karena harga barang kebutuhan makin mahal tapi mereka tak berdaya dibebani dengan ragam tekanan seperti rasisme, anti-imigran, dan anti-Palestina.

Hampir setahun berlalu, makin jelas bahwa sejumlah negara memilih lanjut bahkan lebih agresif membuka jalur-jalur kerjasama alternatif yang tidak perlu melibatkan AS. China, India, Brazil termasuk yang abai pada narasi Trump. Mereka juga pakai strategi “pokoknya tolak”. Meskipun aksi ancam tetap menjadi andalan Trump, seperti yang terbaru adalah atas beras dari India, wacana yang berkembang adalah justru Trump yang rugi besar karena negara-negara ini pandai mengalihkan produknya ke pasar baru dan gigih tetap memproduksi di pasar-pasar baru. China baru saja mengumumkan surplus perdagangan 1 triliun USD di awal Desember 2025 karena strateginya untuk makin gigih melakukan penetrasi ke negara-negara lain sambil merespon positif jika AS mengajak negosiasi. Negara-negara Teluk, yakni Bahrain, Kuwait, Oman, Saudi Arabia, Uni Emirat Arab dan Qatar, “hanya” dikenai tarif 10% oleh AS namun tetap mengalihkan petro dollarnya untuk aneka investasi ke Asia dan Afrika. Artinya, aksi Trump justru

melahirkan peluang kerjasama ekonomi bagi negara-negara di luar Amerika.

Kedua, meskipun aneka kemitraan baru digagas, tataran peninjauan *Government to Government* (G to G) makin lambat dan makin terbatas. Urusan geopolitik telah mengubah juga prioritas anggaran di sejumlah besar negara dunia. Misalnya di Uni Eropa, anggaran belanja mereka kini banyak dialihkan untuk penguatan pertahanan dan keamanan serta untuk membantu Ukraina. Alhasil, narasi kemitraan boleh saja manis tetapi diskusinya jauh lebih panjang dan rumit karena sebenarnya kapasitas Uni Eropa terbatas juga.

Kedua perkembangan geopolitik di atas menunjukkan sifat *toxic* dari dinamika eksternal di tingkat global bagi visi Indonesia memperkuat kelembagaan dan sistem tata kelola pemerintahan yang berkeadilan dan bersih. Bagaimana tidak, dana-dana kerjasama yang masuk tersebut umumnya masuk sebagai penghasilan bukan pajak. Ada yang masuk langsung lewat mitra-mitra yang disetujui pemerintah dan ada yang memberi *privilege* langsung kepada pejabat-pejabat yang terlibat dalam kegiatan. Artinya, jalur ini minim pengawasan dari Badan Pemeriksa Keuangan dan masyarakat sipil pun sulit melacak keterkaitan antara rencana, klaim dan pendanaan.

Dalam Peraturan Presiden no. 159/2024, telah terbentuk Badan Pengendalian Pembangunan dan Investigasi Khusus yang melapor langsung ke Presiden dengan mandat melaksanakan pengawasan, pengendalian, pemantauan dan penelusuran terhadap pelaksanaan program dan kegiatan pembangunan sesuai penugasan Presiden dan ketentuan peraturan perundang-undangan. Namun, sejak peraturan tersebut dikeluarkan, hingga saat tulisan ini dibuat, lembaga ini belum operasional. Ada proses harmonisasi peraturan yang belum selesai,

termasuk juga bahwa akses mereka ke proyek-proyek kerjasama juga bukan berarti super lancar. Aparat Pengawasan Intern Pemerintah (APIP) yang melekat pada penyelenggaraan tugas dan fungsi pemerintahan, ternyata dalam praktiknya tercerai berai karena komando pengawasan bukan di bawah Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) melainkan di bawah pimpinan masing-masing instansi.

Artinya KPK tertatih-tatih karena gerak cepat perencanaan dan pelaksanaan anggaran, termasuk pembuatan kontrak barang/jasa terbukti belum mampu diikuti secara seksama dari sisi pencegahan korupsi. Ada pertanyaan-pertanyaan teknis yang menunjukkan bahwa kerjasama luar negeri di masa kini yang menyangkut begitu banyak isu-isu kompleks seperti transisi energi, pengolahan mineral, pemberdayaan masyarakat, penguatan industri lokal dan pemberian beasiswa ternyata belum sempat diturunkan menjadi indikator efektivitas penggunaan dana kerjasama. Selain itu saat dana tidak masuk dari satu pintu, KPK juga kesulitan merumuskan cara terbaik untuk memantau aliran dan penggunaannya. Terjadilah perkembangbiakan proyek kerjasama tanpa pengawasan yang memadai.

Artinya, Indonesia sedang diuji untuk membangun lompatan industrialisasi tanpa tergelincir ke jurang KKN. Mekanisme baru apa yang bisa dikembangkan untuk mengatasi perebutan pengaruh yang menularkan cara kerjasama serba instan? Dimana KPK mau kita letakkan dalam skema-skema kerjasama antar negara? Sudah seharusnya para ekonom di Indonesia melakukan refleksi dan mencari solusi efektif agar proses pelembagaan tata kelola yang bersih dan berkeadilan tidak menjadi korban KKN dan persaingan geopolitik.



Gig Economy Indonesia: Kesejahteraan atau Ilusi?

Oleh Dr. Ciplis Gema Qori'ah, S.E, M.Sc. & Misbahol Yaqin, S.E, M.S.E.
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember

Di tengah pesatnya digitalisasi, *gig economy* muncul sebagai alternatif menarik dalam dunia kerja. Namun, apakah sistem kerja fleksibel ini benar-benar membawa kesejahteraan bagi pekerjaanya, atau justru sekadar ilusi? *Gig economy* merupakan sistem kerja dimana individu bekerja berdasarkan proyek atau tugas tertentu, bukan sebagai karyawan tetap. Contohnya termasuk pengemudi ojek online, kurir makanan, hingga *freelancer* di bidang desain grafis atau penulisan. Di Indonesia, fenomena ini berkembang pesat, terutama dengan hadirnya *platform* seperti Gojek dan Grab.

Pondasi Gig Economy

Gig economy berangkat dari istilah “*gig work*” yang pertama kali muncul sekitar tahun 1915 (Zeid *et al.*, 2024). Istilah tersebut semakin mencuat tatkala pekerjaan berbasis *platform* membumi, menggambarkan cara kerja yang dibayar per tugas dengan durasi singkat. Sekarang, istilah seperti pekerjaan *gig*, fleksibel, lepas, atau pekerjaan panggilan, semua merujuk pada bentuk-bentuk pekerjaan non-standar (NSE) yang berbeda dari pekerjaan konvensional. Ketika bentuk pekerjaan ini mulai banyak, kita bisa bicara tentang “*Gig Economy*.” Bagi pemikir ekonomi ketenagakerjaan, fenomena *gig economy* tidak tabu. Pandangannya berjalan beriringan dengan konsep *work-leisure trade-off*. Prinsipnya, individu membuat keputusan antara bekerja untuk memperoleh pendapatan (waktu bekerja) dan menikmati waktu luang yang lebih banyak (*leisure time*). Ini berfokus pada *trade-off* yang dihadapi individu dalam memilih berapa banyak waktu yang mereka alokasikan untuk bekerja dan berapa banyak waktu untuk aktivitas lain di luar pekerjaan.

Meskipun pekerja *gig* memiliki lebih banyak kontrol atas waktu mereka, namun sering kali terjebak dalam dilema. Pilihannya



adalah memilih lebih banyak pekerjaan untuk meningkatkan pendapatan atau menikmati waktu luang yang lebih banyak, dengan konsekuensi berkurangnya pendapatan. Masalahnya, banyak pekerja *gig* yang menginginkan lebih banyak waktu luang, tetapi mereka juga harus mengatasi ketidakpastian pendapatan yang terkait dengan pekerjaan lepas mereka. Konsep *work-leisure trade-off* mengajarkan bahwa pilihan ini bukan tanpa konsekuensi. Terlalu banyak waktu bekerja bisa menyebabkan kelelahan dan menurunkan kualitas hidup. Sedangkan terlalu banyak waktu luang bisa mengurangi pendapatan yang dibutuhkan

untuk memenuhi kebutuhan hidup. Dalam jangka panjang, tanpa adanya stabilitas atau perlindungan sosial, pekerja *gig* mungkin merasa terjebak dalam dilema ini, yang menyebabkan ketidakpuasan dalam pekerjaan mereka.

Gig Economy di Indonesia

Di Indonesia, *gig economy* berkembang masif. Data BPS Februari 2025 menunjukkan kisaran 86,58 juta atau 59,40 persen pekerja di Indonesia tergolong sebagai pekerja informal, yang di dalamnya termasuk pekerja *gig*. Angka ini meningkat dari 6 bulan

sebelumnya yaitu sebanyak 57,95 persen atau sekitar 83,8 juta pekerja berbanding Agustus 2024. Kondisinya sejalan dengan berkembangnya *platform* teknologi dan kecerdasan buatan yang memfasilitasi pekerjaan berbasis *gig economy* (Mehta, 2023). Pekerja mitra seperti pengemudi dan kurir online (*grab* dan *gojek*), *content creator*, penulis lepas, desainer grafis, *software engineer*, dan tutor *online* termasuk ke pekerja *gig*. Salah satu daya tarik utama dari *gig economy* adalah fleksibilitas. Katsnelson & Oberholzer-Gee (2021) juga mengamini dalam tulisannya yang berjudul "*Being the boss: Gig workers' value of flexible work*" bahwa fleksibilitas waktu menjadi alasan utama seseorang memilih menjadi pekerja *gig*. Pekerja bisa menentukan sendiri kapan dan di mana mereka bekerja. Selain itu, pekerja *gig* memiliki kesempatan untuk mengembangkan keterampilan melalui berbagai proyek, yang bisa meningkatkan daya saing mereka di pasar kerja.

Terdapat perdebatan di kalangan pekerja di Indonesia. Di satu sisi, banyak yang tertarik bergabung dengan pekerjaan *gig* karena fleksibilitas yang ditawarkan. Di sisi lain, ini muncul akibat terbatasnya kesempatan untuk pekerjaan formal. Generasi gen Z dan Alpha, misalnya, sangat menyukai pekerjaan yang memberi kebebasan waktu. Bagi

sering terabaikan. Pekerja *gig* kerap kali menghadapi ketidakpastian pendapatan, karena penghasilan mereka tergantung pada jumlah dan jenis tugas yang diterima. Selain itu, banyak pekerja *gig* yang tidak mendapatkan jaminan sosial seperti asuransi kesehatan, cuti berbayar, atau pensiun. Kondisi ini membuat mereka rentan secara finansial, terutama saat menghadapi keadaan darurat atau periode sepi pekerjaan. Studi empiris yang ditulis Sitorus dan Kornitasari (2024) secara spesifik menunjukkan bahwa perlindungan kerja dan pendapatan memiliki pengaruh signifikan terhadap kesejahteraan pekerja *gig* di Indonesia. Namun, jaminan sosial belum banyak dirasakan karena kurangnya sosialisasi dan perhatian dari pemerintah. Pada Mei 2025 misalnya, pengemudi ojek *online* (ojol) di Jakarta menggelar protes besar-besaran dengan memadamkan aplikasi ojol mereka. Mereka menuntut penyesuaian tarif, potongan maksimal 10 persen dari aplikator, dan kenaikan tarif untuk layanan pengantaran barang. Para pengemudi merasa potongan yang diterapkan oleh aplikator, yang mencapai 20 hingga 30 persen, terlalu besar. Protes ini menunjukkan ketidakpuasan pekerja *gig* terhadap kondisi kerja yang tidak stabil dan minimnya perlindungan.

di Sektor Pekerjaan juga berlaku. Namun ini belum secara khusus menyasar pekerja *gig* yang memiliki status pekerjaan yang tidak terikat kontrak tetap. Kekosongan regulasi ini membuat pekerja *gig* rentan terhadap ketidakpastian, baik dalam hal penghasilan maupun hak-hak mereka.

Berkaca pada negara tetangga, Malaysia, pada September 2025, RUU Pekerja *Gig* disahkan menjadi undang-undang. Dan memberikan payung hukum bagi sekitar 1,2 juta pekerja *gig* di Malaysia. UU tersebut mewajibkan kontribusi 1,25 persen dari setiap layanan ke *Social Security Organisation* (SOCSO), mencakup jaminan kecelakaan kerja dan perlindungan disabilitas. Kemudian, di Singapura, *gig economy* diatur oleh Undang-Undang Pekerja Platform, yang mulai berlaku pada tanggal 1 Januari 2025. Undang-undang baru ini memperkenalkan perlindungan seperti pembagian kontribusi jaminan sosial yang setara antara pekerja *gig* dan platform, akses wajib terhadap kompensasi pekerja dan asuransi kesehatan, serta hak representasi baru bagi pekerja *platform*. Belajar dari keduanya, Indonesia perlu segera memberikan ruang regulasi khusus untuk *gig economy*. Fokusnya adalah mencapai kesetaraan antar pekerjaannya dan keamanannya melalui perlindungan sosial. Memastikan mereka mendapatkan hak-hak dasar yang setara dengan pekerja formal, seperti jaminan kesehatan, asuransi kecelakaan, dan pensiun. Selain itu, peraturan yang jelas akan memberikan kepastian hukum bagi perusahaan platform dan pekerja *gig*, sehingga kedua belah pihak dapat bekerja dengan rasa aman dan terjamin.

Prospek atau Keniscayaan?

Pada akhirnya, apakah *gig economy* bisa benar-benar menjadi jalan menuju kesejahteraan atau hanya sekedar ilusi, jawabannya bergantung pada bagaimana kita bisa menciptakan sistem yang lebih adil dan teratur. Tanpa perlindungan yang memadai, pekerja *gig* hanya akan terus merasa terjebak dalam ketidakpastian. Fleksibilitas memang penting, namun kestabilan dan jaminan sosial harus tetap menjadi bagian yang tak terpisahkan dari sistem kerja modern. Pemerintah dan perusahaan *platform* seoptimal mungkin berkolaborasi untuk menciptakan ekosistem yang mendukung kesejahteraan pekerja *gig* secara berkelanjutan. Tanpa itu, kita hanya akan terus berjalan dalam lingkaran ketidakpastian, dengan janji kesejahteraan yang tidak pernah terwujud.



mereka, *work-life balance* adalah keharusan. Namun, untuk generasi milenial ke bawah, stabilitas pekerjaan tetap jadi prioritas utama. Mereka menginginkan gaji tetap, seragam kantor, dan kepastian karier. Jadi, bagi banyak pekerja *gig*, ini bukan pilihan, tetapi lebih sebagai jalan keluar jangka pendek dari ketidakpastian. Seperti yang dijelaskan dalam studi Kesar et al. (2022) dan Nair & Divyadarshi (2022), tren pekerja *gig* ini sejalan dengan semakin banyaknya peralihan dari pekerjaan formal ke informal, terutama karena dampak ekonomi yang melemah akibat pandemi.

Di balik fleksibilitas yang ditawarkan oleh *gig economy*, ada tantangan besar yang

Regulasi Pemerintah: Upaya dan Tantangan

Di Indonesia, regulasi terkait *gig economy* masih sangat terbatas dan belum ada peraturan yang benar-benar mengatur secara spesifik. Meskipun ada beberapa undang-undang yang menyentuh aspek-aspek terkait, seperti UU ITE dan UU Ketenagakerjaan, perlindungan terhadap pekerja *gig*, seperti ojek *online* atau pengantar barang, masih minim. Contohnya, Peraturan Pemerintah Nomor 36 Tahun 2021 tentang Pengupahan mengatur kebijakan upah minimum bagi pekerja. Regulasi lainnya yaitu Peraturan Menteri Ketenagakerjaan No. 3 Tahun 2019 tentang Sistem Manajemen K3

Ulos yang Mengajarkan Cara Bertumbuh

Oleh **Firman Sihol Parningotan, S.E., M.Ec.**
Sekretaris Eksekutif PP ISEI & Dosen Perbanas Institute



Sumber: Kompas.com, 01/02/2022

Para pemikir mengajarkan bahwa keheningan memberi jiwa waktu untuk berpikir. Di sebuah rumah panggung di bumi Tapanuli, alat tenun tidak pernah bekerja sendirian. Alat itu selalu ditemani keheningan. Bukan keheningan kosong, melainkan keheningan yang dijaga, seperti doa yang belum diucapkan. Benang ditarik perlahan, satu demi satu, mengikuti ritme tangan dan napas. Tidak ada yang tergesa. Tidak boleh ceroboh. Seorang penenun perempuan Tapanuli berkata, nyaris berbisik, seolah takut benang mendengarnya: *"Kami tidak bertenun untuk sekadar membuat selembar kain. Ulos itu doa. Tidak boleh menenun tanpa kehadiran hati yang tenang. Nanti benang bisa marah"*. Itu sebabnya perempuan Tapanuli tidak menenun ketika suasana hati sedang buruk. Hasilnya nanti "jelek." (Kompas, 12/12/2025, h. 14).

Kalimat itu terdengar agak seperti mistis. Namun di baliknya tersembunyi cara pandang yang sangat rasional tentang kerja, kualitas, dan keberlanjutan. Menenun bukan hanya soal keterampilan teknis atau produktivitas. Menenun adalah latihan batin. Disiplin emosi. Sebuah pengetahuan yang tidak ditulis, tetapi di wariskan dari satu orang ke orang lain, dari satu generasi ke generasi berikutnya. Bagi orang Tapanuli, ulos bukan kain netral. Ulos hadir dalam suatu rangkaian kehidupan. Mulai dari kelahiran, pernikahan, dan kematian. Ulos menyelimuti tubuh, tetapi juga mengikat relasi sosial. Setiap motif memiliki makna. Setiap warna menyimpan harapan. Karena itu pula proses pembuatannya tidak bisa dilepaskan dari nilai. Benang yang ditarik tergesa gesa, terlalu tegang atau terlalu longgar, tangan yang bekerja dengan hati kusut, akan menghasilkan kain yang tidak

hidup. Dalam bahasa mereka, benang bisa "marah".

Kepercayaan ini sering dibaca sebagai takhayul. Padahal, keyakinan tersebut menyimpan kebijaksanaan praktis. Menenun ulos menuntut konsentrasi tinggi, ritme yang stabil, kesabaran, dan konsistensi tarikan benang. Sedikit saja emosi menguasai tangan, ketegangan benang berubah, motif melenceng, hasil menjadi cacat. Apa yang disebut benang "marah" sesungguhnya adalah bahasa budaya untuk menjelaskan kegagalan menjaga mutu. Larangan menenun ketika suasana hati sedang buruk bukanlah pembatasan yang mengekang. Tapi suatu aturan sosial yang berfungsi sebagai penjaga kualitas. Penenun belajar untuk menunda, menata diri, dan menghormati kerja sebagai sesuatu yang lebih besar dari sekadar target produksi.



Dalam masyarakat yang belum mengenal pabrik dan standar industri, aturan semacam ini adalah bentuk kekuatan budaya. Keterampilan yang terbentuk tidak terdegradasi dan reputasi kolektif tetap terjaga. Di era sekarang, tantangan itu datang dalam bentuk berbeda. Mesin mampu meniru motif ulos dengan cepat. Pasar menawarkan kain serupa dengan harga jauh lebih murah. Ulos pun terancam direduksi menjadi sekadar pola visual, terlepas dari ingatan, doa, dan pengetahuan yang menyertainya. Yang hilang bukan hanya pekerjaan tangan, tetapi juga cara berpikir. Namun, di banyak rumah tenun, terutama di tangan para penenun tradisional, pengetahuan itu masih dijaga. Mereka tidak hanya menghasilkan kain, tetapi juga merawat suatu budaya kerja. Menenun menjadi ruang belajar tentang ketekunan, tentang menghormati proses, tentang kesadaran bahwa kualitas tidak bisa dipercepat tanpa konsekuensi. Di titik inilah budaya menenun ulos berbicara lebih luas, melampaui identitas etnis batak. Ulos membawa *pembelajaran* bahwa masyarakat butuh membangun dasar pertumbuhan jangka panjang.

Memuliakan dan Menjaga Pengetahuan

Sejarawan ekonomi, Joel Mokyr, menulis buku *a culture of growth* (2017). Masyarakat memiliki budaya yang memuliakan pengetahuan, menghargai keterampilan, dan menciptakan lingkungan di mana belajar serta memperbaiki diri menjadi kebiasaan bersama. Dalam pandangan Mokyr, pertumbuhan ekonomi tidak hanya

digerakkan oleh teknologi atau modal, tetapi oleh ekosistem budaya yang membuat pengetahuan berguna dapat lahir, menyebar, dan diwariskan. Apa yang hidup dalam tradisi ulos adalah bentuk pengetahuan berguna yang halus. Pengetahuan ini tidak tercatat dalam buku, tetapi tertanam dalam praktik. Budaya tersebut dijaga komunitas.

Para penenun ulos sesungguhnya adalah penjaga pengetahuan, mereka memastikan keterampilan tidak sekadar bertahan, tetapi terus diasah. Reputasi karya, rasa malu bila hasil buruk, dan kebanggaan atas kualitas menjadi insentif sosial yang kuat. Inilah mekanisme yang, menurut Mokyr, membuat suatu masyarakat mampu mempertahankan pertumbuhan yang berkelanjutan. Bukan karena semua orang inovatif, tetapi karena ada sistem yang menjaga agar keterampilan tidak runtuh. Jika dilihat dari sudut ini, ulos bukan hanya produk budaya, tetapi juga institusi ekonomi. Ada proses menciptakan lapangan kerja, mengikat jaringan sosial, dan menumbuhkan nilai tambah melalui kualitas, bukan volume. Dalam konteks modern, potensi ini seringkali terabaikan karena logika pasar cenderung mengutamakan harga murah dan kecepatan. Padahal, ekonomi yang bertumpu pada kualitas, cerita, dan pengetahuan memiliki daya tahan yang lebih panjang.

Pertumbuhan tidak Netral

Modernisasi tidak harus menjadi lawan, tapi menjadi jembatan. Ketika ulos dipasarkan, dipamerkan, atau dikenalkan ke dunia luar, yang seharusnya ikut berjalan bukan hanya motifnya, tetapi juga kisah di baliknya.

Proses, nilai, dan etika kerja adalah bagian dari produk itu sendiri. Di sinilah ekonomi kreatif menemukan kedalamannya.

Budaya menenun ulos mengajarkan bahwa pertumbuhan sejati berawal dari sikap terhadap kerja. Ulos lahir dari kesabaran, dari penghormatan pada proses, dari kesediaan untuk menjaga standar meski godaan jalan pintas selalu ada. Prinsip ini sejalan dengan gagasan Mokyr bahwa masyarakat bertumbuh ketika mereka menciptakan lingkungan yang membuat kualitas dan pengetahuan lebih dihargai daripada sekadar hasil instan. Di hadapan alat tenun, orang belajar sesuatu yang jarang diajarkan. Bahwa kerja yang baik lahir dari hati yang tertata. Bahwa keterampilan adalah bentuk pengetahuan yang harus dijaga martabatnya. Pertumbuhan, baik ekonomi maupun peradaban, tidak pernah benar benar netral. Pertumbuhan mencerminkan nilai yang dipilih untuk dirawat.

Di dunia yang ingin serba cepat, ulos mengajarkan satu hal yang semakin langka yaitu bertumbuh tanpa tergesa. Menjaga mutu di tengah tekanan. Memilih ketenangan ketika emosi ingin memimpin. Jika sehelai kain saja menuntut kesabaran agar tidak rusak, maka pertumbuhan manusia dan kemajuan ekonomi pun tidak mungkin lahir dari kegaduhan. Inilah pelajaran paling penting dari benang ulos bahwa masa depan tidak dibangun dengan menarik sekuat tenaga, melainkan dengan menarik secukupnya, berulang, dan penuh kesabaran dan kesadaran. Pertumbuhan ditandai keheningan.

Membangun Ekonomi Berbasis Pengetahuan dan Inovasi Sosial

Oleh **Prof. Dr. H. Haryadi, S.E., M.M.S.**

Guru Besar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi



Di tengah dinamika ekonomi global yang semakin kompetitif, fondasi pertumbuhan ekonomi tidak lagi bertumpu pada modal fisik, tetapi pada pengetahuan, kreativitas, dan kapasitas masyarakat untuk beradaptasi (Carayannis et al., 2021). Hubungan timbal balik (bidirectional) antara inovasi dan pertumbuhan ekonomi di banyak negara dapat mempengaruhi inovasi yang kompleksitas dalam membangun budaya pertumbuhan dan inovasi (My & Tran, 2024).

Indonesia menghadapi tantangan transformasi struktural. Potensi besar belum sepenuhnya menjadi daya saing karena belum tumbuhnya budaya

pertumbuhan yang kuat. Tura et al. (2023) menunjukkan bahwa transformasi digital dan ekosistem inovasi merupakan katalis utama bagi ekonomi yang ingin melakukan lompatan produktivitas. Melalui artikel ini, konsep *A Culture of Growth* dijelaskan sebagai kerangka pembangunan berbasis pengetahuan dan inovasi sosial yang relevan untuk agenda Indonesia 2045.

Konsep Dasar *A Culture of Growth*

Budaya pertumbuhan (*growth culture*) berakar kuat dalam literatur inovasi, kelembagaan, dan ekonomi berbasis pengetahuan. Literatur ini menekankan

bahwa proses pembangunan tidak hanya ditentukan oleh akumulasi faktor produksi, tetapi juga oleh kualitas institusi, nilai, dan norma sosial yang mengatur perilaku ekonomi. Dalam kerangka ini, institusi yang adaptif serta norma sosial yang mendukung pembelajaran dan kolaborasi memainkan peran sentral dalam menentukan keberhasilan inovasi dan kecepatan adopsi teknologi (Nguyen & Le, 2023; Sotara, 2022). Sejalan dengan pandangan tersebut, Carayannis et al. (2021) melalui model *Quintuple Helix* menegaskan bahwa budaya inovasi terbentuk dari interaksi dinamis antara pemerintah, akademisi, industri, komunitas, dan lingkungan, yang secara kolektif menciptakan ekosistem

pengetahuan yang kondusif bagi pertumbuhan jangka panjang.

Lebih lanjut, kemajuan ekonomi berbasis pengetahuan sangat dipengaruhi oleh kapasitas kepemimpinan dan kemampuan daerah atau wilayah dalam memobilisasi serta mengorkestrasi jaringan sosial dan institusional yang ada. Kepemimpinan yang visioner tidak hanya berperan sebagai pengambil keputusan, tetapi juga sebagai penghubung antar faktor yang memperkuat aliran pengetahuan dan mempercepat proses inovasi (Sotarauta, 2022). Oleh karena itu, *A Culture of Growth* dapat dipahami sebagai suatu sistem sosial yang memungkinkan transformasi struktural ekonomi, yakni pergeseran dari ketergantungan pada sumber daya alam menuju penciptaan nilai tambah yang bersumber dari kreativitas, teknologi, dan pengembangan modal manusia.

Mengapa Pengetahuan Menjadi Fondasi Pertumbuhan Modern?

Pertumbuhan ekonomi modern ditopang oleh pengetahuan dan proses inovasi yang berkelanjutan (Acemoglu et al., 2021). Studi Moretti dan Zhang (2021) menunjukkan bahwa konsentrasi tenaga kerja berbasis pengetahuan meningkatkan produktivitas wilayah melalui *knowledge spillovers*. Pengetahuan menjadi motor *increasing returns*, karena sekali diciptakan, ia dapat diperbanyak tanpa meningkatkan biaya secara signifikan.

Digitalisasi turut mempercepat proses penciptaan dan penyebaran pengetahuan. Saha dan Bhattacharya (2022) menemukan bahwa digitalisasi berpengaruh positif terhadap pertumbuhan di Asia. Bahkan, platform digital memperluas akses masyarakat terhadap ilmu, peluang ekonomi, dan jejaring inovasi (Tura et al., 2023). Selain itu, pengetahuan juga berperan sebagai penggerak utama *structural transformation* dan penciptaan nilai tambah dalam perekonomian modern. Selanjutnya, konsep ini menegaskan bahwa “intellectual capital (IC)”, termasuk pengetahuan dan inovasi, secara signifikan berkorelasi dengan laju pertumbuhan ekonomi (Xia et al., 2024). Menurut Bawa et al., (2024), kolaborasi dalam jaringan inovasi antar perusahaan dan institusi mempercepat aliran pengetahuan serta mendorong terciptanya teknologi baru.

Peran Inovasi Sosial dalam Menciptakan Budaya Pertumbuhan

Inovasi sosial memperkuat dimensi kultural dalam budaya pertumbuhan. Youtie &

Shapira (2022) menekankan bahwa sistem inovasi yang berorientasi keberlanjutan mensyaratkan kolaborasi masyarakat dan penguatan modal sosial. Di Indonesia, menunjukkan bahwa inovasi sosial dan program pemberdayaan berbasis komunitas mampu memperkuat daya tahan sosial-ekonomi masyarakat (Harinurdin et al., 2025).

Fokus mengenai strategi pengembangan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal yang menunjukkan bahwa transformasi nilai budaya, memperkuat ketahanan ekonomi daerah serta meningkatkan pemberdayaan masyarakat secara berkelanjutan (Masitha et al., 2025). Kreativitas, kolaborasi, dan jejaring komunitas menjadi aset baru yang bernilai ekonomis. Melalui interaksi multipihak, inovasi sosial menciptakan lingkungan belajar bersama sehingga mendorong tumbuhnya *A Culture of Growth*.

Ekosistem Pendukung: Institusi, Digitalisasi, dan Modal Sosial

Ekosistem pendukung menjadi prasyarat tumbuhnya budaya pertumbuhan. membahas bagaimana inovasi institusi diperlukan agar organisasi/lembaga bisa adaptif terhadap perubahan dan mendukung inovasi (Huang & Li, 2023). Lingkungan kebijakan yang adaptif memungkinkan munculnya peluang baru, terutama di periode transformasi digital (Khan & Hussein, 2024).

Digitalisasi memperkuat efisiensi, keterhubungan, dan kapasitas inovasi wilayah. Sistem ekonomi modern ditandai oleh ekosistem platform yang memungkinkan pembelajaran terbuka, kolaborasi luas, peningkatan standarisasi pasar dan memperbaiki efisiensi ekonomi (Gao & Lyu, 2025). Selain itu, modal sosial memperkuat kemampuan masyarakat untuk berjejaring dan berbagi pengetahuan, yang menjadi faktor kritis inovasi (Lyu et al., 2022). Ketiga elemen, institusi, digitalisasi, modal sosial, membentuk *innovation spiral* yang menjadi penopang utama *A Culture of Growth*.

Tantangan dan Strategi dalam Membangun A Culture of Growth

Indonesia menghadapi sejumlah hambatan struktural: kesenjangan kualitas SDM, birokrasi yang belum adaptif, serta ketimpangan digital antarwilayah di Indonesia termasuk hambatan birokrasi, infrastruktur, dan ketimpangan akses digital antarwilayah (Hanif et al., 2023). Tantangan kultural seperti rendahnya budaya kolaborasi dan keberanian mengambil risiko juga

menghambat proses inovasi terutama aspek fleksibilitas, kolaborasi, dan keberanian mengambil risiko. Menurut (Malerba et al., 2020) negara berkembang hanya dapat mengejar ketertinggalan jika mampu memanfaatkan *windows of opportunity* melalui reformasi kelembagaan dan peningkatan kemampuan teknologi. Hal ini menjadi relevan untuk Indonesia, terutama dalam mencapai visi ekonomi berbasis pengetahuan tahun 2045.

Strategi yang patut dilakukan adalah: *Pertama*, reformasi institusi harus diarahkan pada penciptaan sistem regulasi yang mendorong inovasi dan mengurangi hambatan birokrasi (Anugrah, 2024). *Kedua*, membangun “university-based innovation ecosystem”, dengan meningkatkan komersialisasi pengetahuan teknologi, memperkuat human capital, memperkuat keterkaitan antara akademisi, bisnis, pemerintahan penguatan ekosistem pengetahuan perlu didukung universitas yang berperan sebagai pusat inovasi (Gontareva et al., 2022).

Ketiga, transformasi digital secara signifikan mendorong pertumbuhan inklusif di wilayah Indonesia (Kristyanto & Jamil, 2023). *Keempat*, menekankan bahwa inovasi sosial membantu ketahanan sosial, ekonomi, dan lingkungan komunitas. (Horgan & Dimitrijević, 2018). *Kelima*, pembangunan modal sosial menunjukkan bahwa kolaborasi dan kepemimpinan multipihak penting untuk inovasi dan pembangunan komunitas (Kasumaningrum et al., 2024). Dengan strategi ini, Indonesia dapat memperkuat budaya pertumbuhan dan meningkatkan daya saing global.

A Culture of Growth mengubah cara pandang pembangunan dari berbasis sumber daya alam menjadi berbasis pengetahuan, kreativitas, dan inovasi. Bukti empiris menunjukkan bahwa negara dan wilayah yang berhasil menumbuhkan budaya pertumbuhan akan menikmati peningkatan produktivitas dan kesejahteraan yang berkelanjutan (Moyo & Phiri, 2024). Indonesia perlu mempercepat pembangunan institusi yang adaptif, memperkuat ekosistem pengetahuan, memperluas digitalisasi, dan mendorong inovasi sosial. Jika ini dilakukan secara konsisten, Indonesia dapat mewujudkan visi ekonomi berdaya saing 2045.

Shrinkflation: Wajah Inflasi yang Tak Terekam Statistik

Oleh **Dr. M. Dharma Tuah Putra Nasution**
Ketua Bidang Publikasi, ISEI Cabang Medan



Di sebuah supermarket di Medan, seorang ibu mengangkat kemasan minyak goreng yang sudah bertahun-tahun menjadi langganan keluarganya. Bentuk kemasannya sama, logonya sama, harga di rak tampak tidak jauh berbeda dari bulan lalu. Namun ketika ia membaca label lebih teliti, tertera angka 900 ml, bukan lagi 1.000 ml seperti yang ia yakini dahulu. Di rak gula pasir, pola serupa muncul: kemasan yang dulu satu kilogram kini bertuliskan 900 gram. Ia menghela napas pelan, lalu memasukkan keduanya ke troli. “Kalau naik harga, lebih repot lagi,” gumamnya. Dalam satu kalimat pendek itu, tersimpan narasi lengkap tentang bagaimana rumah tangga Indonesia menghadapi fenomena yang kian meluas: shrinkflation. Shrinkflation adalah praktik mengurangi isi

atau volume produk sambil mempertahankan harga nominal di tingkat konsumen. Perusahaan tidak mengumumkan “kenaikan harga”, tetapi secara efektif meningkatkan harga per unit ukuran. Di Indonesia, fenomena ini semakin sering muncul pada produk pangan dan kebutuhan sehari-hari, dan pelan-pelan menggeser perhitungan ekonomi di dapur rumah tangga.

Fenomena ini hanya dapat dipahami secara utuh jika kita melihat cara konsumen memaknai harga. Dalam perspektif perilaku konsumen, harga bukan sekadar angka rupiah; ia berfungsi sebagai jangkar psikologis (*price anchoring*). Untuk produk pangan harian, masyarakat secara perlahan membentuk “harga patokan”: minyak goreng pada rentang tertentu per

botol, gula pasir per kemasan, mi instan sekitar Rp3.500–Rp4.000, air minum gelas Rp500, snack kecil Rp1.000. Angka-angka itu dianggap “normal” dan “masuk akal”, bahkan sebelum konsumen membaca label apa pun. Begitu harga nominal melampaui jangkar tersebut, reaksi emosional yang muncul sering kali tidak proporsional terhadap besarnya kenaikan. Mereka merasa “dihukum” oleh kenaikan harga, bukan sekadar menyesuaikan diri dengan realitas biaya.

Kedua, ada aspek *loss aversion*: konsumen lebih membenci kehilangan uang secara eksplisit daripada kehilangan isi produk secara implisit. Kenaikan harga langsung terlihat di rak dan terasa di dompet; penyusutan beberapa gram atau puluhan

mililiter di dalam kemasan tidak mudah ditangkap, apalagi jika tampilan luar tidak banyak berubah. Selama keluarga masih bisa menggoreng lauk dengan minyak dalam botol yang sama, kehilangan 100 ml tidak terasa sedramatis kenaikan Rp2.000 pada label harga.

Fenomena ini diperkuat oleh *numerosity bias*. Alih-alih membaca angka kecil di label, konsumen menilai produk dari kesan visual: tinggi botol, lebar kemasan, warna, dan desain. Selama kemasan terlihat sama, isi cenderung diasumsikan sama. Inilah ruang di mana shrinkflation bergerak: memanfaatkan fakta bahwa perubahan angka pada informasi netto jauh kurang “berisik” dibanding perubahan angka pada label harga.

Tekanan biaya yang mendorong strategi ini nyata adanya. Harga komoditas global, nilai tukar, kenaikan ongkos logistik, hingga fluktuasi pasokan domestik membuat biaya produksi pangan tidak stabil. Produsen berada di persimpangan: menaikkan harga dan berisiko kehilangan konsumen, atau memangkas margin hingga mengancam keberlanjutan usaha. Shrinkflation menjadi bentuk penyesuaian tidak langsung yang menjaga dua kepentingan sekaligus: struktur biaya perusahaan dan jangkai harga psikologis konsumen.

Di rak-rak ritel Indonesia, contoh shrinkflation mudah ditemukan. Kecap keluarga yang semula 600 ml bergeser menjadi sekitar 520 ml. Air minum dalam kemasan gelas yang dulu 240 ml kini lazim ditemui dalam ukuran 220 ml, tetapi harga ecerannya masih Rp500. Pada jajanan ringan, wafer dan stik jagung populer terlihat lebih pendek dan lebih ramping dibanding generasi sebelumnya, meski perbedaan harga jualnya tidak sebanding dengan perubahan ukuran.

Di sektor UMKM, pola yang serupa muncul tanpa harus tercetak di label. Pemilik warung makan menyesuaikan porsi nasi dan lauk, menjaga agar paket makan siang tetap di kisaran harga yang diterima pelanggan tetap. Penjual gorengan mengecilkan ukuran bakwan atau tempe mendoan, bukan menaikkan harga per biji. Kedai minuman kekinian mengubah komposisi es dan sirup dalam gelas, sehingga volume cairan berkurang tetapi tampilan tetap memuaskan. Bagi usaha kecil yang bergantung pada pelanggan lokal, menaikkan harga sering dipandang sebagai pilihan terakhir; menyesuaikan porsi menjadi strategi bertahan yang dianggap lebih halus.

Shrinkflation juga merambah kategori non-pangan yang mempengaruhi struktur pengeluaran rumah tangga. Beberapa merek

popok sekali pakai mengurangi jumlah lembar per kemasan dua hingga empat unit, sementara rentang harga ritel dijaga. Deterjen bubuk yang dulu benar-benar 1 kilogram kini sering dikemas 900 atau 750 gram dalam desain yang secara visual mirip dengan kemasan lama. Walau bukan bahan makanan, produk-produk ini menyumbang tekanan tambahan pada anggaran keluarga, terutama bagi rumah tangga dengan anak kecil.

Dari perspektif regulasi, garis batasnya cukup jelas. Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan ketentuan Badan Pengawas Obat dan Makanan mewajibkan pelaku usaha mencantumkan ukuran atau volume bersih secara benar dan melarang informasi yang menyesatkan. Artinya, pengurangan isi pada dasarnya diperbolehkan, sepanjang angka netto sesuai kenyataan dan tidak ada klaim berlebihan yang bertentangan dengan fakta. Shrinkflation berubah menjadi masalah hukum ketika produsen mengakali desain kemasan secara ekstrem sampai menciptakan kesan isi yang tidak sesuai, atau ketika label dan iklan memberi kesan penambahan nilai padahal yang terjadi justru sebaliknya.

Namun, di atas dimensi legal, ada persoalan kepercayaan dan rasa keadilan harga (*price fairness*). Konsumen menilai bukan hanya berapa yang mereka bayar dan berapa yang mereka terima, tetapi juga sejauh mana penyesuaian itu terasa masuk akal. Pengurangan isi yang moderat disertai kualitas yang konsisten cenderung dapat diterima, apalagi jika konsumen menyadari bahwa tekanan biaya memang meningkat. Sebaliknya, jika penyusutan berlangsung berulang tanpa penjelasan, sementara perusahaan tampak tetap menonjolkan citra kemewahan dan keuntungan besar, persepsi yang muncul adalah bahwa konsumen sedang “diperas” secara halus.

Bagi pelaku usaha, terutama di sektor pangan, shrinkflation mestinya diposisikan sebagai mekanisme adaptasi sementara, bukan solusi permanen. Ruang untuk terus mengurangi isi tanpa menyentuh harga pada akhirnya akan habis. Ketika itu terjadi, produsen akan dipaksa menghadapi isu yang mereka hindari sejak awal: komunikasi kenaikan harga secara terbuka. Karena itu, strategi jangka panjang tidak bisa berhenti pada penyesuaian gramasi. Diperlukan perbaikan efisiensi operasional, inovasi bahan baku, penguatan rantai pasok lokal, hingga diversifikasi produk untuk kelompok konsumen dengan daya beli berbeda.

Bagi pembuat kebijakan, fenomena shrinkflation memberi pengingat penting: inflasi tidak hanya muncul dalam bentuk kenaikan harga yang tercatat, tetapi juga dalam penyusutan isi yang tidak selalu terbaca statistik. Ketika laporan inflasi menyatakan harga rata-rata stabil, tetapi rumah tangga merasakan belanja bulanan “semakin tipis”, ada kemungkinan shrinkflation menjadi salah satu penjelas yang luput dari radar angka resmi.

Pada akhirnya, shrinkflation adalah cermin dari tarik-menarik antara tekanan biaya, strategi bisnis, dan perilaku konsumen. Isi yang menyusut di botol minyak goreng, kemasan gula, atau snack anak bukan sekadar soal mililiter dan gram, melainkan soal bagaimana pasar bernegosiasi dengan psikologi rumah tangga. Selama penyesuaian dilakukan secara transparan, proporsional, dan disertai upaya nyata menjaga kualitas, masyarakat mungkin dapat menerimanya sebagai bagian dari adaptasi ekonomi. Tetapi ketika rasa adil dilewati, shrinkflation akan dibaca bukan lagi sebagai strategi bertahan, melainkan sebagai tanda bahwa kepercayaan konsumen sedang diuji.



Sampah Jadi Cuan: Kreativitas Mahasiswa Gen Z Membangun *Startup* Hijau

Oleh: **Sari Nuzullina Rahmadhani SE, M.Acc, Ak**

Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Manajemen Area



Isu lingkungan hidup semakin menempati posisi strategis dalam arah kebijakan publik di Indonesia. Pemerintah menempatkan perlindungan dan pengelolaan lingkungan sebagai bagian penting dari pembangunan berkelanjutan. Direktur Utama Badan Pengelola Dana Lingkungan Hidup (BPDLH), Joko Tri Haryanto, menyampaikan bahwa terdapat empat pilar utama yang dijalankan pemerintah dalam menjaga keberlanjutan lingkungan hidup, yaitu komitmen dan regulasi yang kuat, tata kelola yang akuntabel, pengembangan model bisnis berkelanjutan, serta mekanisme pendanaan yang terintegrasi.

Komitmen tersebut diperkuat melalui diterbitkannya Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 26 Tahun 2025 tentang Perencanaan Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup. Regulasi ini menjadi dasar strategis dalam mengatasi berbagai persoalan lingkungan, termasuk pengelolaan sampah yang selama ini menjadi tantangan serius. Selain itu, pemerintah juga menyiapkan

dukungan fiskal melalui distribusi anggaran Tahun 2026 yang difokuskan pada peningkatan kualitas lingkungan hidup, penguatan manajemen lingkungan, serta ketahanan terhadap bencana dan perubahan iklim. Menteri Lingkungan Hidup/Kepala BPLH, Hanif Faisol Nurofiq, menegaskan bahwa kebijakan anggaran tersebut dirancang agar keberlanjutan lingkungan berjalan seiring dengan pertumbuhan ekonomi.

Perubahan Cara Pandang Mahasiswa Gen Z

Seiring dengan arah kebijakan tersebut, terjadi perubahan cara pandang di kalangan generasi muda, khususnya mahasiswa Gen Z, terhadap persoalan sampah. Tumpukan plastik, limbah rumah tangga, dan sisa produksi tidak lagi dipahami semata sebagai sumber pencemaran, melainkan sebagai potensi ekonomi yang dapat diolah secara kreatif. Dengan dukungan teknologi digital dan semangat kewirausahaan, mahasiswa mulai menghadirkan berbagai inovasi

pengelolaan sampah berbasis nilai tambah. Fenomena ini dikenal dengan istilah “sampah jadi cuan”, yaitu pendekatan yang mengubah limbah menjadi produk bernilai ekonomi sekaligus mendukung penerapan ekonomi sirkular. Inisiatif ini tidak hanya berkontribusi pada pelestarian lingkungan, tetapi juga membuka peluang usaha baru yang relevan dengan agenda pembangunan berkelanjutan nasional.

Mahasiswa Gen Z dan Jiwa *Creative Studentpreneur*

Mahasiswa Gen Z dikenal adaptif, kreatif, serta sangat dekat dengan teknologi digital. Karakter ini menjadi modal utama dalam membangun *creative studentpreneur*, yakni mahasiswa yang mampu mengembangkan ide kreatif menjadi usaha produktif. Berbeda dengan wirausaha konvensional, *studentpreneur* Gen Z cenderung menggabungkan orientasi bisnis dengan nilai sosial dan lingkungan.

Bagi Gen Z, isu lingkungan bukan sekadar wacana, melainkan tantangan nyata yang harus dijawab dengan solusi konkret. Dari sinilah lahir berbagai inisiatif startup hijau yang menjadikan barang bekas dan limbah sebagai bahan baku utama produk bernilai jual. Usaha berbasis daur ulang menjadi pilihan menarik karena sejalan dengan gaya hidup ramah lingkungan dan gerakan *go green* yang semakin menguat di masyarakat.

Startup Hijau: Dari Sampah Menjadi Produk Bernilai

Startup berbasis *recycle* memanfaatkan berbagai jenis sampah, mulai dari plastik, kain bekas, kertas, kayu palet, hingga limbah organik. Dengan sentuhan inovasi, limbah tersebut diolah menjadi produk kreatif seperti tas, dompet, aksesoris, dekorasi rumah, *furniture* sederhana, hingga pupuk kompos. Sampah plastik menjadi salah satu material yang paling fleksibel karena dapat diolah menjadi berbagai produk turunan dengan nilai jual yang kompetitif. Tidak sedikit mahasiswa yang memasarkan

Integrasi Seni Calung dalam Ekosistem Pariwisata Kreatif Kota Tasikmalaya: Peluang Peningkatan Ekonomi Daerah Membangun *Startup* Hijau

Oleh **Yusuf Abdullah & Aa Willy Nugraha**

Pengurus ISEI Cabang Tasikmalaya, Dosen Universitas Siliwangi Tasikmalaya/Rektor Universitas Mayasari Bakti Tasikmalaya & Pengurus ISEI Cabang Tasikmalaya, Dosen Universitas Mayasari Bakti Tasikmalaya

Kota Tasikmalaya merupakan salah satu daerah di Jawa Barat yang memiliki kekayaan budaya dan seni serta masih terawat dengan baik, antara lain payung geulis, kelom geulis, bordir, batik dan lain sebagainya. Budaya dan seni tidak hanya berfungsi sebagai warisan identitas lokal Kota Tasikmalaya, melainkan memiliki nilai ekonomi yang strategis sebagai bagian dari sektor ekonomi kreatif. Produk budaya dan seni tersebut dapat dikembangkan menjadi sumber nilai tambah melalui proses kreativitas, inovasi, dan komersialisasi yang berkelanjutan. Dalam konteks ini, budaya dan seni menjadi modal sosial dan kultural yang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi daerah, menciptakan lapangan kerja, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Hanan et al, 2024). Sehingga penguatan ekonomi kreatif berbasis budaya dan seni di Kota Tasikmalaya juga berperan penting dalam mendukung pengembangan pariwisata kreatif, karena menghadirkan pengalaman autentik yang membedakan Tasikmalaya dari destinasi wisata lain.

Sektor ekonomi kreatif Jawa Barat memiliki kontribusi mencapai 20,73% terhadap PDB Ekonomi Kreatif Nasional (Kemenparekraf, 2023). Di tengah berkembangnya industri pariwisata kreatif di Jawa Barat, “seni calung” masih dilestarikan. Seni calung merupakan alat musik bambu tradisional yang menghasilkan bunyi ritmis dan harmonis serta memiliki peluang besar untuk diintegrasikan dalam ekosistem pariwisata kreatif. Dalam konteks ini, “seni calung” dapat menjadi elemen atraktif yang memperkuat daya saing destinasi wisata Kota Tasikmalaya.

Seni Calung bukan hanya kesenian musik, tetapi juga ekspresi identitas sosial masyarakat khususnya di Kota Tasikmalaya,



Gambar 1. Calung Renteng
Sumber: Perpustakaan Digital Sri Baduga Bandung

yang merefleksikan nilai gotong royong, kebersamaan, dan sejarah pertanian masyarakat pedesaan. Sebaran pengrajin dan pelaku seni calung di Kota Tasikmalaya hampir di seluruh kecamatan, antara lain di Kecamatan Mangkubumi sebanyak 6 pengrajin, Kecamatan Cihideung, Cibeureum, dan Kawalu masing-masing 4 pengrajin, Kecamatan Tamansari 3 pengrajin, Cipedes 2 pengrajin dan Kecamatan Indhiang, Purbaratu, dan Bungursari masing-masing terdapat 1 pengrajin (<https://opendata.tasikmalayakota.go.id/>).

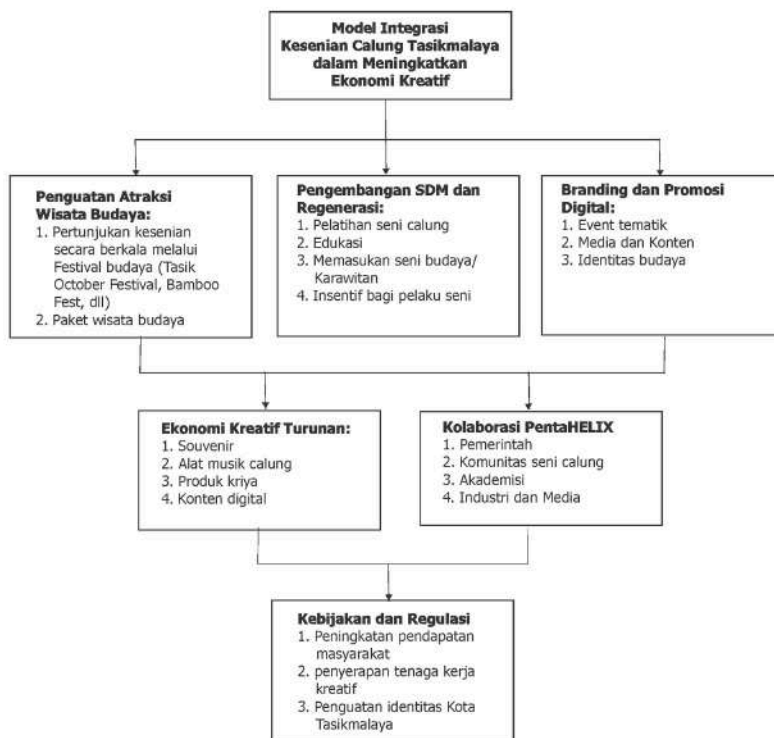
Secara statistic, potensi pariwisata kreatif di Jawa Barat dan Tasikmalaya cukup besar dilihat dari kunjungan wisatawan yang mencapai 59,03 Juta wisatawan lokal dan sebanyak 293.856 wisatawan mancanegara pada Tahun 2023 (BPS, 2025). Namun demikian sebaran kunjungan wisatawan di Jawa Barat belum merata dan di beberapa

wilayah misalnya di Kota Tasikmalaya mengalami penurunan signifikan sejak Tahun 2022 sampai dengan 2024.

Jumlah kunjungan wisatawan Kota Tasikmalaya tahun 2021–2024 didominasi oleh wisatawan domestik dengan puncak kunjungan pada tahun 2022 (619.161 orang), kemudian menurun pada 2023–2024. Sebaliknya, wisatawan mancanegara jumlahnya masih kecil, tetapi menunjukkan tren peningkatan konsisten. Berdasarkan data tersebut, pariwisata di Kota Tasikmalaya masih bertumpu pada pasar domestik. Disamping itu, Pendapatan Asli Daerah Kota Tasikmalaya tahun 2024 berjumlah Rp. 351.777.584,75 mengalami penurunan dari tahun sebelumnya sebesar Rp. 364.302.263,15 (BPS Kota Tasikmalaya, 2025). Melihat kondisi tersebut, integrasi seni calung ke dalam sektor pariwisata kreatif bukan hanya langkah pelestarian budaya, tetapi juga strategi ekonomi untuk meningkatkan daya tarik wisata, memperkuat UMKM kreatif, serta berkontribusi pada peningkatan PAD Kota Tasikmalaya. Berikut adalah model integrasi kesenian calung Tasikmalaya dalam meningkatkan ekonomi kreatif di Kota Tasikmalaya. (<https://opendata.tasikmalayakota.go.id>)

Model integrasi kesenian Calung dalam meningkatkan sektor ekonomi kreatif di Kota Tasikmalaya menggambarkan pendekatan yang komprehensif dan berkelanjutan dalam mengoptimalkan seni tradisional sebagai penggerak ekonomi daerah. Model ini menempatkan kesenian calung sebagai inti (*core*) pengembangan, yang kemudian diintegrasikan ke dalam berbagai komponen strategis ekonomi kreatif dan pariwisata.

Penguatan atraksi wisata budaya dilakukan melalui penyelenggaraan pertunjukan



Gambar 2. Model Integrasi Kesenian Calung dalam Meningkatkan Ekonomi Kreatif
Sumber: Dokumentasi Penulis

calung secara berkala, festival budaya (seperti *Tasik October Festival* atau *Bamboo Fest*), serta pengembangan paket wisata budaya. Langkah ini bertujuan menjadikan calung sebagai daya tarik utama destinasi, sehingga mampu meningkatkan kunjungan wisatawan. Atraksi budaya yang bersifat otentik dan interaktif akan mampu meningkatkan kepuasan wisatawan, memperpanjang lama tinggal (*length of stay*), serta mendorong pengeluaran wisatawan (Richards, 2011). Lebih lanjut, festival budaya terbukti berperan penting sebagai *event tourism* yang mampu menarik kunjungan wisatawan, meningkatkan citra destinasi, dan memberikan dampak ekonomi langsung bagi masyarakat lokal (Berutu, 2024). Dengan menjadikan seni calung sebagai atraksi utama dalam kalender pariwisata Kota Tasikmalaya, destinasi tidak hanya memperoleh diferensiasi budaya yang kuat, tetapi juga menciptakan peluang peningkatan pendapatan bagi seniman, UMKM, serta sektor pendukung pariwisata lainnya. Oleh karena itu, penguatan atraksi wisata budaya berbasis calung merupakan strategi strategis untuk mendorong pertumbuhan pariwisata kreatif dan meningkatkan kontribusinya terhadap ekonomi daerah.

Selain itu, pengembangan sumber daya manusia (SDM) dan regenerasi menjadi pilar penting untuk menjaga keberlanjutan seni calung di Kota Tasikmalaya. Strategi

ini meliputi pelatihan seni calung, pemberdayaan komunitas seni dan karawitan, pembentukan kelompok sadar wisata (Pokdarwis) budaya dan seni, serta pemberian insentif bagi pelaku seni. Integrasi seni tradisional dalam kurikulum sekolah terbukti efektif dalam membangun kesadaran budaya, rasa memiliki, dan minat generasi muda terhadap seni lokal (Sedyawati, 2014). Selain itu, pemberdayaan komunitas seni dan karawitan sebagai pusat pembelajaran dan produksi budaya sejalan dengan pendekatan *community-based cultural development*, yang menempatkan komunitas sebagai aktor utama dalam pelestarian dan pemanfaatan ekonomi seni tradisional (Anheier & Isar, 2012).

Kegiatan *branding* dan promosi digital memiliki peran strategis dalam memperluas jangkauan pasar pariwisata kreatif, khususnya dalam memperkenalkan dan menguatkan posisi kesenian calung di tingkat lokal, nasional, hingga global. Melalui penyelenggaraan *event* tematik berbasis budaya, seperti festival calung, pertunjukan rutin di ruang publik, serta integrasi calung dalam agenda pariwisata daerah. Pemanfaatan media digital, termasuk media sosial, dan kolaborasi dengan kreator konten, menjadi sarana efektif untuk membangun narasi budaya calung secara visual dan interaktif. Strategi tersebut kemudian mendorong lahirnya ekonomi kreatif turunan, seperti produksi souvenir,

alat musik calung, produk kriya, serta konten digital berbasis budaya. Aktivitas ini menciptakan nilai tambah ekonomi dan membuka peluang usaha baru bagi UMKM lokal. Model ini diperkuat melalui kolaborasi Pentahelix yang melibatkan pemerintah, komunitas seni calung, akademisi, industri, dan media. Kolaborasi ini memastikan sinergi program, dukungan kebijakan, riset, inovasi, dan promosi yang berkelanjutan.

Seluruh proses integrasi tersebut memerlukan dukungan kebijakan dan regulasi yang memadai, termasuk alokasi anggaran, perlindungan seni budaya, serta fasilitasi pengembangan ekonomi kreatif. Dampak akhir yang diharapkan dari model ini adalah peningkatan pendapatan masyarakat, penciptaan dan penyerapan tenaga kerja kreatif, serta penguatan identitas Kota Tasikmalaya sebagai kota pariwisata budaya berbasis kearifan lokal. Dengan demikian, kesenian calung tidak hanya berfungsi sebagai warisan budaya, tetapi juga sebagai motor penggerak pembangunan ekonomi kreatif daerah.

**“Koperasi
adalah usaha
bersama untuk
memperbaiki
nasib
penghidupan
ekonomi
berdasarkan
tolong-
menolong”**

~ Mohammad Hatta ~

Ekonomi Kreatif Indonesia melalui Kesuksesan Intellectual Property Tahilalats

Oleh Evinsa Injany, S.T., M.Si

ASN Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif



Gambar 1. Tangkapan layar laman Instagram akun Tahilalats
Sumber: Tahilalats (@tahilalats), Instagram.

Ekonomi kreatif Indonesia berkembang sebagai sektor berbasis nilai tambah yang bertumpu pada kreativitas, ide, pengetahuan, dan kekayaan intelektual manusia. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2019 mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai perwujudan nilai tambah dari kekayaan intelektual yang berasal dari kreativitas manusia berbasis warisan budaya, ilmu pengetahuan, dan teknologi (2019). Dalam konteks ini, subsektor desain komunikasi visual dan desain produk berperan strategis dalam mentransformasikan nilai budaya dan inovasi menjadi identitas visual, narasi budaya, serta produk bernilai ekonomi yang meningkatkan daya saing nasional (Iskandar et al., 2022).

Hubungan antara ekonomi kreatif dan *intellectual property* (IP) bersifat mendasar. Howkins (2013) menegaskan bahwa ekonomi kreatif pada hakikatnya merupakan ekonomi IP, karena sumber nilai utamanya terletak pada ide, simbol, dan ekspresi budaya yang dapat dilindungi dan dimonetisasi. Perspektif ini menempatkan desain bukan hanya sebagai elemen estetika, tetapi sebagai mekanisme penciptaan nilai ekonomi melalui pengelolaan IP yang berkelanjutan. Pandangan tersebut diperkuat oleh literatur ekonomi budaya yang menekankan bahwa keberlanjutan industri kreatif bergantung pada kemampuan mentransformasikan kreativitas menjadi aset intelektual yang bernilai ekonomi (Towse, 2019).

Kerangka tersebut sejalan dengan gagasan *a culture of growth* yang dikemukakan oleh Joel Moky. Moky (2016) menjelaskan bahwa pertumbuhan ekonomi jangka panjang tidak hanya ditentukan oleh kemajuan teknologi, tetapi oleh budaya yang mendorong penciptaan, penyebaran, dan pengembangan ide secara berkelanjutan. Salah satu unsur penting dalam budaya pertumbuhan adalah budaya imajinasi dan estetika, yaitu peran seni dan desain dalam membentuk cara masyarakat menerima kebaruan. Seni dan desain berfungsi sebagai ruang eksperimen ide yang memperluas legitimasi sosial terhadap inovasi dan memungkinkan pengetahuan kultural berkembang secara kolektif (Moky, 2016).

Parningotan (2025) menegaskan bahwa pendekatan historis Moky memberikan fondasi penting bagi pemahaman inovasi di sektor ekonomi kreatif. Menurutnya, Moky menunjukkan bahwa kemajuan teknologi dan kreativitas sering kali menjadi penyebab utama pertumbuhan ekonomi, bukan sekadar hasil dari pertumbuhan tersebut. Melalui analogi evolusioner, Moky menjelaskan bahwa dinamika inovasi tidak dapat dipahami melalui satu teori tunggal, melainkan melalui kombinasi faktor sosial, budaya, dan institusional yang membentuk ekosistem ide. Dengan demikian, inovasi dalam ekonomi kreatif tidak hanya

bergantung pada insentif ekonomi, tetapi pada keberanian budaya untuk bereksperimen dan kapasitas institusi untuk menerima perubahan (Parningotan, 2025).

Gagasan pemerintah Indonesia untuk menempatkan ekonomi kreatif sebagai *new engine of growth* nasional memiliki kesesuaian konseptual dengan kerangka *culture of growth*. Pertumbuhan berbasis kreativitas tidak dapat dicapai hanya melalui peningkatan output ekonomi atau target kuantitatif, tetapi memerlukan ekosistem budaya yang menghargai imajinasi, desain, dan ekspresi kreatif sebagai modal publik. Pendekatan ini menuntut kebijakan yang tidak hanya mendorong produksi, tetapi juga memastikan ide kreatif memiliki ruang untuk diuji, diterima, dan berkembang secara sosial (Flew, 2012).

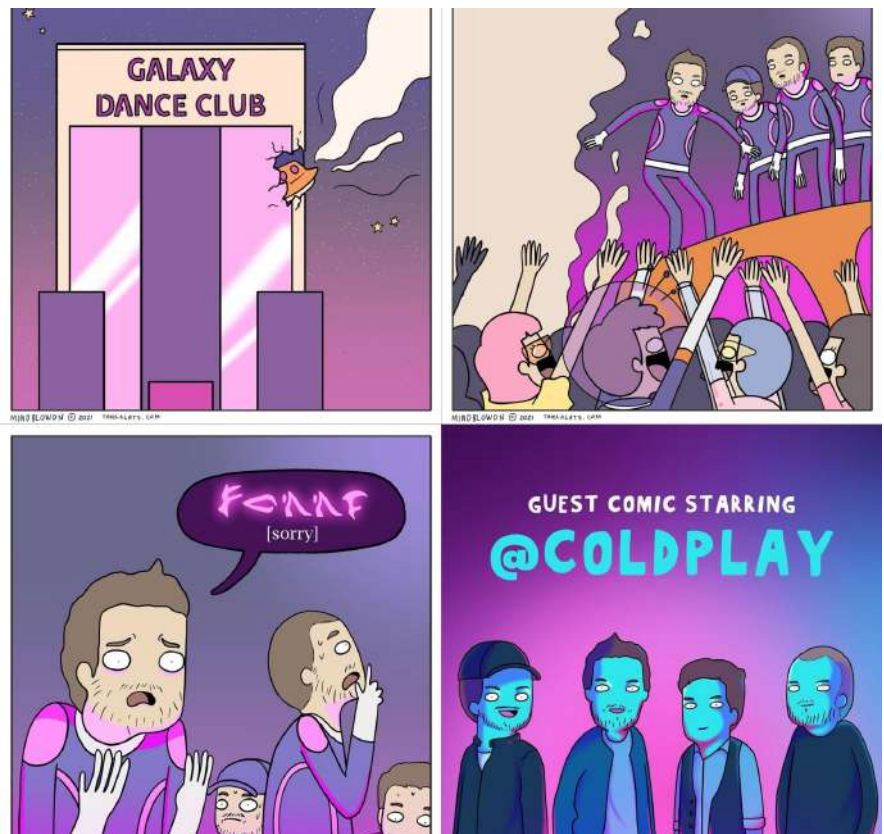
Salah satu contoh nyata *culture of growth* dalam Ekraf Indonesia adalah perkembangan **Tahilalats**, sebuah *intellectual property* (IP) lokal yang tumbuh secara bertahap dari komik digital independen menjadi aset budaya kontemporer dengan jangkauan internasional. Tahilalats merupakan IP lokal yang diciptakan oleh Nurfadli Mursyid dan mulai dikenal publik pada 2014 melalui platform Instagram. Pada fase awal, Tahilalats hadir sebagai komik strip digital dengan gaya visual sederhana dan humor absurd yang merepresentasikan pengalaman keseharian

generasi muda. Estetika minimalis dan narasi singkat menjadi kekuatan desain yang memungkinkan ide menyebar luas dan memperoleh legitimasi sosial secara organik melalui interaksi publik.

Periode awal perkembangan Tahilalats merepresentasikan fase eksperimentasi kreatif, ketika publik berperan sebagai penilai awal nilai sebuah ide. Melalui interaksi intensif di media sosial, terjadi proses seleksi sosial yang menentukan keberlanjutan karya. Mekanisme ini sejalan dengan pandangan Moky (2016) bahwa inovasi bertahan ketika ide memperoleh legitimasi dan diterima dalam ruang sosial yang terbuka terhadap kebaruan.

Pada periode 2017–2019, Tahilalats mulai mengonsolidasikan identitas visual dan naratifnya. IP ini bertransformasi dari konten digital menjadi aset desain yang dapat diaplikasikan lintas medium, termasuk produk komersial dan kolaborasi terbatas. Transformasi tersebut menunjukkan bagaimana kreativitas desain dapat dilembagakan menjadi aset ekonomi, selaras dengan konsep ekonomi berbasis kekayaan intelektual yang dikemukakan oleh Howkins (2013).

Ekspansi signifikan terjadi pada 2020–2021 melalui peluncuran akun internasional berbahasa Inggris dan Mandarin, menandai pergeseran Tahilalats dari IP lokal menuju



Gambar 2. Ilustrasi IP lokal Tahilalats dalam proyek visual promosi peluncuran lagu Higher Power hasil kolaborasi dengan grup musik legendaris Coldplay.
Sumber: Tahilalats (@tahilalats), Instagram.

IP berorientasi global tanpa kehilangan karakter visual utamanya. Pengakuan internasional diperkuat melalui keterlibatan dalam proyek visual peluncuran lagu *Higher Power* serta materi promosi *My Universe* oleh Coldplay dan BTS, yang menunjukkan daya resonansi lintas budaya dari bahasa visual desain Indonesia (UNESCO, 2021).

Perkembangan berlanjut melalui kolaborasi lintas industri dengan Crayon Shinchan (2022), Adidas Indonesia (2023), serta kemitraan strategis bersama One Piece dan Garuda Indonesia (2024–2025). Tahilalats juga berkembang melampaui komik digital dengan merambah ke subsektor ekonomi kreatif lain seperti desain komunikasi visual, periklanan (*branded content*), kriya (merchandise), aplikasi dan konten digital (distribusi melalui platform digital), kuliner (cafe tematis melalui Toko Tahilalats). Rangkaian pertumbuhan tersebut mencerminkan proses difusi ide dan perluasan institusional yang menjadi ciri utama *culture of growth*, di mana IP lokal tidak hanya bertahan, tetapi terus berevolusi melalui interaksi global.

Pendekatan *story-embedded design* memperkuat nilai simbolik IP dan memperluas fungsinya sebagai instrumen diplomasi budaya. IP desain yang kuat secara naratif meningkatkan daya saing ekonomi sekaligus memperkuat posisi Indonesia sebagai produsen budaya kontemporer (UNESCO, 2021). Sinergi antara kreator, masyarakat, dan pemerintah menjadi prasyarat terciptanya ekosistem yang mendorong inovasi, perlindungan IP, dan difusi ide secara berkelanjutan (Flew, 2012).

Sinergi antara kreator, masyarakat, dan pemerintah membuka peluang subsektor desain menjadi pilar ekonomi kreatif nasional. Kesuksesan dari Tahilalats menunjukkan bahwa IP lokal berbasis desain mampu berkembang menjadi *new engine of growth* ketika budaya imajinasi dan estetika diberi ruang untuk tumbuh, berevolusi, dan terhubung dengan pasar global. Kerangka *culture of growth* menegaskan bahwa pertumbuhan berkelanjutan lahir dari kreativitas yang terus berkembang, bukan dari imitasi, tetapi dari keaslian yang dikelola secara strategis (Howkins, 2013; Mokyr, 2016).

“Economic growth is fundamentally about the growth of knowledge”

~ Joel Mokyr ~



Gambar 3. Ilustrasi IP Lokal Tahilalat pada bagian luar Pesawat Livery Garuda Indonesia
Sumber: Tahilalats (@tahilalats), X.

Opini

Budaya Kerja Tataan Masyarakat Indonesia Dewasa ini: Suatu Tantangan dan Harapan

Oleh **Muhammad Findi**
Associate Professor FEM IPB University



Masyarakat Indonesia yang dahulu terkenal dengan gotong royong dan lebih mengutamakan kepentingan banyak orang dibandingkan dengan kepentingan pribadi, secara perlahan mulai terkikis oleh zaman yang mementingkan kehidupan individu, serta cenderung menyampingkan kepentingan banyak orang. Sempitnya lapangan pekerjaan baru, ditambah dengan populasi yang semakin bertambah, secara perlahan tapi pasti mengikis nilai-nilai budaya kerja yang didasarkan atas dasar kekeluargaan dan gotong royong seperti yang disebutkan di atas. Keadaan ini perlu mendapatkan perhatian yang besar dari tokoh pemuka agama, tokoh masyarakat, dan tokoh pendidik, di samping peran negara di dalam

mengarahkan kehidupan tatanan sosial yang lebih beradab, sehingga tidak menimbulkan kesan bahwa masyarakat Indonesia hari, semakin mementingkan diri sendiri dibandingkan kepentingan lingkungan hidupnya.

Setiap individu masyarakat yang bermoral harus menyadari bahwa yakinlah sikap mementingkan kebutuhan orang yang membutuhkan pertolongan, sesungguhnya tidak akan membuat diri manusia menjadi ikut lemah atau miskin. Setiap diri manusia harus yakin akan kemurahan dan balasan Allah Tuhan yang Maha Esa. Literasi dan keyakinan bahwa budaya kerja gotong royong dan tolong-menolong yang telah terjalinkan selama sekian ratus tahun harus mampu

mengembalikan jati diri bangsa Indonesia ke asalnya, yang cinta akan kehidupan sosial yang damai dan saling membantu satu sama lain. Perubahan tatanan sosial di dalam bekerja dari budaya gotong royong menuju masyarakat yang lebih mementingkan kehidupan pribadi tentunya akan memiliki banyak konsekuensi pada kehidupan masyarakat Indonesia saat ini dan ke depan. Pemaksaan untuk hidup dengan pola individualistik bukan hanya sekedar membentuk karakteristik masyarakat yang semakin egoistis, lebih dari itu suatu waktu akan memunculkan permasalahan berupa konflik sosial ataupun horizontal yang dapat lebih dahsyat merusak tatanan kehidupan berbangsa dan bernegara.

Budaya Kekeluargaan dan Gotong Royong

Semangat untuk hidup bergotong-royong dalam keakraban antarindividu seperti layaknya satu keluarga merupakan upaya atau ikhtiar menciptakan rasa kebersamaan di dalam bekerja. Kita ambil contoh, ketika satu perekonomian digerakkan oleh satu semangat membantu oleh kelompok masyarakat kaya, maka diharapkan menghasilkan satu satuan pendapatan yang terbilang besar. Satu kelompok kaya, jika mempekerjakan banyak orang dengan niat atau semangat untuk memberikan pendapatan dan kehidupan yang layak, maka akan meningkatkan pemerataan tingkat pendapatan yang semakin baik. Berdasarkan catatan BPS RI tahun 2025 saat ini diperkirakan pendapatan perkapita saat Indonesia sudah menyentuh angka US\$5.000, di sisi lain tingkat pendapatan para pengusaha-pengusaha kelas menengah sudah di atas dari US\$100.000 dolar per kapita. Apabila seorang kaya memberikan pekerjaan atau peluang usaha yang baru kepada kelompok menengah bawah, maka akan terjadi efek peningkatan lipatan pendapatan pada kelompok rata-rata menengah dan juga akan terjadi lipatan pendapatan pada kelompok masyarakat kaya. Income kelompok menengah bawah berpotensi naik menjadi US\$10.000, sementara kelompok pemilik modal juga bukan mustahil meningkat lebih dari US\$200.000

Semua elemen bangsa mulai dari pelajar mahasiswa pegawai dosen dan birokrat harus sadar bahwa Indonesia akan kembali bangkit ketika budaya gotong royong dan tolong-menolong di dalam bekerja dibangkitkan kembali dan didirikan sebagai pondasi dasar di dalam hubungan sosial masyarakat. Sungguh, bahwa perubahan-perubahan zaman itu jangan sampai merubah tatanan sosial di Indonesia yang lebih dulu terbentuk sebagai masyarakat yang cinta damai dan saling memperhatikan nasibnya satu sama lain. Kegagalan di dalam mengembalikan budaya kerja yang saling bekerja sama dan tolong-menolong.

Sistem Tatanan Hirarki Budaya kerja

Pemerintah Indonesia dan berbagai organisasi swasta secara fakta menerapkan pola budaya kerja yang terstruktur dan profesional, mendorong penerapan budaya kerja yang lebih terstruktur dan profesional. Contohnya adalah penerapan nilai-nilai dasar aparatur sipil negara yang memiliki orientasi pada pelayanan akuntabilitas, kompetensi, Contohnya adalah nilai-nilai dasar Aparatur Sipil Negara (ASN) atau (BerAKHLAK). Kalangan birokrasi atau ASN ini jika betul-betul profesional di dalam bekerja dan mengutamakan prinsip pelayanan terbaik, maka bukan tidak mustahil akan memunculkan sosok pelayan publik yang sama-sama makmur di dalam kehidupan sosialnya. Permasalahan yang

sedang terjadi di Indonesia saat ini adalah budaya kerja yang malas tidak profesional itu dibiarkan sampai sedemikian larut dan berujung pada kesulitan semua pihak. Kebijakan pemberian sanksi tegas kepada setiap anak bangsa yang bekerja tidak profesional dan jujur, memang harus dikendalikan dan mendapatkan teguran yang keras untuk kembali ke jalan yang

Negara melalui pejabat birokrasi yang berkuasa harus menanamkan kejujuran dan nilai-nilai kebersamaan bagi para setiap ASN yang ada di pusat maupun di daerah yang nanti akan menjadi cerminan masyarakat. Sikap mendiamkan ketika ada orang-orang yang berbuat kesalahan, berarti sama dengan menjerumuskan orang tersebut dan bangsa Indonesia ke jurang kehancuran. Sebaliknya, pemberian apresiasi baik berupa materi maupun penghargaan non materi kepada para karyawan, baik itu karyawan pemerintah maupun karyawan swasta juga diperlukan untuk menciptakan semangat kerja baru di dalam peningkatan produktivitas perekonomian nasional. Masyarakat Indonesia harus yakin bahwa Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum hingga kaum itulah yang mengubah nasibnya sendiri, sehingga kesadaran kolektif untuk kembali kepada semangat kerja gotong royong dan tolong menolong merupakan sebuah keharusan tanpa ada alternatif lain.



Gambar 1. Ilustrasi Budaya Kerja Gotong Royong

Opini

Masyarakat Pesisir, Budaya dan Ekonomi : Budaya Pesisir sebagai Penggerak Ekonomi Lokal dan Lingkungan Berkelanjutan

Oleh **Dr. Hapsari Ayu Kusumawardhani**

Dosen Program Studi Ekonomi FEB Universitas Diponegoro (UNDIP)

Budaya pesisir tidak hanya berfungsi sebagai identitas sosial dan spiritual dari masyarakat, tetapi juga menjadi fondasi sistem ekonomi masyarakat pesisir. Nilai, tradisi, dan pola interaksi sosial secara langsung memengaruhi cara masyarakat memproduksi, mendistribusikan, dan mengonsumsi sumber daya laut. Pola bagaimana masyarakat pesisir bermasyarakat, akan sangat berkaitan erat dengan ekonomi mereka.

Keterkaitan yang kuat antara masyarakat pesisir pada laut membentuk ekonomi berbasis sumber daya alam (*resource-based economy*). Mata pencaharian seperti nelayan, nelayan akuakultur, dan pengolah hasil laut lahir dari budaya yang memandang laut sebagai sumber kehidupan. Pandangan ini mendorong pemanfaatan laut secara turun-temurun, meskipun sering masih bersifat tradisional dan berisiko pada fluktuasi pendapatan akibat cuaca dan musim.

Selain itu, ada nilai gotong royong dalam kegiatan seperti Ngajaring berfungsi sebagai modal sosial yang menekan biaya produksi. Kerja bersama memungkinkan nelayan kecil tetap bertahan tanpa modal besar. Sistem ini juga menciptakan distribusi hasil yang relatif adil di tingkat komunitas, meskipun masih menghadapi tantangan ketimpangan saat berhadapan dengan pemilik modal atau tengkulak.

Tradisi Sedekah Laut merupakan salah satu bentuk kearifan budaya masyarakat pesisir yang telah diwariskan secara turun-temurun, khususnya di wilayah pesisir utara dan selatan Pulau Jawa. Sedekah Laut adalah ritual adat sebagai ungkapan rasa syukur masyarakat nelayan kepada Tuhan atas hasil laut yang melimpah, sekaligus permohonan keselamatan bagi para nelayan yang menggantungkan hidupnya pada laut. Dalam pelaksanaannya, masyarakat mengadakan prosesi doa bersama, arak-arakan budaya,

serta pelarungan sesajen ke laut yang melambangkan hubungan harmonis antara manusia, alam, dan kekuatan spiritual yang diyakini menjaga laut.

Selain mengandung nilai spiritual, Sedekah Laut juga memiliki fungsi sosial yang kuat, karena melibatkan seluruh lapisan masyarakat pesisir. Tradisi ini menjadi sarana mempererat solidaritas, gotong royong, dan identitas kolektif masyarakat nelayan. Persiapan ritual dilakukan secara bersama-sama, mulai dari pengumpulan dana, penyusunan sesajen, hingga pelaksanaan upacara, yang mencerminkan kuatnya ikatan sosial dan rasa kebersamaan dalam budaya pesisir.

Dalam perkembangannya, Sedekah Laut dan berbagai festival pesisir tidak hanya berperan sebagai warisan budaya, tetapi juga memberikan dampak ekonomi. Pelaksanaan tradisi ini mendorong peningkatan aktivitas perdagangan lokal, di mana nelayan, pedagang kecil, dan pelaku UMKM memanfaatkan momentum sedekah laut untuk menjual hasil laut, makanan khas pesisir, serta produk kerajinan tradisional. Selain itu, terjadi perputaran uang di sektor konsumsi, transportasi, dan jasa, seperti jasa perahu, penginapan, parkir, dan kuliner, yang memberikan penghasilan tambahan bagi masyarakat setempat.

Pengemasan sedekah laut dalam bentuk festival budaya membuka peluang besar bagi pengembangan ekonomi kreatif dan pariwisata berbasis budaya. Pertunjukan seni tradisional, tarian pesisir, musik daerah, kuliner daerah tersebut, serta atraksi adat menjadi daya tarik wisata yang memperkenalkan identitas budaya pesisir kepada masyarakat luas. Jika dikelola secara terencana, partisipatif, dan berkelanjutan, tradisi ini dapat menjadi agenda wisata tahunan yang tidak hanya meningkatkan pendapatan masyarakat, tetapi juga mendorong pelestarian budaya dan lingkungan laut.

Sedekah Laut mencerminkan bagaimana budaya pesisir berperan ganda, yaitu sebagai sarana spiritual dan sosial sekaligus sebagai penggerak ekonomi lokal. Melalui pengelolaan yang baik, ritual budaya seperti Sedekah Laut dapat menjadi sumber pendapatan alternatif bagi masyarakat pesisir tanpa menghilangkan nilai-nilai budaya dan kearifan lokal yang menjadi identitas mereka.

Selain itu ada kearifan lokal seperti larangan untuk tidak mengambil ikan/ pergi ke laut di waktu-waktu tertentu, yang erat kaitannya dengan 'pamali' atau 'diculik ke istana bawah laut' dan ritual tolak bala mencerminkan manfaat ekologis yang berfungsi menjaga keberlanjutan sumber daya laut. Secara ekonomi, ini penting karena: Menjaga stok ikan jangka Panjang, Mengurangi risiko krisis ekonomi akibat eksploitasi berlebihan, Mendukung ekonomi berkelanjutan (*sustainable economy*)

*"The economy
is a subsystem of
the environment,
not the reverse."*

~ Herman E. Daly ~

Ecological Economics

Kegiatan ISEI

Talk Show Kewirausahaan Pewaris vs Perintis ISEI Medan dan Universitas IBBI

oleh **Coki Ahmad Syahwier**

Wakil Ketua ISEI Cabang Medan Koordinator Sumatera Utara

Jiwa kewirausahaan dikalangan sivitas akademika perguruan tinggi tampaknya telah menjadi suatu kebutuhan untuk melahirkan calon-calon pengusaha muda tangguh. Persediaan apangan usaha yang cenderung menipis dapat diantisipasi dengan mengembangkan jiwa kewirausahaan untuk mengisi peluang usaha informal. Terlebih lagi jumlah wirausaha tanah air masih tertinggal dibandingkan negara-negara ASEAN seperti Singapura. Maka itu ISEI Cabang Medan Koordinator Sumatera Utara bekerjasama dengan Universitas IBBI mengadakan talkshow kewirausahaan mengambil tema “Pewaris vs Perintis : Menumbuhkan Semangat Inovasi dari Imanisasi Menjadi Aksi” pada 12 November 2025 di Auditorium IBBI. Acara talkshow dihadiri lebih kurang 250 orang peserta dengan pembicara kunci Ketua Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) Medan Ryalsyah Putra yang juga Sekretaris ISEI Cabang Medan.



Turut hadir Ketua ISEI Medan Dr.Paidi dan Rektor IBBI Dr.Lusiah serta para praktisi bisnis dan mahasiswa. Acara ditutup dengan pemberian door prize berhadiah utama dua unit sepeda gunung dari ISEI dan HIPMI.



ISEI MEDAN Dan Bank Indonesia Adakan “Sumatra Economic Dialogue”

oleh **Coki Ahmad Syahwier**

Wakil Ketua ISEI Cabang Medan Koordinator Sumatera Utara

Pentingnya memahami perekonomian daerah yang dinamis dalam mencapai target pertumbuhan ekonomi yang berkualitas perlu diangkat dalam suatu kegiatan dialog ekonomi. Maka dari itu, Kantor Bank Indonesia Perwakilan Provinsi Sumatera Utara bekerjasama dengan ISEI Cabang Medan Koordinator Provinsi Sumatera Utara mengadakan “Sumatra Economic Dialogue” pada 19-20 November 2025 di Marinna Resort Samosir. Peserta dialog terdiri dari dosen-dosen Fakultas Ekonomi se Sumatera Utara dan anggota ISEI sebanyak 35 orang. Dialog dibuka oleh Deputi Direktur Bank Indonesia Perwakilan Sumatera Utara Darius Tirto Suharto sekaligus menjadi pembicara kunci. Darius mengemukakan peran sektoral terhadap PDRB Sumatera Utara Tahun 2025 dan

proyeksi ekonomi Tahun 2026 baik dilihat dari sisi lapangan usaha maupun sisi permintaan. Dialog berkesimpulan terdapat pelambatan pertumbuhan ekonomi regional meskipun peluang dan potensi ekonomi daerah-daerah provinsi cukup besar di Sumatera. Sebagian besar peserta dialog berpendapat untuk mendorong investasi dan “net export” sebagai faktor utama sementara diperlukan peran fiskal daerah dan perijinan yang sederhana tanpa harus menimbulkan ekonomi biaya tinggi. Pada hari kedua dialog dilaksanakan «workshop penulisan artikel» untuk menghasilkan artikel ilmiah populer bidang ekonomi yang dapat dipublikasikan padan media cetak nasional maupun daerah dan platform blog atau *media on-line*.



Kegiatan ISEI

The 48th Federation of ASEAN Economic Association Conference

Konferensi The 48th Federation of ASEAN Economic Associations (FAEA) diselenggarakan di Kuala Lumpur, Malaysia pada 19–20 November 2025 bertempat di Berjaya Times Square Hotel. Konferensi ini diselenggarakan oleh Malaysian Economic Association (MEA) bekerja sama dengan Universiti Malaya. Mengusung tema *“Building ASEAN's Resilience: Sustainability, Digitalization, and Inclusivity”*, FAEA ke-48 menegaskan pentingnya memperkuat daya tahan ekonomi ASEAN di tengah perubahan tatanan global yang semakin kompleks, ditandai oleh fragmentasi geoekonomi, ketidakpastian geopolitik, percepatan transformasi digital, serta tekanan transisi menuju pembangunan berkelanjutan yang inklusif.

Konferensi ini juga dihadiri oleh perwakilan Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia (ISEI) sebagai salah satu anggota Federation of ASEAN Economic Associations, diwakili oleh Bapak Muhammad Edhie Purnawan selaku Ketua Bidang Kerja Sama Internasional PP ISEI dan Jonathan Ersten Herawan selaku Analis PP ISEI, yang turut berpartisipasi aktif dalam rangkaian diskusi dan pertukaran pandangan bersama delegasi dari asosiasi ekonomi negara-negara ASEAN lainnya.

Tema besar konferensi diterjemahkan ke dalam berbagai isu strategis yang menjadi fokus diskusi, antara lain penguatan integrasi ekonomi kawasan, respons kebijakan terhadap risiko geopolitik dan perang dagang, transformasi ekonomi hijau, digitalisasi dan penguatan sumber daya manusia, serta perlindungan sosial untuk memastikan pertumbuhan yang lebih merata. Diskusi menekankan bahwa tantangan-tantangan ini tidak dapat dihadapi secara parsial oleh masing-masing negara, melainkan membutuhkan koordinasi dan kolaborasi ASEAN yang lebih erat.

Dalam sesi pembukaan, disampaikan bahwa dunia saat ini bergerak menuju pola hubungan ekonomi yang semakin transaksional dan berpotensi terfragmentasi. Ketegangan perdagangan global, kebijakan proteksionisme, serta distorsi rantai pasok menjadi risiko nyata bagi negara-negara berkembang, termasuk ASEAN. Oleh karena itu, ASEAN didorong untuk tidak hanya bersikap reaktif, tetapi juga proaktif dalam memperkuat fondasi ekonomi kawasan melalui pendalaman perdagangan intra-ASEAN, peningkatan kejelasan aturan

perdagangan, serta penguatan kerja sama regional yang berbasis pada kepentingan bersama.

Diskusi panel juga menyoroti pentingnya menjaga sentralitas ASEAN di tengah perubahan tatanan global. ASEAN dipandang perlu memperkuat posisi tawarnya dengan memastikan bahwa berbagai kesepakatan regional, baik di bidang perdagangan barang, jasa, maupun ekonomi digital, dapat diimplementasikan secara efektif. Penguatan kerja sama kawasan diyakini dapat mengurangi ketergantungan berlebihan pada pasar eksternal tertentu sekaligus meningkatkan ketahanan ASEAN terhadap guncangan global.

Isu digitalisasi menjadi salah satu topik utama yang mendapat perhatian besar dalam FAEA ke-48. Transformasi digital tidak hanya dipahami sebagai adopsi teknologi, tetapi juga sebagai proses struktural yang harus mampu meningkatkan produktivitas, memperluas inklusi ekonomi, serta menciptakan peluang kerja baru. Dalam konteks ini, penguatan keterampilan tenaga kerja, peningkatan kualitas pendidikan, serta penyempurnaan kerangka regulasi ekonomi digital menjadi prasyarat penting agar transformasi digital benar-benar memberikan manfaat yang luas bagi masyarakat ASEAN.

Selain digitalisasi, diskusi mengenai sumber daya manusia berkembang ke arah konsep *brain economy*, yang menekankan pentingnya kualitas modal manusia sebagai fondasi utama daya saing ekonomi jangka panjang. Kesehatan, pendidikan, dan kemampuan adaptasi tenaga kerja dipandang semakin krusial di tengah perubahan teknologi dan dinamika demografi, termasuk penuaan penduduk

di beberapa negara ASEAN. Konferensi menegaskan bahwa investasi pada manusia harus menjadi prioritas kebijakan yang setara dengan investasi fisik dan infrastruktur.

FAEA ke-48 juga menggelar berbagai sesi diskusi paralel yang membahas isu-isu spesifik sesuai dengan tema besar konferensi. Berbagai makalah ilmiah dipresentasikan oleh akademisi dan peneliti dari negara-negara anggota FAEA, yang mencakup topik transisi energi, kebijakan industri, ketahanan pangan, inklusi sosial, serta inovasi berbasis teknologi. Forum ini menjadi ruang penting untuk bertukar gagasan dan mempertemukan perspektif akademik dengan kebutuhan kebijakan praktis di kawasan.

Di luar sesi akademik, konferensi ini juga dimanfaatkan sebagai sarana penguatan jejaring antar asosiasi ekonomi ASEAN melalui pertemuan para pimpinan delegasi. Interaksi ini mencerminkan peran FAEA sebagai wadah strategis yang tidak hanya mendorong pengembangan pemikiran ekonomi, tetapi juga memperkuat koordinasi kebijakan dan kerja sama lintas negara di tingkat kawasan.

Secara keseluruhan, FAEA ke-48 menegaskan kembali bahwa ketahanan ekonomi ASEAN di masa depan sangat bergantung pada kemampuan kawasan untuk tetap solid, adaptif, dan inklusif. Di tengah dunia yang semakin terfragmentasi dan penuh ketidakpastian, kolaborasi antar ekonom, akademisi, dan pembuat kebijakan melalui forum seperti FAEA menjadi semakin relevan untuk menjaga stabilitas, mendorong pertumbuhan ekonomi berkelanjutan, serta mempertahankan sentralitas ASEAN dalam percaturan ekonomi global.



Kegiatan ISEI

PP ISEI Peduli Bencana Sumatera

Pengurus Pusat Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia (PP ISEI) melalui program ISEI Peduli menyalurkan bantuan Rp300 juta untuk penanganan bencana di Sumatera. Bantuan ini ditujukan untuk memperkuat respons awal sekaligus mendukung pemulihan masyarakat terdampak.

Namun, hal ini tidak terbatas pada penanganan bencana dan tidak cukup berhenti pada bantuan logistik atau donasi. ISEI mendorong pendekatan yang menempatkan keselamatan sebagai prinsip utama melalui kerangka “*safe first and many, recovery next*” keselamatan dan penyelamatan sebanyak mungkin korban menjadi prioritas pertama, sementara pemulihan dilakukan setelah fondasi keamanan benar-benar terjamin.

Dalam pernyataannya, ISEI juga menilai penanganan bencana membutuhkan sinergi dan kolaborasi lintas aktor mulai

dari masyarakat, tokoh masyarakat, dunia usaha, hingga pemerintah dalam semangat heptahelix. Kompleksitas bencana hari ini tidak hanya soal alam, tetapi juga soal tata kelola, kesiapsiagaan, dan *resilience* sosial-ekonomi.

Lebih jauh, ISEI mendorong penerapan prinsip ESG (*Environmental, Social, Governance*) dan GRC (*Governance, Risk, Compliance*) dalam pengelolaan sumber daya alam ke depan. ISEI menyatakan kesiapan menjadi mitra strategis pemerintah dalam penguatan ekonomi kebencanaan, terutama untuk memastikan pemanfaatan sumber daya alam berjalan seiring dengan mitigasi risiko dan kepatuhan kebijakan.

ISEI juga menekankan pentingnya harmoni antara kepentingan ekonomi dan keberlanjutan lingkungan. Dalam konteks pemulihan pasca bencana, pertumbuhan ekonomi tidak boleh menjadi alasan untuk mengabaikan aspek ekologis karena

pada akhirnya kerusakan lingkungan memperbesar risiko bencana di masa depan. ISEI mendorong kebijakan pembangunan yang melihat ekonomi dan lingkungan sebagai pasangan yang harus saling menguatkan.

Terkait pemulihan pasca bencana, ada beberapa catatan penting yaitu pembangunan daerah harus dipahami sebagai pembangunan “di daerah” (*bottom-up*), bukan pembangunan “untuk daerah” (*top-down*). Artinya, agenda pemulihan perlu berangkat dari kebutuhan riil masyarakat lokal, kapasitas sosial-ekonomi setempat, dan konteks kerentanan wilayah bukan sekadar paket program yang seragam dari pusat.

Dengan langkah bantuan Rp300 juta dan dorongan kerangka kebijakan tersebut, ISEI berharap penanganan bencana di Sumatera dapat bergerak dari sekadar respons darurat menuju sistem pemulihan yang lebih aman, kolaboratif, dan berkelanjutan.

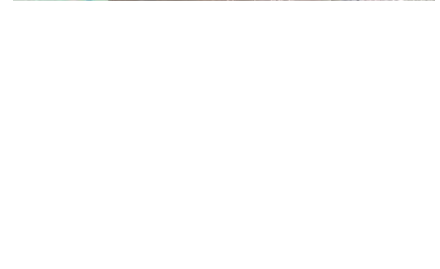
ISEI Padang



ISEI Medan



ISEI Aceh





2026

• H A P P Y • N E W • Y E A R •

ISEI menyambut tahun baru 2026 yang
penuh harapan baik

WARTA ISEI

EDISI MARET 2026



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

**Mikroprudensial sebagai
jangkar pertumbuhan ekonomi**

Pengiriman Naskah

warta@isei.or.id

Deadline : 10 Maret 2026

Contact Person



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

Template Naskah



bit.ly/publikasiwartaisei

**Tertarik Beriklan
di Warta ISEI**



bit.ly/MediaOrderWartaISEI



@ppisei_official

WARTA ISEI

Sinergi dan Kolaborasi Pusat dan Daerah

Volume 2 No. 6 | Desember 2025



IKATAN SARJANA EKONOMI INDONESIA

Gedung Kantor Pusat ISEI

Jl. Daksa IV No. 9, Jakarta 12110

Telp : (021) 2277 2577

Fax : (021) 720 1812

E-mail : isei.pusat@gmail.com

 [ppisei_official](https://www.instagram.com/ppisei_official)

 [PP ISEI](https://www.youtube.com/PPISEI)

 isei.or.id