

## UII KUKUHKAN DUA GURU BESAR EKONOMI Ramalan Ranggawarsita, Terjadi Saat ini?



KR-Istimewa

**Kedua Guru Besar UII yang dikukuhkan.**

**SLEMAN (KR)** - Mungkinkah ramalan Ranggawarsita *jujur ajur* sudah terjadi saat ini? Kalimat bernada tanya tersebut dikemukakan Prof Anas Hidayat PhD ketika menyampaikan pidato pengukuhan guru besarnya di Auditorium Kahar Muzakir UII, Selasa (11/2). Pertanyaan itu muncul akibat dilema etis terkait distribusi kekayaan.

Mengingat bisnis kapitalistik sangat oportunis, praktik korupsi tetap menjadi tantangan serius di banyak negara termasuk Indonesia, terutama dalam interaksi antara sektor swasta dan publik.

"Perusahaan sering kali dihadapkan pada tekanan untuk terlibat dalam praktik tidak etis, seperti suap, demi memenangkan kontrak atau mengamankan izin," tandas Guru Besar Ilmu Manajemen Pemasaran FBE UII dalam pidato berjudul 'Krisis Etika Manusia dan Implikasinya Terhadap Perilaku Bisnis serta Konsumen di Indonesia'.

Persoalan etika semakin miris, lanjut ayah 3 anak ini, karena semakin banyak ketidakadilan dipertonton-

kan di tengah masyarakat melalui pemberitaan di media mainstream maupun sosmed. Fakta empiris menunjukkan, dinamika ekonomi kapitalis telah meningkatkan kesenjangan antara perusahaan besar dan pelaku bisnis kecil.

"Perusahaan multinasional yang saat ini populer disebut oligarki seringkali memiliki keunggulan besar dalam hal sumber daya dan pengaruh, memungkinkan mereka mendominasi pasar dan memperburuk ketimpangan ekonomi," tandas Dosen FBE UII kelahiran Yogyakarta 27 Juli 1962 ini.

Persoalan etika dilema moral di Indonesia diakui semakin kompleks dan memprihatinkan. Hampir di semua sektor, ditemukan masalah yang mengakar pada krisis nilai. Dalam kondisi ini, pendidikan seharusnya menjadi penjaga nilai, mencetak insan manusia yang tidak hanya cerdas secara intelektual, tetapi juga beradab, bermoral dan mampu menjadi teladan bagi masyarakat. "Namun, sistem pendidikan kita tampaknya kehilangan arah, tidak berdaya menghadapi perubahan zaman

yang begitu massif," tandasnya.

Sidang senat terbuka juga mendengarkan pidato pengukuhan Prof Dr Unggul Priyadi, Guru Besar Ilmu Ekonomi Kelembagaan FBE UII. Prof Unggul menyampaikan pidato berjudul 'Kelembagaan sebagai Pilar Kesejahteraan dan Keadilan dalam Transformasi Ekonomi Global dan Ekonomi Syariah'. Dalam pidatonya, Prof Unggul menyebutkan kelembagaan memegang peranan yang sangat penting dalam era transformasi global dan ekonomi syariah.

"Kelembagaan tidak hanya menjadi tulang stabilitas ekonomi, tetapi juga sebagai instrumen untuk mencapai tingkat kemakmuran dan keadilan yang tinggi," tandas kakek dua cucu kelahiran Banjarnegara 18 September 1962 ini.

Pada aspek ekonomi syariah, peran kelembagaan sangat bermakna, khususnya dalam pengelolaan wakaf, yang menjadi salah satu instrumen untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi umat. Sedangkan, pada sektor pariwisata memerlukan kelembagaan yang efektif untuk mengelola dan mengembangkan destinasi wisata, memperkuat *branding*, menjaga kearifan lokal serta memastikan keberlanjutan lingkungan.

"Kelembagaan yang baik dalam pariwisata juga membantu dalam menciptakan lapangan kerja serta meningkatkan penghasilan masyarakat lokal melalui sektor ekonomi kreatif," ujarnya. (Fsy)-d

## Kemendiktisaintek Pangkas Dana Riset

**JAKARTA (KR)** - Presiden Prabowo Subianto menginstruksikan pemangkasan anggaran pemerintah, baik dalam APBN dan APBD Tahun Anggaran 2025. Pemangkasan mencapai Rp 306,69 triliun yang disebut untuk menjaga stabilitas fiskal.

Akibat efisiensi anggaran tersebut Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains dan Teknologi (Kemendiktisaintek) juga bakal mengurangi dana riset. Meski begitu, Kemendiktisaintek masih berupaya untuk seminimal mungkin tentang pemotongan dana untuk riset tersebut.

Demikian disampaikan Dirjen Riset dan Pengembangan Kemendiktisaintek Fauzan Adziman, Selasa (11/2) dalam 'Ngobrol Bareng Media'. "Kami dari riset dan

pengembangan tentunya juga menjadi bagian dalam proses efisiensi ini (anggaran). Jadi kami masih berupaya untuk tidak lebih kecil lagi," ujar Dirjen Riset dan Pengembangan Fauzan Adziman.

Kebijakan efisiensi anggaran oleh pemerintah menyebabkan kementerian harus menyusun ulang program yang bakal dijalankan tahun ini. Dirjen Riset dan Pengembangan Kemendiktisaintek Fauzan Adziman

mengungkapkan, direktoratnya turut terdampak efisiensi.

Ia mengungkapkan, kementerian hanya memiliki dana riset senilai Rp 1,2 triliun pada 2024. Nominal tersebut hanya mampu membiayai 7 persen dari proposal riset yang diajukan ke Kemendiktisaintek. "Kami dari riset dan pengembangan tentunya juga menjadi bagian dalam proses efisiensi ini," ungkap Fauzan.

Meski begitu, ia memastikan pemangkasan anggaran tidak akan berpengaruh signifikan. Pihaknya ingin pemangkasan masih rasional. "Jadi, kami masih mencoba merasionalisasikan agar potongan di dana riset itu sekecil-kecilnya," kata

Fauzan.

Kemendiktisaintek dari APBN berisiko berkurang imbas dari efisiensi anggaran. Padahal, dana riset tersebut dinilai sudah terlalu kecil. "Bayangkan kalau dipotong lagi, lebih kecil lagi. Jadi ini mungkin salah satu yang akan dibangun untuk dana riset, sebaiknya tak dipotong," kata Fauzan.

Fokus riset yang dilakukan pada tahun lalu, lanjut Fauzan, mengikuti beberapa fokus yang ditetapkan pemerintah, meliputi pertanian, kesehatan, kemaritiman, ketahanan pangan, transportasi, kesehatan, ekonomi hijau, hingga ekonomi biru. Fauzan menyebutkan kalau bidang riset tahun ini diperkirakan akan semakin luas. (Ati)-d

### DALAM PROGRAM ICEP

## Pelajar Tiga Negara Bertukar Wawasan

**LAMONGAN (KR)** -

Para pelajar tingkat sekolah menengah pertama (SMP) dari Jepang, Indonesia dan Filipina bertukar wawasan dalam program International Culture Exchange Project (ICEP) yang diinisiasi Dinas Pendidikan Kabupaten Lamongan Jawa Timur, bekerjasama dengan Hiroshima Global Academy.

Sekretaris Dinas Pendidikan Lamongan, Chusnu Yuli, saat dikonfirmasi di Lamongan, Selasa (11/2), menyampaikan, kegiatan yang dilakukan secara daring tersebut merupakan kesempatan emas bagi para pelajar untuk mengenal budaya negara lain, memperluas wawasan global dan mulai menjalin hubungan



KR-Antara/Aliman Khakim

**Tangkapan layar pelajar SMP dari tiga negara saat mengikuti Internasional Culture Exchange secara daring yang diselenggarakan Dinas Pendidikan Lamongan Jatim bekerja sama dengan Hiroshima Global Academy.**

internasional.

"Sebagai tuan rumah, kami melibatkan 48 SMP negeri se-Kabupaten Lamongan dan lembaga sekolah lain dari dua negara,"

kata Chusnu Yuli.

Ia menjelaskan, program ICEP tersebut bertujuan mempererat hubungan antarbangsa melalui pemahaman budaya, dan juga

merupakan langkah untuk mempersiapkan Gen Z agar memiliki jejaring internasional sejak dini.

Chusnu Yuli mengatakan, pada program tersebut siswa bertukar pengalaman dengan teman sebaya dari lembaga sekolah Internasional Hiroshima Global Academy (HIGA) Jepang, dan Immaculate Conception School of Baliuag (ICSB) Filipina. "Dalam sesi pertemuan selama 90 menit, para pelajar berbagi informasi mengenai tradisi, kebiasaan, dan kehidupan sehari-hari di negara masing-masing. Pelajar Lamongan mengenalkan tari boran, silat, batik, lagu daerah, sampai masakan tradisional," jelasnya. (Ant)-d

## EKONOMI

### Menyiasati Peluang

#### Digital Marketing: Email Marketing (1)

**PEMASARAN** email telah berkembang pesat seiring dengan pertumbuhan teknologi abad ke-21. Sebelum pertumbuhan ini, ketika email masih merupakan hal baru bagi sebagian besar pelanggan, pemasaran email tidak begitu efektif. Pada tahun 1978, Gary Thuerk dari Digital Equipment Corporation (DEC) mengirimkan email massal pertama kepada sekitar 400 klien potensial melalui Advanced Research Projects Agency Network (ARPANET). Ia mengklaim bahwa hal ini menghasilkan penjualan produk DEC senilai \$13 juta, dan menyoroti potensi pemasaran melalui email massal. Email mungkin tampak kuno di dunia di mana semua orang mengirim pesan instan atau Snapchating, tetapi pemasaran email masih menjadi salah satu alat pemasaran digital yang paling efektif. Pemasaran email adalah tindakan mengirim pesan komersial, biasanya ke sekelompok orang, menggunakan email. Dalam arti yang paling luas, setiap email yang dikirim ke calon pelanggan atau pelanggan saat ini dapat dianggap sebagai pemasaran email. Terutama situs e-commerce dan merek ritel yang meraih banyak keberhasilan dengan mendorong promosi dan diskon musiman (pikirkan penawaran Puasa Ramadhan, Hari Raya Idul Fitri, 17 Agustus, Hari Pahlawan, Hari Ibu dan sebagainya), sementara Anda juga dapat menggunakan buletin email untuk 'memelihara' prospek Anda dengan memberi mereka banyak nilai lebih dari sekadar mendorong produk dan layanan Anda.

Pemasaran email melibatkan penggunaan email untuk mengirim iklan, meminta bisnis, atau meminta penjualan atau donasi. Istilah ini biasanya mengacu pada pengiriman pesan email dengan tujuan meningkatkan hubungan pedagang dengan pelanggan saat ini atau sebelumnya, mendorong loyalitas pelanggan dan bisnis berulang, memperoleh pelanggan baru atau meyakinkan pelanggan saat ini untuk segera membeli sesuatu, dan berbagi iklan pihak ketiga.

Pemasaran email dapat dilakukan melalui berbagai jenis email, yaitu Email transaksional dan Email langsung. Email transaksional biasanya dipicu berdasarkan tindakan pelanggan terhadap suatu perusahaan. Agar memenuhi syarat sebagai pesan transaksional atau hubungan, tujuan utama komunikasi ini haruslah "untuk memfasilitasi, menyelesaikan, atau mengonfirmasi transaksi komersial yang sebelumnya telah disetujui oleh penerima untuk dilakukan dengan pengirim" beserta beberapa definisi sempit lainnya tentang pesan transaksional. Pesan transaksional yang dipicu mencakup pesan keranjang belanja yang dibatalkan, email pengaturan ulang kata sandi, email konfirmasi pembelian atau pesanan, email status pesanan, email pemesanan ulang, dan tanda terima email. Tujuan utama email transaksional adalah untuk menyampaikan informasi mengenai tindakan yang memicunya. Namun, karena rasio buka yang tinggi (51,3% dibandingkan dengan 36,6% untuk buletin email), email transaksional merupakan peluang untuk memperkenalkan atau memperluas hubungan email dengan pelanggan atau pelanggan; untuk mengantisipasi dan menjawab pertanyaan; atau untuk melakukan penjualan silang atau penjualan atas produk atau layanan.

Email langsung melibatkan pengiriman email semata-mata untuk mengkomunikasikan pesan promosi (penawaran khusus atau katalog produk). Perusahaan biasanya mengumpulkan daftar alamat email pelanggan atau calon pelanggan untuk dikirimkan pesan promosi langsung, atau mereka menyewa daftar alamat email dari perusahaan jasa. Pemasaran email langsung adalah format untuk kampanye berbasis email yang di dalamnya iklan mandiri dikirimkan ke daftar penerima yang ditargetkan. Pesan-pesan tersebut dapat berupa teks, Hypertext Markup Language, atau media kaya, tampak seperti iklan berbasis web atau pesan iklan email biasa.

Prof Dr M Suyanto, Rektor Universitas Ampik Yogyakarta

## Keyakinan Konsumen Terhadap Kondisi Ekonomi Kuat

**JAKARTA (KR)** - Survei Konsumen Bank Indonesia (BI) pada Januari 2025 mengindikasikan keyakinan konsumen terhadap kondisi ekonomi tetap kuat. Hal itu tercermin dari Indeks Keyakinan Konsumen (IKK) Januari 2025 berada pada level optimis sebesar 127,2.

"Keyakinan konsumen yang tetap optimis pada Januari 2025 bersumber dari tetap kuatnya keyakinan konsumen terhadap kondisi ekonomi saat ini dan peningkatan keyakinan konsumen terhadap kondisi ekonomi ke depan," kata Direktur Eksekutif Departemen Komunikasi BI Ramdan Denny Prakoso di Jakarta, Selasa (11/2).

Denny menuturkan, tetap kuatnya keyakinan konsumen pada Januari 2025 ditopang Indeks Ekspektasi Konsumen (IEK) dan Indeks Kondisi Ekonomi Saat Ini (IKE). IEK tercatat sebesar 140,8, lebih tinggi dibandingkan dengan indeks bulan sebelumnya sebesar 139,5. IKE tetap berada pada level optimis sebesar 113,5, meski lebih rendah dibandingkan de-

ngan indeks bulan sebelumnya sebesar 116.

Ramdan mengatakan, ekspektasi konsumen terhadap kondisi ekonomi enam bulan ke depan diperkirakan meningkat. Hal ini tercermin dari IEK Januari 2025 sebesar 140,8, lebih tinggi dibandingkan dengan indeks 139,5 pada bulan sebelumnya.

Meningkatnya IEK bersumber dari ekspektasi terhadap penghasilan dan kegiatan usaha, masing-masing dari 143,3 dan 137,4 pada Desember 2024 menjadi sebesar 144,8 dan 140,7 pada Januari 2025. Sedangkan, ekspektasi terhadap ketersediaan lapangan kerja pada Januari 2025 tetap berada di area optimis sebesar 137, meski lebih rendah dari Desember 2024 sebesar 137,6.

### Industri Jasa Keuangan Terjaga dan Stabil

**JAKARTA (KR)** - Ketua Dewan Komisiner Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Mahendra Siregar mengatakan, selama tahun 2024 industri sektor keuangan terjaga dan stabil. Hal ini terlihat pada tahun lalu perbankan telah menyalurkan kredit dan pembiayaan sebesar Rp 7.827 triliun tumbuh *double* digit yakni sebesar 10,39 persen.

Dalam keterangannya saat pembukaan Pertemuan Tahunan Industri Jasa Keuangan (PTIJK) 2025, di Jakarta, Selasa (11/2), Mahendra menyebutkan, untuk pihaknya perusahaan pembiayaan tumbuh 6,92 persen menjadi Rp 503,4 triliun. Sementara rasio kredit bermasalah atau non-performing loan (NPL) bank gross sebesar 2,08 persen dan rasio NPL net 0,74

Dipaparkan Mahendra, untuk intermediasi non konvensional seperti *outstanding* pembiayaan pinjam atau daring fintech *peer to peer lending* tercatat Rp 77,02 triliun atau tumbuh sebesar 29,14 persen.

Sedangkan, untuk pembiayaan *buy now* untuk produk *paylater* yang dilakukan perbankan dan perusahaan pembiayaan masing-masing sebesar Rp 22,12 triliun dan Rp 6,82 triliun atau tumbuh 43,76 dan 37,6 persen. Untuk pegadaian mencapai Rp 88,05 triliun atau tumbuh 26,5 persen.

Sementara untuk penghimpunan dana di pasar modal melampaui target Rp 200 triliun, dengan pencapaian sebesar Rp 258,24 triliun. Adapun investor yang melakukan penawaran mencapai 199 penawaran umum, sedangkan penawaran paling banyak dari sektor keuangan sebesar 39 persen.

Dikatakan, untuk modal perbankan atau CAR mencapai 26,69 persen, angka ini tertinggi di negara kawasan ini. Mahendra juga mengatakan, pada 2025 ada tantangan yang akan dihadapi industri keuangan antara lain penyerapan tenaga kerja sektor formal dan daya beli masyarakat. (Lmg)-d



KR-Antara/Dewa Ketut Sudiartha Wiguna

**Sejumlah konsumen berbelanja di salah satu pasar swalayan.**

Pada Januari 2025, rata-rata proporsi pendapatan konsumen untuk konsumsi (*average propensity to consume ratio*) dan proporsi pendapatan konsumen yang disimpan (*saving to income ratio*) tercatat masing-masing sebesar 73,6 persen dan 15,3 persen, sedikit menurun dibandingkan

dengan proporsi pada bulan sebelumnya, yaitu sebesar 74,1 persen dan 15,5 persen.

Sedangkan, proporsi pembayaran cicilan atau utang (*debt to income ratio*) sedikit meningkat, yaitu sebesar 11,1 persen dibandingkan Desember 2024 sebesar 10,5 persen. (Ant)-d

### TERSEDIA 395 RIBU TON Stok Kedelai Jelang Ramadan Aman

**JAKARTA (KR)** - Persediaan kedelai nasional memasuki bulan Ramadan aman. Persediaan ini cukup untuk memenuhi hampir 2 bulan kebutuhan perajin tahu tempe nasional terutama untuk persediaan selama puasa hingga Lebaran.

Demikian dikemukakan Ketua Akindo Hidayatullah Suralaga dalam siaran persnya, di Jakarta, Senin (10/2). "Pada awal Februari 2025 persediaan stok kedelai nasional diperkirakan 200 ribu ton, ditambah masuknya stok kedelai impor 195 ribu ton, sehingga persediaan stok kedelai bulan Februari mencapai 395 ribu ton" ujarnya Hidayatullah Suralaga. Konsumsi kedelai nasional saat ini diperkirakan sekitar 2,6-2,7 juta ton per tahun. Lebih dari 90% kebutuhan kedelai tersebut dipenuhi dari impor dan sisanya dari dalam negeri.

Berdasarkan data yang ada dan pengalaman selama ini, lanjut Hidayat, pada bulan Ramadan dan Hari Raya Idul Fitri tahun sebelumnya tidak terjadi peningkatan kebutuhan kedelai dalam negeri, yaitu rata-rata 220 ribu

ton per bulan. "Bahkan berdasarkan data Gabungan Koperasi Produsen Tempe Tahu Indonesia (Gakoptindo) justru terjadi penurunan permintaan mencapai 30%. Hal ini karena sebagian perajin tahu tempe terutama di wilayah Jakarta dan sekitarnya sudah mulai pulang kampung 2 minggu menjelang hari raya," katanya.

Hidayat menambahkan, para importir kedelai selalu memenuhi komitmen untuk menyediakan bahan baku kedelai sesuai kebutuhan para pengrajin tahu tempe nasional. Ia memaparkan, berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) selama 11 bulan pertama tahun 2024 (Januari-November) impor kedelai Indonesia mencapai 2,56 juta ton atau naik 23% dibandingkan periode yang sama di tahun 2023, sebesar 2,08 juta ton.

Angka ini sudah jauh melampaui volume impor kedelai selama tahun 2023, yaitu sebesar 2,27 juta ton. Hidayat menjelaskan, khusus untuk komoditi kedelai sampai saat ini Indonesia masih menganut kebijakan perdagangan bebas, yaitu mengikuti mekanisme pasar. (Ati)-d