

Perkembangan dan Proyeksi

Perekonomian Global dan Domestik

2022

Daftar Isi

03

Fokus 1

Perkembangan Perekonomian Global dan Domestik

08

Fokus 2

Volatilitas Pasar Uang di tengah Ketidakpastian Ekonomi

14

Fokus 3

Tantangan Pemulihan Sektor Pariwisata

24

Fokus 4

Perspektif Konsumen akan implementasi *Circular Economy*

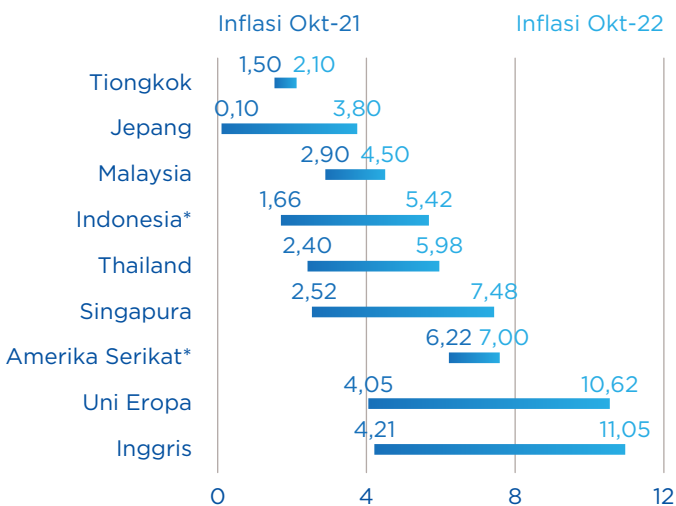
Fokus 1

Perkembangan Perekonomian Global dan Domestik

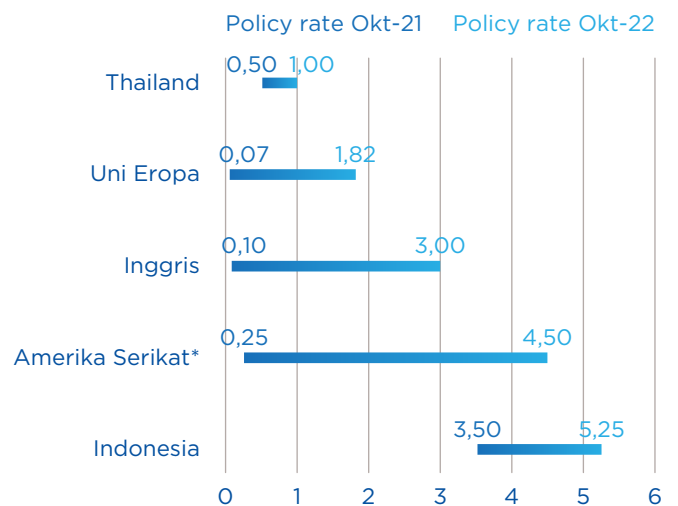
Oleh: Muhammad Iqbal Iskandar dan Sella F. Anindita

Perekonomian global pada tahun 2022 menghadapi berbagai tantangan terutama berasal dari konflik geopolitik Rusia-Ukraina. Hal tersebut menyebabkan harga komoditas meningkat secara signifikan dan berdampak pada peningkatan inflasi di berbagai negara. Peningkatan Inflasi di beberapa negara mencatatkan level tertinggi sampai dalam kurun waktu 30-40 tahun terakhir. Sampai dengan November-22 inflasi Eropa dan Amerika Serikat (AS) tercatat masih tinggi dibandingkan akhir tahun 2021. Kenaikan Inflasi juga terjadi di negara lain, seperti Inggris, Jepang, India, Korea Selatan, dan Singapura.

Grafik 1.1 Perkembangan Inflasi Global



Grafik 1.2 Perkembangan Suku Bunga Global

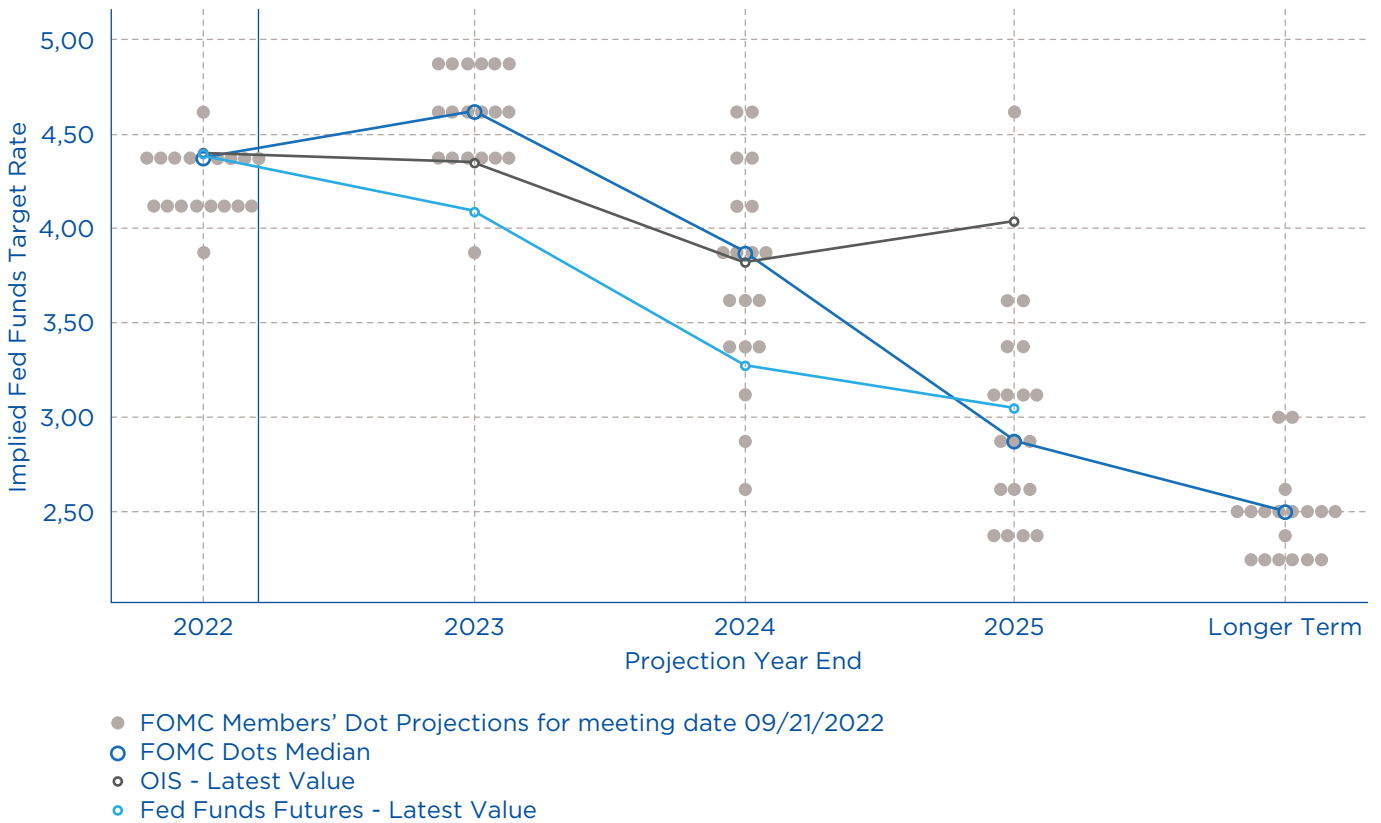


*Data November 2022

■ Sumber: Bloomberg (diolah)

Bank sentral global merespon kenaikan Inflasi dengan meningkatkan suku bunga acuan. Sampai dengan 9 Desember 2022, The Fed telah meningkatkan suku bunga acuannya (Fed Fund Rate, FFR) sebesar 375 bps dibandingkan akhir tahun 2021. Kenaikan suku bunga juga terjadi di berbagai negara seperti Uni Eropa, Inggris, dan Thailand. Kenaikan suku bunga global diperkirakan berlanjut pada tahun 2023 namun dengan peningkatan yang lebih rendah. Hal ini dipicu oleh rencana kenaikan FFR.

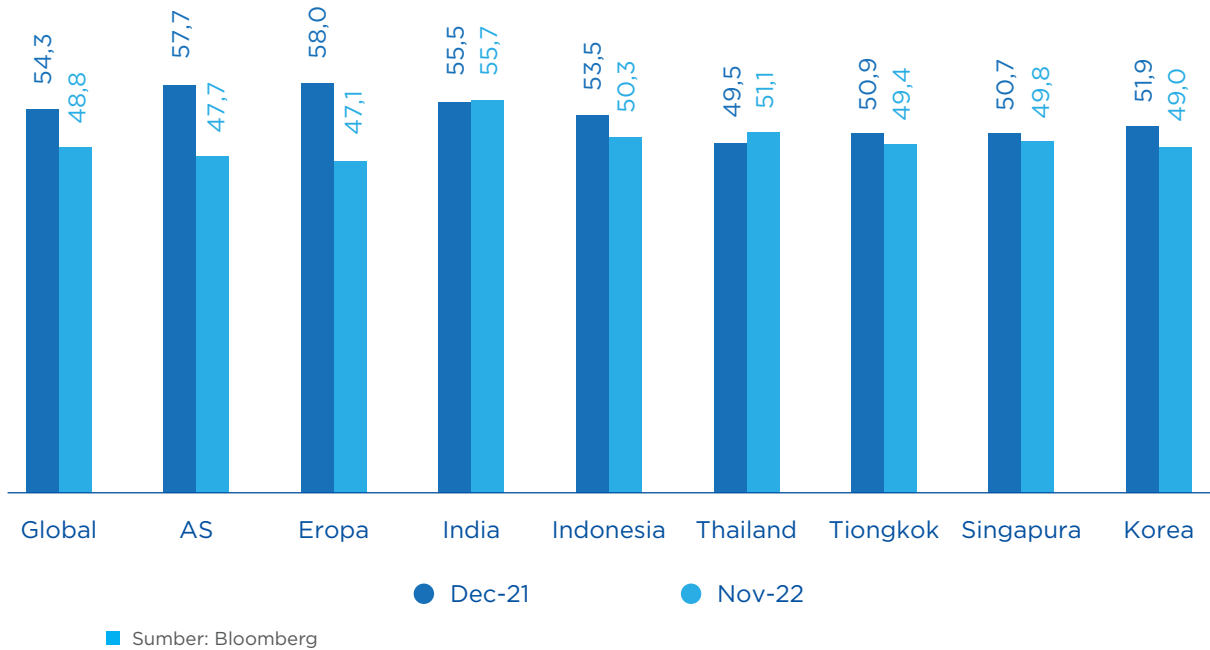
Grafik 1.3 Proyeksi Fed Fund Rate (FFR)



Sumber: Bloomberg

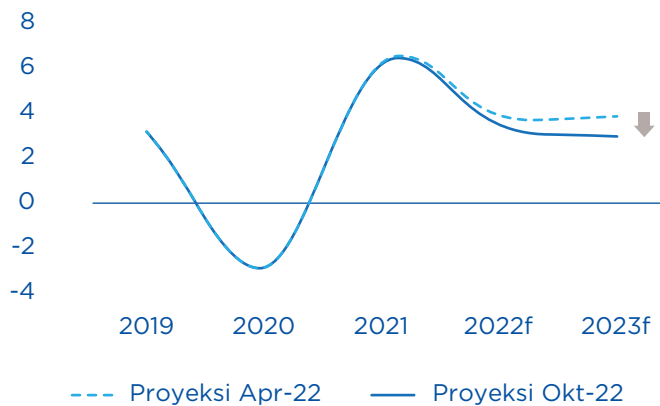
Aktifitas sektor manufaktur global juga melambat dengan PMI global yang turun menjadi 50,4 (Q2-22) dari 54,2 (Q4-21). Penurunan PMI terjadi di berbagai negara seperti Amerika Serikat, Uni Eropa, Tiongkok, dan termasuk Indonesia. Penurunan tersebut utamanya dipengaruhi oleh penurunan output produksi dan permintaan baru. Di sisi lain, kebijakan zero Covid yang diambil oleh Tiongkok mengakibatkan adanya penguncian wilayah (*lockdown*) sehingga menekan sektor manufaktur di sejumlah wilayah di Asia termasuk Indonesia. Penguncian wilayah yang dilakukan otoritas Tiongkok mengakibatkan sektor manufaktur di negara tersebut berhenti beroperasi sehingga mengganggu rantai pasok global.

Grafik 1.4 PMI Manufaktur Berbagai Negara

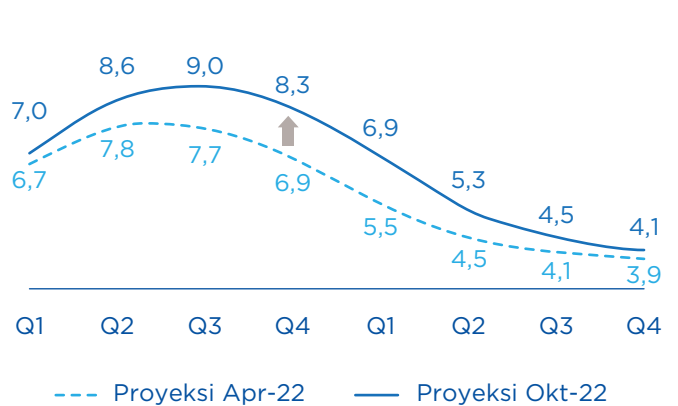


Pada Oktober 2022, IMF menurunkan proyeksi pertumbuhan ekonomi global pada tahun 2022 menjadi 3,2% setelah pada bulan Juli-22 memproyeksikan sebesar 3,6% yoy. Penurunan ini sejalan dengan pelemahan aktivitas manufaktur, perdagangan, serta kenaikan tekanan Inflasi global.

Grafik 1.5 Proyeksi Pertumbuhan Ekonomi Global Tahun 2022



Grafik 1.6 Proyeksi Inflasi Global Tahun 2022



■ Sumber: IMF

Di tahun 2023, IMF kembali memproyeksikan pelemahan pertumbuhan ekonomi menjadi sebesar 2,7% yoy. Melambatnya pertumbuhan ekonomi global pada tahun 2023 didorong oleh prediksi inflasi yang masih akan tinggi. Inflasi global di tahun 2023 diprediksi meningkat hingga 6,5% yoy, di mana harga komoditas global juga diperkirakan tetap tinggi meskipun akan lebih rendah jika dibandingkan tahun 2022.

Hal ini sejalan dengan perkiraan konflik geopolitik dan kebijakan proteksionisme yang masih berlangsung serta fenomena *heatwave* di berbagai negara. Di pasar keuangan, *capital outflow* dari negara berkembang masih akan terus berlanjut yang didorong oleh rencana The Fed untuk melanjutkan pengetatan kebijakan moneter melalui peningkatan FFR (Fed Fund Rate) sejalan dengan kemungkinan masih tingginya inflasi.

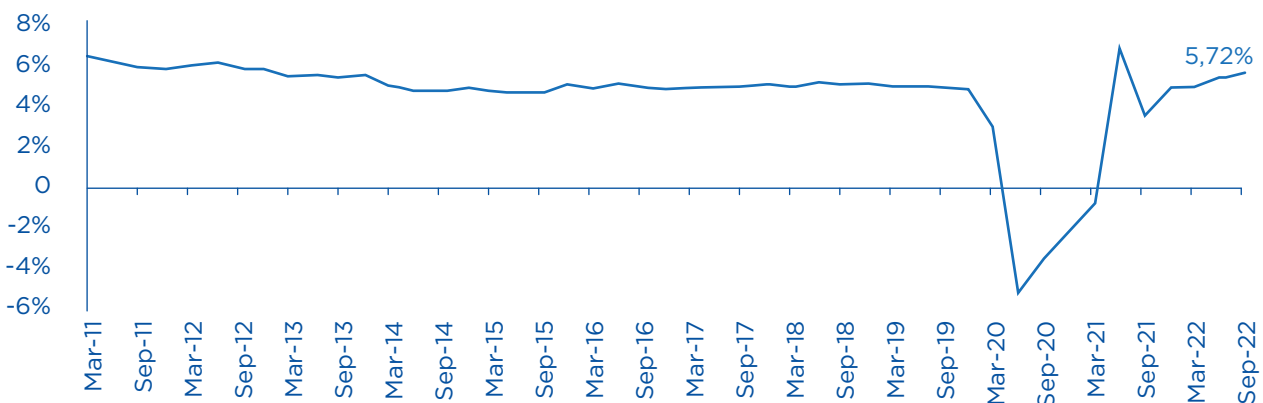
Tabel 1.1 Proyeksi Pertumbuhan Ekonomi Global dan Berbagai Negara

No.	Wilayah	IMF (Okt-22)		World Bank (Jun-22)	
		2022	2023	2022	2023
1	Dunia	3,20	2,70	2,90	3,00
2	Amerika Serikat	1,60	1,00	2,50	2,40
3	Uni Eropa	3,10	0,50	2,50	1,90
4	Jepang	1,70	1,60	1,70	1,30
5	Tiongkok	3,20	4,40	4,30	5,20
6	India	6,80	6,10	7,50	7,10

■ Sumber: IMF dan World Bank

Sementara itu, pada tahun 2022 perekonomian Indonesia melanjutkan perbaikan. Pada kuartal 3-2022, PDB Indonesia tumbuh 5,72% yoy, lebih tinggi dari kuartal sebelumnya sebesar 5,44% yoy. Pertumbuhan ekonomi utamanya didorong oleh kinerja ekspor di tengah tingginya harga komoditas energi. Sementara itu, konsumsi rumah tangga tumbuh melambat menjadi 5,39% yoy dari kuartal sebelumnya sebesar 5,51%. Meskipun pertumbuhan ekonomi meningkat, namun tetap dibayangi oleh kenaikan inflasi yang signifikan akibat kenaikan BBM. Tingginya Inflasi direspon oleh kenaikan BI7DRR sebanyak 175 bps sepanjang 2022. Ke depan kenaikan BI7DRR akan memberikan dampak pada kenaikan suku bunga pinjaman.

Grafik 1.7 Perkembangan Perekonomian Indonesia



■ Sumber: BPS (diolah)

Di tengah pertumbuhan ekonomi domestik, investasi asing (FDI) di Indonesia sampai kuartal 2-2022 tercatat sebesar USD9,86 miliar lebih rendah dari tahun sebelumnya sebesar USD11,85 miliar. FDI yang masuk sebagian besar pada sektor manufaktur (USD 4,67 miliar), sektor transportasi (USD 2,03 miliar), dan sektor perdagangan (USD 1,04 miliar). FDI pada sektor konstruksi tercatat sebesar USD 0,06 juta, cukup rendah di tengah tingginya realisasi proyek Pemerintah, termasuk pembangunan IKN. Tekanan inflasi di tahun 2023 diperkirakan melandai meskipun masih berada di level cukup tinggi. Selain itu, surplus neraca perdagangan diperkirakan melambat sejalan dengan nilai ekspor yang menurun karena penurunan harga komoditas, utamanya batubara. Penurunan surplus neraca dagang yang dibarengi oleh *capital outflow* di pasar keuangan akan membuat nilai tukar rupiah semakin melemah. Di sektor keuangan, suku bunga pinjaman perbankan berpotensi meningkat menyesuaikan dengan BI7DRR dan berpotensi menahan laju penyaluran kredit produktif. Di sisi lain, investasi asing diperkirakan melambat di tengah potensi resesi ekonomi global serta stabilitas politik menjelang pemilihan umum 2024. Pemerintah memproyeksikan pertumbuhan ekonomi Indonesia pada tahun 2023 sebesar 5,3% yoy, dimana penopang utamanya berasal dari konsumsi domestik seiring dengan peningkatan mobilitas masyarakat.

Tabel 1.2 Proyeksi Indikator Ekonomi Indonesia tahun 2023

Indikator	Aktual			Proyeksi	
	2020	2021	Q3-22	2022F	2023F
PDB (%)	2,07	3,69	5,72	5,14 - 5,36	4,71 - 5,03
Inflasi (%)	1,68	1,87	5,95	4,94 - 5,67	3,41 - 4,20
BI7DRR (%)	3,75	3,50	4,25	5,00 - 5,75	5,25 - 6,25
USD/IDR (Rata-rata Setahun)	14.529	14.297	14.608	14.770 - 14.910	14.990 - 15.690
Suku Bunga Kredit Korporasi (%)	9,25	8,00	8,00	8,75 - 9,30	9,30 - 10,10
Suku Bunga Deposito 1Y (%)	4,52	3,38	2,97	3,50 - 4,25	4,25 - 5,00
PMI Manufaktur	51,30	53,50	53,70	52,0 - 53,5	51,7 - 53,0

■ Sumber: BPS, Bloomberg, Proyeksi DRI

Fokus 2

Volatilitas Pasar Uang di tengah Ketidakpastian Ekonomi

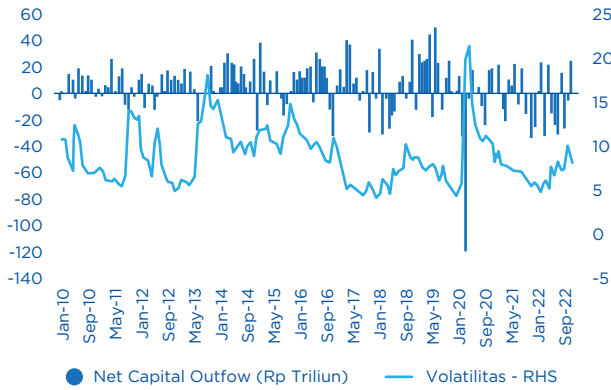
Oleh: Muhammad Iqbal Iskandar dan Teuku Riefky*

Nilai tukar adalah salah satu indikator keuangan utama yang menghubungkan ekonomi domestik dengan perekonomian dunia. Volatilitas yang terjadi pada nilai tukar merupakan hal yang wajar akibat mekanisme penentuan nilai tukar yang mengambang (*floating exchange rate*). Akan tetapi volatilitas nilai tukar yang terlalu tinggi dapat memberikan dampak yang negatif karena dapat menggambarkan ketahanan suatu negara pada guncangan ekonomi makro. Kemudian volatilitas nilai tukar juga dapat menyebabkan ketidakpastian inflasi melalui *imported capital & goods*, mendorong kebijakan moneter yang lebih ketat dan menurunkan tingkat konsumsi maupun investasi. Di mayoritas negara berkembang, volatilitas nilai tukar sangat mempengaruhi posisi investasi asing bersih (*net foreign investment*) karena porsi utang asing yang cukup tinggi. Dengan demikian, volatilitas nilai tukar yang terjaga merupakan hal penting dan dapat menjadi tantangan bagi kinerja perekonomian di suatu negara.

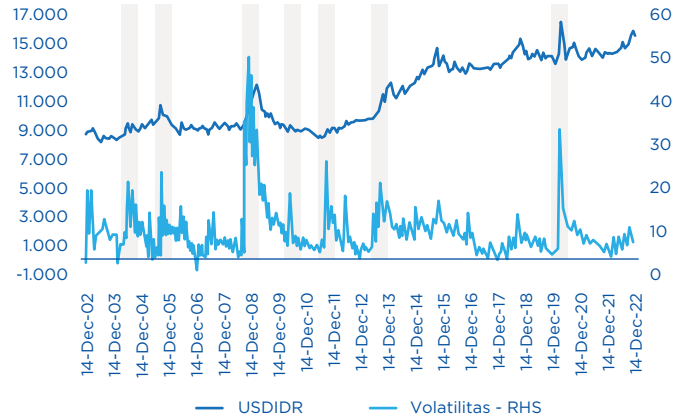
Di Indonesia, volatilitas nilai tukar rupiah (volatilitas rupiah) beberapa kali mengalami guncangan. Misalnya sepanjang tahun 2002 sampai dengan tahun 2022, volatilitas nilai tukar rupiah beberapa kali mengalami peningkatan. Hal ini terjadi sejalan dengan adanya dana asing yang keluar (*capital outflow*) dengan nominal yang cukup besar pada satu periode tertentu yang kemudian diikuti oleh pelemahan nilai tukar rupiah.

*Teuku Riefky merupakan *researcher* yang saat ini bekerja di Lembaga Penyelidikan Ekonomi dan Masyarakat (LPEM) FEB UI.

Grafik 2.1 Perkembangan Inflasi Global



Grafik 2.2 Perkembangan Suku Bunga Global



Sumber: Bloomberg

Beberapa periode di mana volatilitas rupiah meningkat signifikan sepanjang tahun 2002-2022, antara lain:

• Periode 1: Mei 2004 - Juli 2004

Volatilitas nilai tukar rupiah meningkat tajam sejalan dengan adanya sentimen negatif dari kenaikan suku bunga acuan Amerika Serikat (Fed Fund Rate, FFR) yang diterapkan untuk menahan laju Inflasi akibat adanya kenaikan harga minyak dunia. Di Indonesia, inflasi tercatat dalam tren meningkat terutamanya karena adanya kenaikan harga makanan pokok. Periode ini juga bertepatan dengan pelaksanaan putaran pertama pemilu tahun 2004. Pada periode ini, peningkatan volatilitas menyebabkan pelemahan nilai tukar rupiah sampai dengan 12,11% ytd yang merupakan pelemahan terbesar sepanjang tahun 2004.

• Periode 2: Agustus 2005 - Februari 2006

Pada periode ini, volatilitas rupiah meningkat sejalan dengan peningkatan FFR sebesar 125 bps. Peningkatan ini dilakukan untuk menahan laju Inflasi yang tidak kunjung turun sejak peningkatan pada awal 2004. Di Indonesia, BI rate juga meningkat sampai dengan 400 bps untuk merespon kenaikan FFR. Selain itu, Inflasi domestik tercatat tinggi pada bulan Desember 2005 sebesar 17,10% yoy yang didorong oleh kenaikan harga BBM. Pada periode ini, nilai tukar rupiah sempat melemah sampai dengan 16,24% yoy dan merupakan pelemahan terbesar sepanjang tahun 2005.

• Periode 3: September 2008 - Januari 2009

Volatilitas rupiah meningkat di tengah sentimen negatif *Global Financial Crisis* (GFC). Namun, pada periode ini, FFR mengalami penurunan secara bertahap menjadi 0,00% - 0,25% dari nilai tertingginya yang sebesar 5,00% - 5,25% di Juli 2007. Dana investor keluar dari pasar keuangan global menyusul adanya likuidasi salah satu bank investasi terbesar di Amerika Serikat. Di Indonesia, dana asing yang keluar dari pasar keuangan mencapai Rp 69,9 triliun. Kemudian, inflasi domestik tercatat cukup tinggi di mana pada bulan September 2008 mencapai 12,14% yoy yang disebabkan oleh kenaikan harga BBM, konversi minyak tanah ke LPG, dan kenaikan harga komoditas. Pada periode ini, nilai tukar rupiah sempat melemah 34,67% ytd (24 November 2008) dan merupakan pelemahan terbesar sepanjang tahun 2008.

- **Periode 4: Mei 2010 – Juni 2010**

Pada periode ini, peningkatan volatilitas rupiah terjadi sejalan dengan adanya sentimen negatif dari krisis utang yang melanda Eropa. Di sisi lain, inflasi domestik meningkat menjadi 4,17% yoy dan 5,06% yoy pada bulan Mei dan Juni 2010, dari 2,78% yoy di bulan Desember 2009. Nilai tukar rupiah sempat melemah 4,08% mom (25 Mei 2010) meskipun masih menguat jika dibandingkan Desember 2009 sebesar 0,28% ytd.

- **Periode 5: September 2011 – November 2011**

Peningkatan volatilitas rupiah terjadi sejalan dengan adanya *capital outflow* dari pasar keuangan sebesar Rp 25,28 triliun karena peningkatan sentimen negatif dari krisis utang yang melanda Eropa. Di sisi lain, inflasi domestik dalam tren menurun dari 6,96% yoy di Desember 2010 menjadi 4,13% yoy di November 2011. Pada periode ini nilai tukar rupiah sempat melemah 1,58% ytd yang merupakan pelemahan terbesar sepanjang tahun 2011.

- **Periode 6: Juni 2013 – Desember 2013**

Peningkatan volatilitas rupiah terjadi sejalan dengan sentimen *tapering off* yang dilakukan oleh The Fed. Akibatnya, dana asing keluar dari pasar keuangan, utamanya dari pasar saham sebesar Rp 39,78 triliun. Hal ini mendorong terjadinya pelemahan nilai tukar rupiah sampai dengan 27,24% ytd yang merupakan pelemahan terbesar sepanjang tahun 2013. Di sisi lain, inflasi domestik meningkat signifikan dari 3,65% yoy pada Desember 2012 menjadi 8,08% yoy di Desember 2013. Peningkatan Inflasi ini didorong oleh kenaikan harga makanan serta harga BBM subsidi.

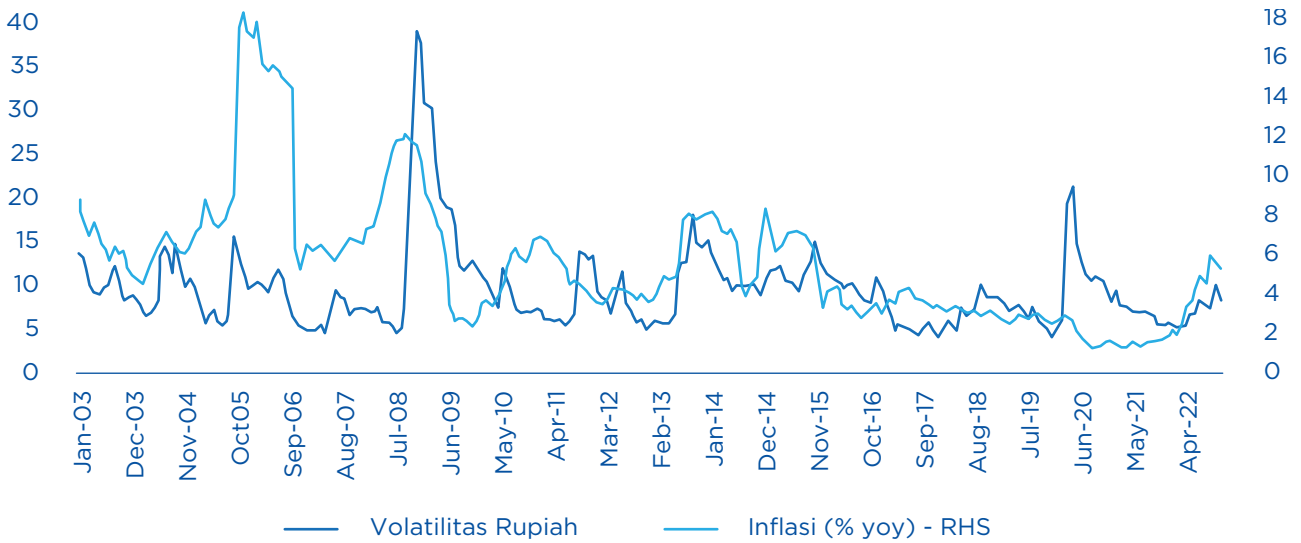
- **Periode 7: Maret 2020 – April 2020**

Peningkatan volatilitas rupiah terjadi di tengah pandemi Covid-19 yang melanda berbagai negara. Aktivitas ekonomi yang terbatas serta ketidakpastian kapan pandemi akan berakhir meningkatkan kekhawatiran investor sehingga menarik dananya dari pasar uang. Di Indonesia, dana asing yang keluar pada periode ini tercatat sebesar Rp 124,66 triliun. Angka ini lebih besar dibandingkan *capital outflow* yang terjadi sepanjang tahun 2008 ketika terjadi GFC. Namun, inflasi Indonesia tercatat sangat rendah pada periode ini karena daya beli yang menurun sejalan dengan suku bunga acuan yang berada pada tren menurun.

Berdasarkan analisis di atas, volatilitas rupiah memiliki kecenderungan untuk mengalami peningkatan di tengah sentimen global seperti kenaikan FFR, GFC, krisis utang Eropa, serta pandemi Covid-19. Sentimen tersebut mendorong terjadinya *capital outflow* dari pasar keuangan Indonesia. Volatilitas rupiah juga cenderung mengalami peningkatan ketika terjadi kenaikan inflasi di dalam negeri, hal ini berlaku disemua periode observasi kecuali pada periode 7. Volatilitas Rupiah hanya sekali mengalami peningkatan di tengah pelaksanaan pemilu, yaitu pada tahun 2004. Namun hal ini terjadi karena bersamaan dengan adanya sentimen global atas kenaikan FFR serta kenaikan inflasi domestik.



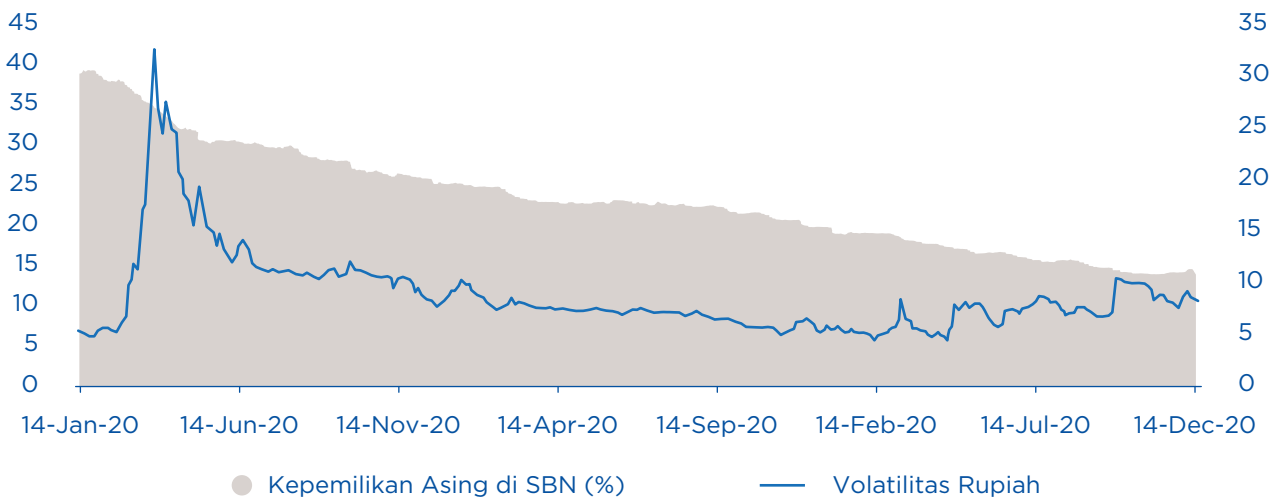
Grafik 2.3 Volatilitas Rupiah dan Inflasi



Sumber: Bloomberg, BPS (diolah)

Volatilitas rupiah juga berada dalam tren meningkat sejak akhir tahun 2021. Hal ini didorong oleh sentimen negatif atas *tapering off* yang dilakukan oleh The Fed yang berakibat pada *capital outflow* dari pasar keuangan. Sepanjang tahun 2021, dana asing keluar dari pasar keuangan Indonesia adalah sebesar Rp 32,48 triliun dan telah menyebabkan pelemahan nilai tukar rupiah sebesar 1,44% yoy. Peningkatan volatilitas rupiah terus berlanjut di tahun 2022, selain karena adanya *tapering off* The Fed, juga disebabkan oleh konflik Rusia-Ukraina yang mendorong meningkatnya harga komoditas energi secara signifikan. Peningkatan harga energi ini berdampak pada kenaikan inflasi diberbagai negara yang direspon oleh kenaikan suku bunga acuan. Pelemahan nilai tukar rupiah yang terjadi selama tahun 2021 dan 2022 memiliki volatilitas yang relatif terjaga. Hal ini dikarenakan porsi kepemilikan asing pada SBN yang semakin kecil. Sampai dengan 14 Desember 2022, porsi kepemilikan asing di SBN tercatat hanya sebesar 14,04% atau lebih rendah jika dibandingkan dengan awal tahun 2020 yang sebesar 38,63%.

Grafik 2.4 Porsi Kepemilikan Asing di SBN dan Volatilitas Rupiah



Sumber: Bloomberg (diolah)

Pada tahun 2023, ketidakpastian global diperkirakan berlanjut meskipun dengan tensi yang berkurang. Ada tiga skenario terkait ketidakpastian ekonomi di tahun 2023 yang dijelaskan ditabel 2.1.

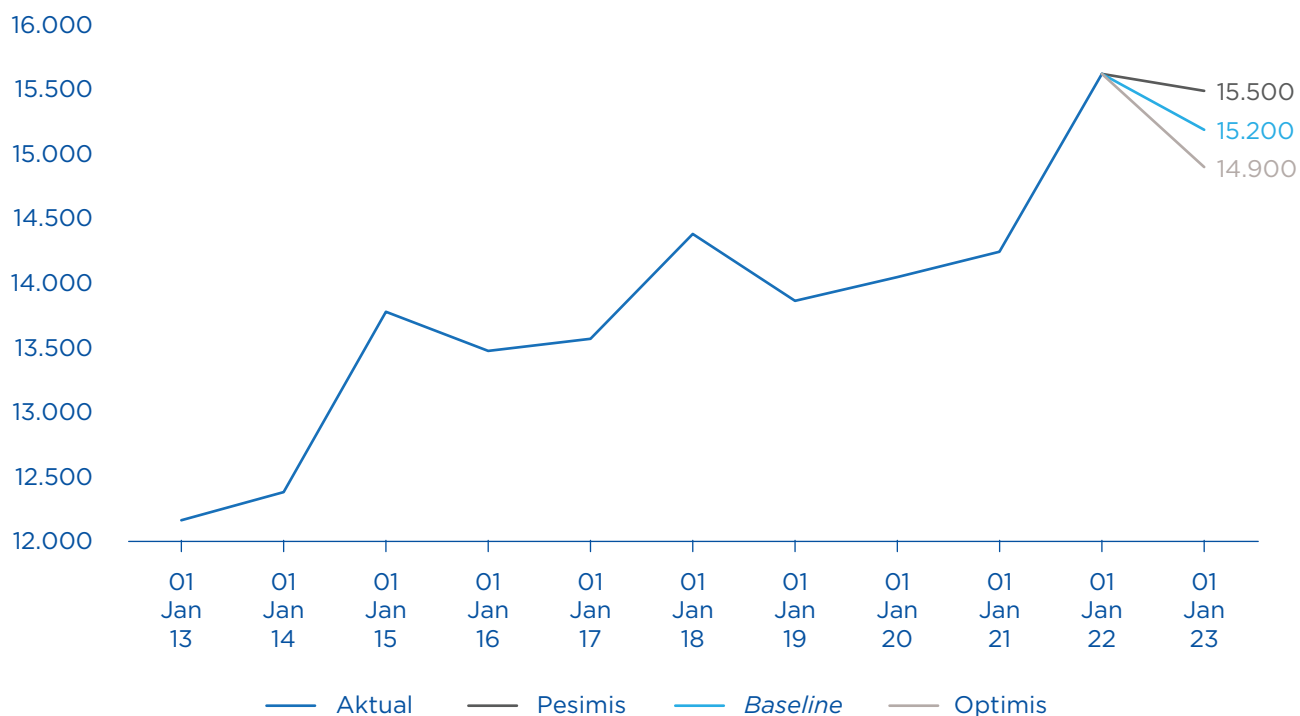
Tabel 2.1 Skenario Ketidakpastian Global dan Domestik Tahun 2023

Skenario Pesimis	Skenario Baseline	Skenario Optimis
<ul style="list-style-type: none"> The Fed mulai mengurangi agresivitas pengetatan moneter mulai semester 2 2023 Inflasi domestik relatif meningkat dibandingkan dengan negara berkembang lainnya dan berada di kisaran 6% di tahun 2023 BI masih dalam <i>stance</i> menaikkan suku bunga di 2023, walaupun tidak seagresif tahun 2022 Kondisi sosial politik relatif tidak stabil seiring mendekati pemilu 2024. Hal ini menghambat masuknya dana investasi ke Indonesia 	<ul style="list-style-type: none"> The Fed mulai mengurangi agresivitas pengetatan moneter sejak awal atau pertengahan tahun 2023 Inflasi domestik relatif terkendali dibandingkan dengan negara berkembang lainnya dan berada di kisaran 5% di tahun 2023 BI masih dalam <i>stance</i> menaikkan suku bunga di 2023, walaupun tidak seagresif tahun 2022 Tahun politik mendorong pemerintah mengambil beberapa kebijakan populis yang kontraproduktif dengan reformasi struktural. Hal ini berpotensi menahan laju investasi di Indonesia 	<ul style="list-style-type: none"> The Fed mulai mengurangi agresivitas pengetatan moneter sejak akhir tahun 2022 Inflasi domestik relatif terkendali dibandingkan dengan negara berkembang lainnya dan berada di kisaran 4% di tahun 2023 BI belum terlalu agresif menurunkan suku bunga di tahun 2023 Stabilitas sosial politik terjaga dengan baik selama tahun politik 2023

■ Sumber: Analisa DRI

Volatilitas nilai tukar diperkirakan akan terjaga meskipun tetap dalam tren meningkat. Namun, ketidakpastian global seperti potensi resesi negara maju, konflik geopolitik Rusia-Ukraina yang masih berlanjut, serta peningkatan tensi geopolitik di wilayah Asia masih akan memberikan pengaruh pada kenaikan volatilitas rupiah. Secara rata-rata, nilai tukar rupiah pada tahun 2023 diperkirakan melemah dibandingkan tahun 2022, namun jika dilakukan proyeksi pada nilai akhir tahun, nilai tukar rupiah pada akhir tahun 2023 diperkirakan menguat.

Grafik 2.5 Proyeksi Nilai Tukar Rupiah di Akhir Tahun 2023 (Rp/USD)



■ Sumber: Bloomberg, Proyeksi DRI

Fokus 3

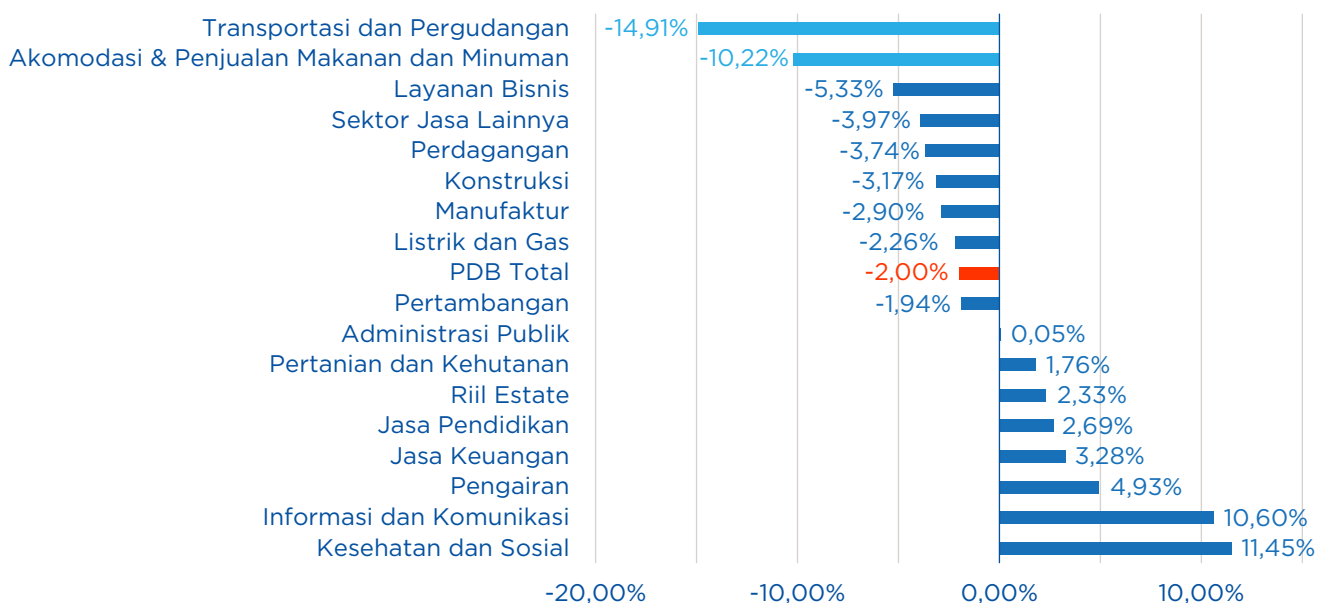
Tantangan Pemulihan Sektor Pariwisata

Oleh: Teuku Riefky* dan Rima Prama Artha

Ekonomi Makro dan Sektoral Semasa Pandemi

Sebagai negara berkembang yang masih didominasi oleh sektor informal yang *contact-intensive*, pandemi memberikan tekanan bagi perekonomian Indonesia. Indikasi tekanan perekonomian dapat terlihat dari figur pertumbuhan ekonomi tahun 2020 yang mencapai -2,07%. Ketika dilihat berdasarkan 17 sektor, terlihat jelas bahwa sektor dengan tingkat kontak fisik tinggi menjadi sektor paling terpuukul.

Grafik 3.1 Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Berdasarkan Sektor, 2020



Sumber: CEIC (diolah)

*Teuku Riefky merupakan *researcher* yang saat ini bekerja di Lembaga Penyelidikan Ekonomi dan Masyarakat (LPEM) FEB UI.

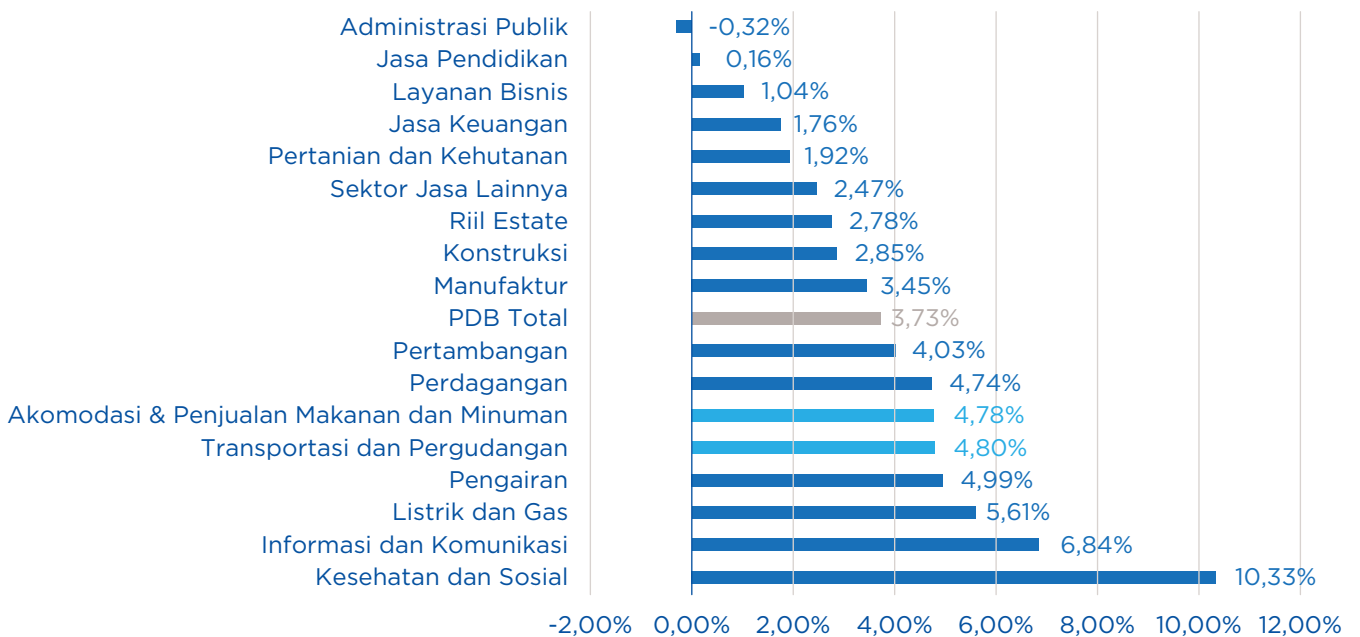
Salah satu dari sektor yang terpukul paling parah adalah kegiatan yang terkait dengan pariwisata (*tourism*). Dalam klasifikasi 17 sektor, kegiatan-kegiatan itu termasuk dalam sektor *Transportation and Storage* (nomor 8) serta *Accommodation & Food Beverages Activity* (nomor 9). Pada tahun 2020, kedua sektor ini mengalami kontraksi yang lebih parah dibandingkan perekonomian nasional, tepatnya sebesar -14,91% yoy dan -10,22% yoy. Keduanya menyusut lebih dari sepersepuluh ukuran sektoral keduanya pada tahun 2019.

Fenomena ini dapat dijelaskan dengan logika umum. Sektor pariwisata sebagai bagian dari sisi jasa dalam perekonomian memang menjual pengalaman. Kegiatan nilai tambah sektor ini menuntut adanya kontak fisik dan kehadiran langsung dari konsumen di tempat jasa pariwisata diproduksi. Utilitas hanya akan terbentuk jika ada perjalanan/mobilitas yang wisatawan lakukan di destinasi wisata. Kondisi pandemi tidak memungkinkan hal tersebut terjadi. Begitu pula dengan kontak fisik dan kehadiran langsung yang menjadi prasyarat mutlak dari sektor pariwisata.

Dinamika Pemulihan Pariwisata Pasca Pandemi

Seiring berjalannya pandemi, vaksinasi mulai dieksekusi sebagai pembentuk kekebalan tubuh masyarakat. Antibodi yang terbentuk secara massal ini memungkinkan adanya kontak fisik yang lebih intensif dan mobilitas yang lebih tinggi dibandingkan pada awal pandemi. Sehingga, masyarakat kembali berani mengonsumsi jasa yang memerlukan kontak fisik yang sebelumnya dihindari, termasuk pariwisata. Ketika perekonomian nasional bertumbuh 3,73%, dua sektor yang menggambarkan dinamika sektor pariwisata bertumbuh 4,78% dan 4,80%.

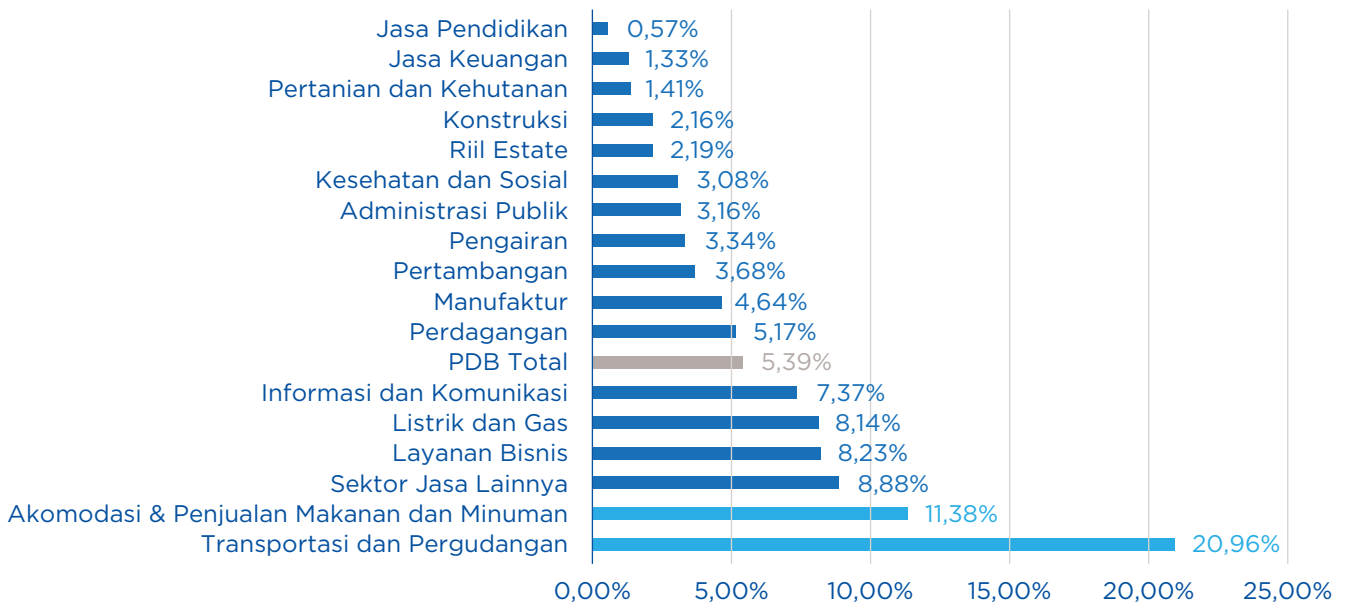
Grafik 3.2 Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Berdasarkan Sektor, 2021



Sumber: CEIC (diolah)

Jika di tahun 2021 penduduk mulai lebih berani untuk memulai aktivitas di luar rumah/ruangan, maka 2022 menjadi momentum akselerasi pemulihan ekonomi. Tercapainya *herd immunity* dan adaptasi menuju *new normal* mendorong semakin banyak masyarakat untuk melakukan aktivitas yang lazim dilakukan sebelum pandemi. Pariwisata menjadi salah satu sektor yang mampu mengalami pemulihan dengan pesat. Tercatat bahwa sepanjang 2022 kedua sektor yang berkaitan dengan pariwisata mengalami pertumbuhan sangat pesat, yaitu 11,38% untuk akomodasi-mamin dan 20,96% untuk sektor transportasi dan pergudangan. Angka ini sangat impresif jika dibandingkan dengan pertumbuhan ekonomi nasional sebesar 5,39%. Dapat dikatakan bahwa pariwisata menjadi motor penggerak pemulihan pertumbuhan ekonomi nasional karena kedua sektor tersebut memimpin pertumbuhan sektoral.

Grafik 3.3 Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Berdasarkan Sektor, 2022



■ Sumber: CEIC (diolah)

Dari dinamika di atas, dapat dilihat bahwa sektor pariwisata memiliki volatilitas sektoral yang lebih tinggi dibandingkan perekonomian nasional. Ketika jatuh, pariwisata terjerembab lebih dalam ketika disandingkan dengan performa sektor lainnya. Akan tetapi, pariwisata juga mengalami pemulihan yang lebih tinggi dan cepat dibandingkan sektor-sektor lain.

Dampak Kenaikan Harga BBM terhadap Kenaikan Harga Tiket Angkutan Umum dan Potensi Implikasi terhadap Sektor Pariwisata

Kenaikan harga BBM menyebabkan efek domino ke sektor-sektor lain, khususnya sektor transportasi. Sejumlah pengelola perusahaan transportasi mengatakan akan segera menaikkan tarif jasanya. Ikatan Pengusaha Otobus Muda Indonesia (IPOMI) memastikan para perusahaan otobus (PO) akan menyesuaikan tarif bus penumpang sebagai imbas kenaikan harga BBM subsidi dan nonsubsidi. Para pelaku usaha bus mau tidak mau harus menyesuaikan harga tiket bus mengingat BBM menjadi salah satu komponen terbesar dalam biaya operasional kendaraan tersebut. Adapun penyesuaian harga tiket bus berkisar antara 25% hingga 35% bergantung pada daerah dan jarak perjalanannya. Perlu diketahui bahwa selama lima bulan terakhir sudah terjadi inflasi pada harga suku cadang, ditambah lagi terdapat kenaikan PPN. Kenaikan harga komponen penunjang operasional bus diyakini akan terjadi setelah kenaikan harga BBM.



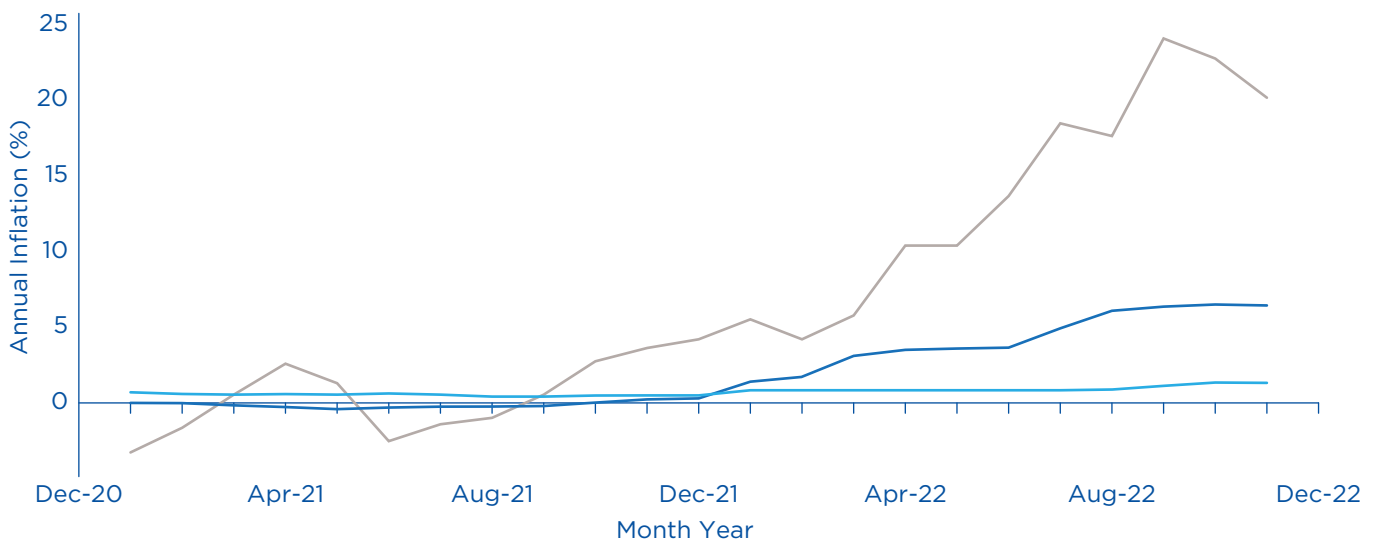
Menteri Perhubungan (Menhub) Budi Karya Sumadi mengatakan bahwa komponen bahan bakar menjadi komponen yang cukup besar pada operasional layanan transportasi, yaitu berkisar antara 11 hingga 40 persen, sehingga berbagai penyesuaian pun harus dilakukan. Dengan kenaikan BBM rata-rata untuk bahan bakar solar, RON 90, dan RON 92 sebesar 26%, maka dampak kenaikan bahan bakar diperkirakan meningkatkan biaya operasional layanan transportasi antara 2,9% hingga 10,5%. Dengan demikian, sebagian layanan transportasi akan mengalami tekanan pada biaya operasional yang kemungkinan berakibat pada kenaikan tarif penumpang.

Sejauh ini, terdapat beberapa langkah yang dilakukan Kemenhub untuk menangani dampak kenaikan harga Bahan Bakar Minyak (BBM) terhadap sektor transportasi. Pertama, Kemenhub akan melakukan penyesuaian tarif angkutan umum kelas ekonomi, khususnya pada moda transportasi darat. Selanjutnya akan ada kajian yang dilakukan terkait tarif penumpang ekonomi angkutan antar kota antar provinsi (AKAP). Kemudian, Kemenhub juga segera menetapkan penyesuaian tarif ojek *online*.

Tidak hanya sektor transportasi, pelaku bisnis perhotelan dan *travel agent* yang berkaitan dengan sektor industri pariwisata turut menghadapi tantangan akibat kenaikan harga BBM subsidi dan nonsubsidi. Menparekraf Sandiaga Uno menyebut kenaikan harga BBM berdampak signifikan terhadap sektor pariwisata dan ekonomi kreatif (Parekraf). Menurutnya, kenaikan harga BBM kali ini, akan lebih menekan pengeluaran wisatawan saat berwisata sekitar 10%. Kenaikan harga BBM yang berdampak pada penyesuaian tarif angkutan umum membuat para wisatawan khawatir karena biaya perjalanan dan akomodasi wisata mereka menjadi lebih mahal. Apabila daya beli wisatawan tertekan, minat mereka untuk berwisata dan menginap di hotel pun dapat berkurang. Di sisi pengelola hotel, mahalnya harga BBM akan terasa manakala harga-harga barang ikut mengalami kenaikan.

Pengelola hotel pun tidak bisa serta-merta melakukan penyesuaian tarif sewa kamar. Sebab, tarif tersebut harus disesuaikan dengan kondisi okupansi kamar hotel yang bersangkutan. Apabila, okupansi kamar hotel sedang di level yang rendah, maka biasanya pihak hotel akan memberikan banyak promo atau bahkan menurunkan tarif sewa kamar. Hal yang sebaliknya berlaku jika okupansi sedang meningkat. Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) mencatat bahwa rata-rata okupansi kamar hotel secara nasional di pertengahan tahun 2022 masih berada di level 43%. Memang, sebenarnya tren okupansi kamar hotel mengalami kenaikan, tetapi belum bisa menyamai tren sebelum pandemi. Rata-rata okupansi kamar hotel nasional di tahun 2019 berada di kisaran 50%. Artinya, suplai kamar masih lebih tinggi dibandingkan permintaan pelanggan yang ada. Hal ini cukup menyulitkan pengelola hotel yang berupaya memberikan kemudahan sewa kamar kepada pelanggan, tetapi di sisi lain beban operasionalnya justru semakin meningkat. Oleh karena itu, belum ada peningkatan berarti pada pendapatan pengelola hotel.

Grafik 3.4 Tingkat Inflasi Tahunan (YoY)



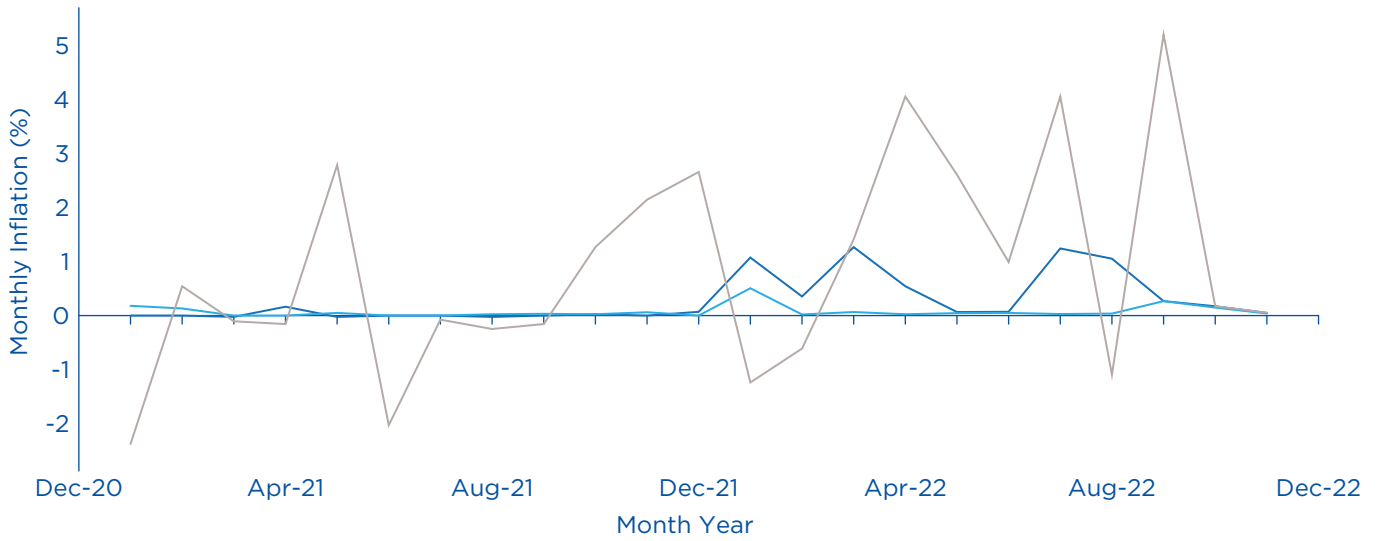
Annual Inflation

- Consumer Price Index: Housing, Water, Electricity, and Other Fuel: Electricity, Gas, and Other Fuel
- Consumer Price Index: Recreation, Sports, and Culture: Recreation Service
- Consumer Price Index: Transportaion: Passenger Transportation Service

■ Sumber: CEIC (diolah)

Apabila dianalisis menggunakan inflasi tahunan, terdapat peningkatan inflasi pada sektor perumahan, air, listrik, dan bahan bakar lain. Peningkatan ini dimulai pada awal tahun 2022 dan menyentuh puncaknya pada bulan November dengan inflasi sebesar 6,3%. Inflasi yang terjadi pada sektor ini mengakibatkan terjadinya kenaikan harga yang signifikan pada sektor transportasi. Dapat dilihat pada gambar di atas bahwa mulai bulan Maret 2022, inflasi pada sektor transportasi cenderung mengalami kenaikan yang signifikan hingga menembus angka 23,11% pada bulan September. Sebaliknya, tidak terlihat perubahan yang signifikan pada tingkat inflasi sektor rekreasi, olahraga, dan budaya.

Grafik 3.5 Tingkat Inflasi Bulanan (MoM)



Monthly Inflation

- Consumer Price Index: Housing, Water, Electricity, and Other Fuel: Electricity, Gas, and Other Fuel
- Consumer Price Index: Recreation, Sports, and Culture: Recreation Service
- Consumer Price Index: Transportaion: Passenger Transportation Service

■ Sumber: CEIC (diolah)

Berbeda dengan analisis inflasi tahunan, apabila dilihat dengan menggunakan angka inflasi bulanan, terdapat volatilitas yang cukup signifikan pada tingkat inflasi sektor transportasi. Di sisi lain, tingkat inflasi sektor perumahan, air, listrik, dan bahan bakar lain cukup stabil meskipun sempat beberapa kali menyentuh angka 1% pada tahun 2022. Tingkat inflasi sektor perumahan, air, listrik, dan bahan bakar lain; sektor transportasi; dan sektor rekreasi, olahraga, dan budaya berturut turut pada bulan September 2022 adalah sebesar 0,047%; 0,16%; dan 0,077%.

Prospek Pemulihan Sektor Pariwisata Saat Ini dan Ke Depan Serta Tantangan dan Risiko

Tahun 2022 menjadi bukti dari pemulihan sektor pariwisata. Kunjungan wisatawan mancanegara pada semester I 2022 mencapai 1,2 juta, sedangkan tahun 2021 hanya mencapai 1,6 juta dalam setahun. Bahkan, Juli 2022 mencetak rekor tertinggi wisatawan mancanegara sejak pandemi Covid-19, yakni melebihi 470.000 orang. World Tourism Organization (UN-WTO) memprediksi sektor pariwisata mencapai peningkatan 70% pada tahun 2022.

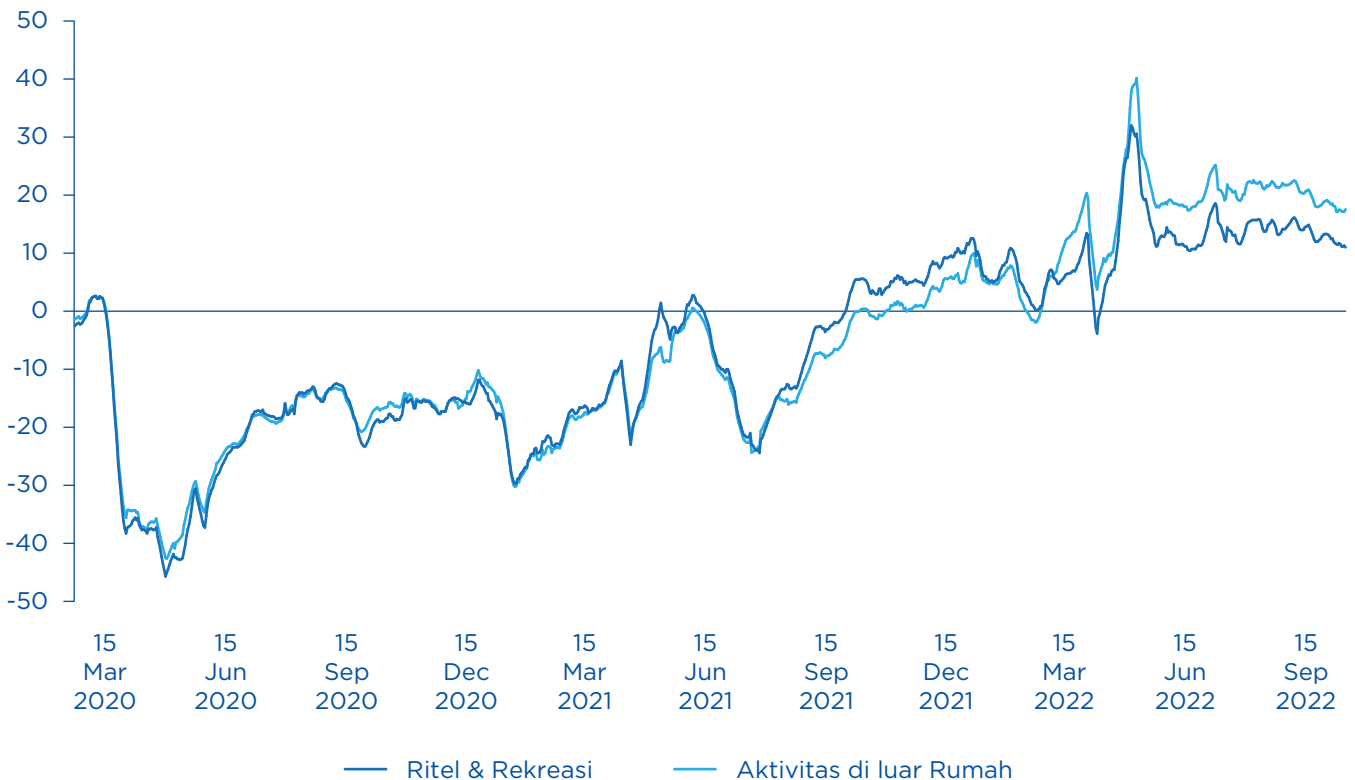
Wakil Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Wamenparekraf) menyebutkan beberapa hal yang menjadi kunci pemulihan pariwisata, seperti kolaborasi dengan seluruh *stakeholder* dan peningkatan kepercayaan konsumen. Tidak hanya itu, terdapat pula tantangan untuk memikirkan ulang arah dari pariwisata Indonesia, terutama mengingat krisis pasca-pandemi dan isu geopolitik perang Rusia-Ukraina. Dengan demikian, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) mengembangkan konsep wisata berkelanjutan.

Kemenparekraf mengusung 5 (lima) isu strategis dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan di Indonesia, yakni Keberlanjutan, Daya Saing, Nilai Tambah, Digitalisasi dan Produktivitas. Wamenparekraf menyebutkan pentingnya mengadopsi *framework* ESG (*Environmental, Social, and Governance*) untuk memastikan sektor pariwisata lebih kuat, ramah lingkungan, inklusif secara sosial dan budaya, dan berkelanjutan. Maka dari itu, penting untuk memberi perhatian pada *soft infrastructure*, seperti sumber daya manusia, melalui penguatan 6A (aksesibilitas, atraksi, amenitas, aktivitas, akomodasi, dan *ancillary*).

Pada bulan Oktober 2021, Danareksa Research Institute (DRI) melakukan survei konsumen terkait rencana liburan setelah satu tahun sejak awal pandemi. Kemudian hampir satu tahun kemudian atau setelah lebih dari 2 tahun pandemi, kami melakukan survei serupa untuk melihat apakah preferensi konsumen akan rencana berwisata berubah. Survei ini bukan merupakan survei panel yang meneliti sampel yang sama dan hasil survei kami hanya bertujuan memberikan *general insight* mengenai perubahan preferensi konsumen untuk berwisata. Secara umum kami menanyakan konsumen bagaimana realisasi rencana *travel* mereka diawal 2022 (dari bulan Januari- Agustus). Dari enam pernyataan yang ditanyakan persetujuannya, terlihat bahwa walaupun kondisi pandemi sudah cukup terkendali akan perekonomian membaik, keragu-raguan untuk melakukan perjalanan liburan masih cukup tinggi.

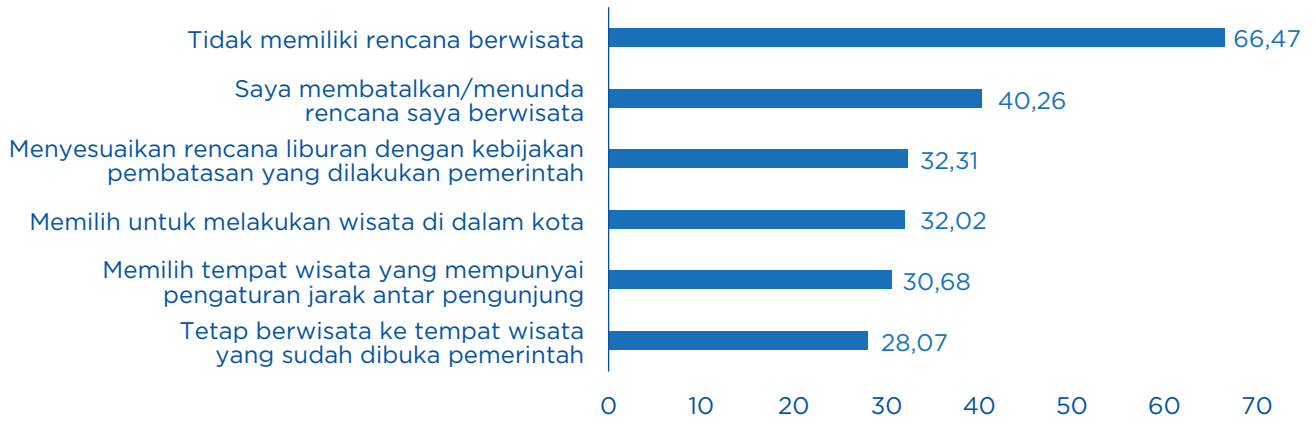
Rencana Wisata Konsumen

Grafik 3.6 Mobilitas Masyarakat Ke Tempat Wisata



Sumber: Google Mobility (diolah)

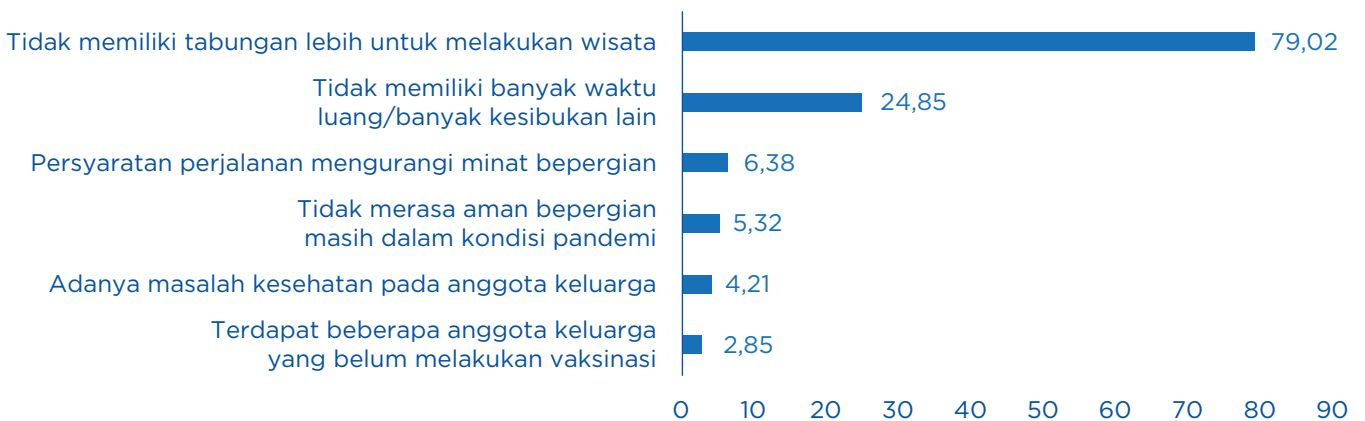
Grafik 3.7 Refleksi Rencana Liburan Konsumen di Awal Tahun 2022



Sumber: Survei DRI, Sep-22

Kemudian dari 1.724 rumah tangga yang kami survei di enam kota di Indonesia hanya 14,56 % yang menyatakan memiliki rencana untuk berlibur dalam 6 bulan ke depan. Angka ini tidak jauh berbeda dengan hasil survei di tahun 2021, dimana kami menemukan hanya 14,10% konsumen dari sampel survei berencana akan melakukan perjalanan wisata. Artinya pengendalian pandemi belum signifikan meningkatkan permintaan konsumen untuk berwisata. Dari 14,56% konsumen yang berencana berwisata di tahun 2022, 40,24% berencana hanya akan berlibur di dalam kota dan 59,36%nya berencana akan keluar kota dan hanya 0,4% yang menyatakan berencana untuk melakukan liburan ke luar negeri. Alasan terbanyak dari konsumen yang tidak berencana melakukan liburan atau lebih 85% sampel adalah karena mereka tidak memiliki uang (59,88%) atau tidak memiliki waktu (9,44%) atau kombinasi keduanya (12,56%). Di grafik 3.8 menjelaskan beberapa alasan lainnya mengapa konsumen tidak berencana untuk melakukan perjalanan liburan, dimana alasan-alasan ini dapat mereka pilih lebih dari satu.

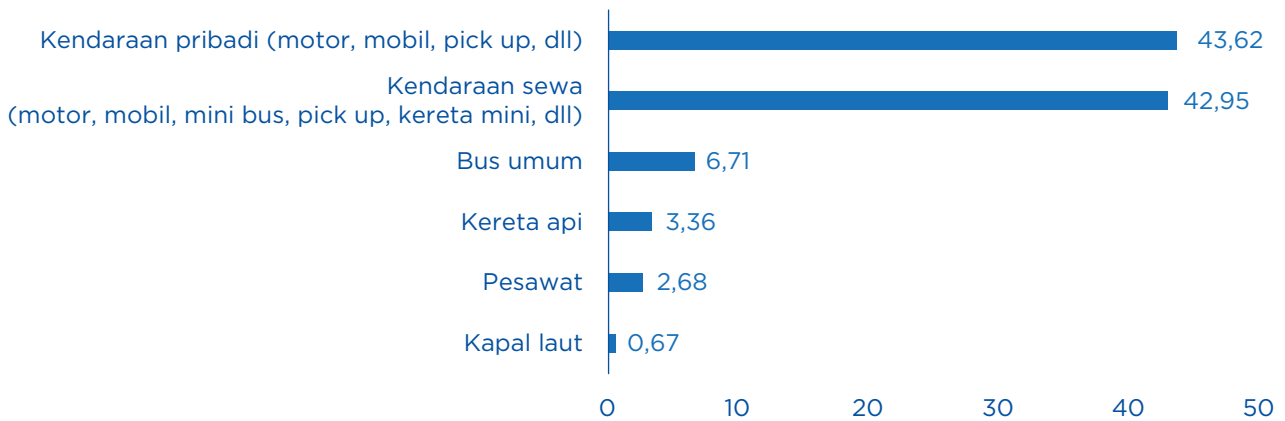
Grafik 3.8 Alasan Tidak Berencana Berwisata dalam 6 Bulan ke Depan



Sumber: Survei DRI, Sep-22

Bagi mereka yang berencana berwisata, sama seperti hasil survei kami di tahun 2021, berkendara secara pribadi (64,20%) masih menjadi pilihan utama konsumen. Hal ini selain didukung oleh infrastruktur jalan yang terus membaik, kendaraan pribadi dirasa lebih aman selama pandemi. Selain itu mahal nya bahan bakar yang salah satunya akibat dari konflik geo-politik Rusia-Ukraina juga membuat transportasi umum massal seperti pesawat menjadi sangat mahal.

Grafik 3.9 Moda Transportasi Pilihan Konsumen Berwisata Keluar Kota



Sumber: Survei DRI, Sep-22

Kemudian terkait tempat yang ingin dikunjungi, walaupun secara trend terjadi penurunan preferensi berwisata bahari dan alam, tetapi keduanya tetap lokasi yang paling diminati konsumen baik di tahun 2021 dan 2022 (grafik 4). Kedua lokasi ini banyak dipilih karena selama pandemi, lokasi alam terbuka merupakan pilihan yang dirasa lebih aman bagi konsumen. Kemudian jika dibandingkan dengan 2021, terjadi peningkatan rencana berwisata di tempat yang berkaitan dengan pendidikan, hal ini sejalan dengan mulai berlakunya 100% pembelajaran *onsite* di sekolah. Terkait lama berwisata, sebagian besar konsumen atau lebih dari 87%nya hanya berencana untuk berwisata dalam jangka pendek yang memakan waktu hanya 1 hari atau 2-3 hari saja.

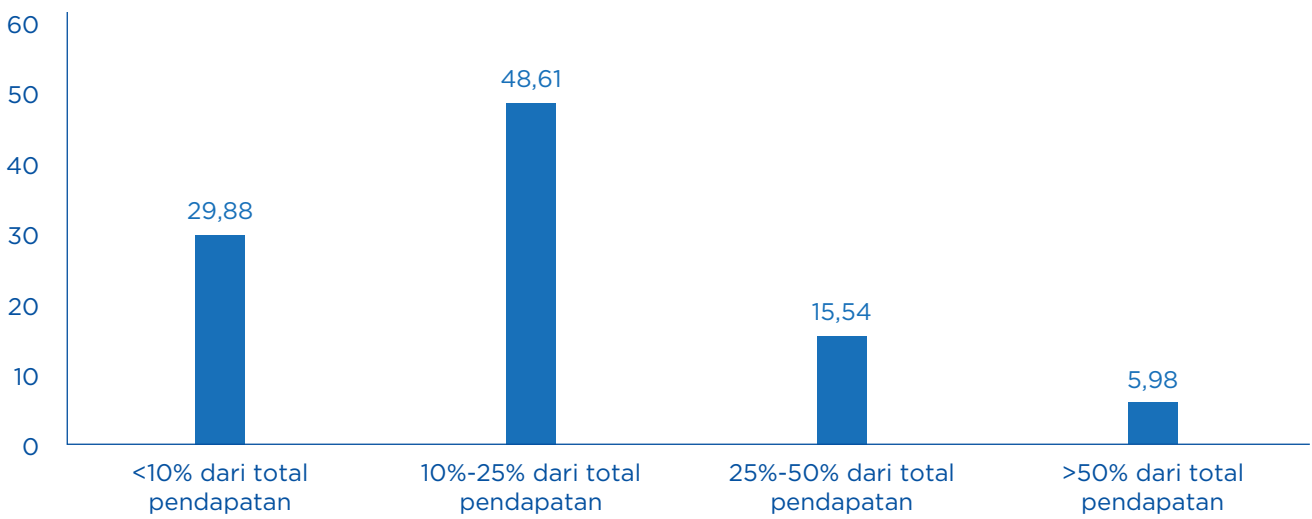
Grafik 3.10 Pilihan Tempat Wisata yang Ingin Dikunjungi



Sumber: Survei DRI Oktober 2021 dan September 2022

Belum pulih sepenuhnya ekonomi dari pandemi dan juga menurunnya ekonomi global akibat kenaikan inflasi yang sangat tinggi dan tensi geo-politik di Rusia-Ukraina membuat tingginya ketidakpastian kondisi ekonomi kedepan yang membuat permintaan konsumen untuk berwisata belum naik secara signifikan. Hal ini salah satunya tercermin pada rencana budget yang ingin dihabiskan konsumen untuk berwisata, sebagian besar konsumen hanya berencana menghabiskan sampai dengan 25% dari total pendapatan rumah tangga. Kemudian hanya kurang dari 6% konsumen yang berencana menghabiskan lebih dari 50% pendapatannya untuk berwisata.

Grafik 3.11 Biaya yang Ingin Dihabiskan untuk Berwisata



■ Sumber: Survei DRI, Sep-22

Fokus 4

Perspektif Konsumen akan Implementasi *Circular Economy*

Oleh: Rima Prama Artha

Menurut Ellen Macarthur Foundation (organisasi terdepan dibidang Ekonomi Sirkular), ekonomi sirkular dibangun berdasarkan tiga prinsip:

1. merancang tanpa limbah dan polusi
2. menjaga produk dan bahan yang digunakan
3. meregenerasi sistem alami

Ekonomi sirkular memperkenalkan pentingnya inovasi untuk merancang material yang tahan lama dengan menggunakan sumber daya minimal dan meregenerasi lingkungan dalam proses produksinya.

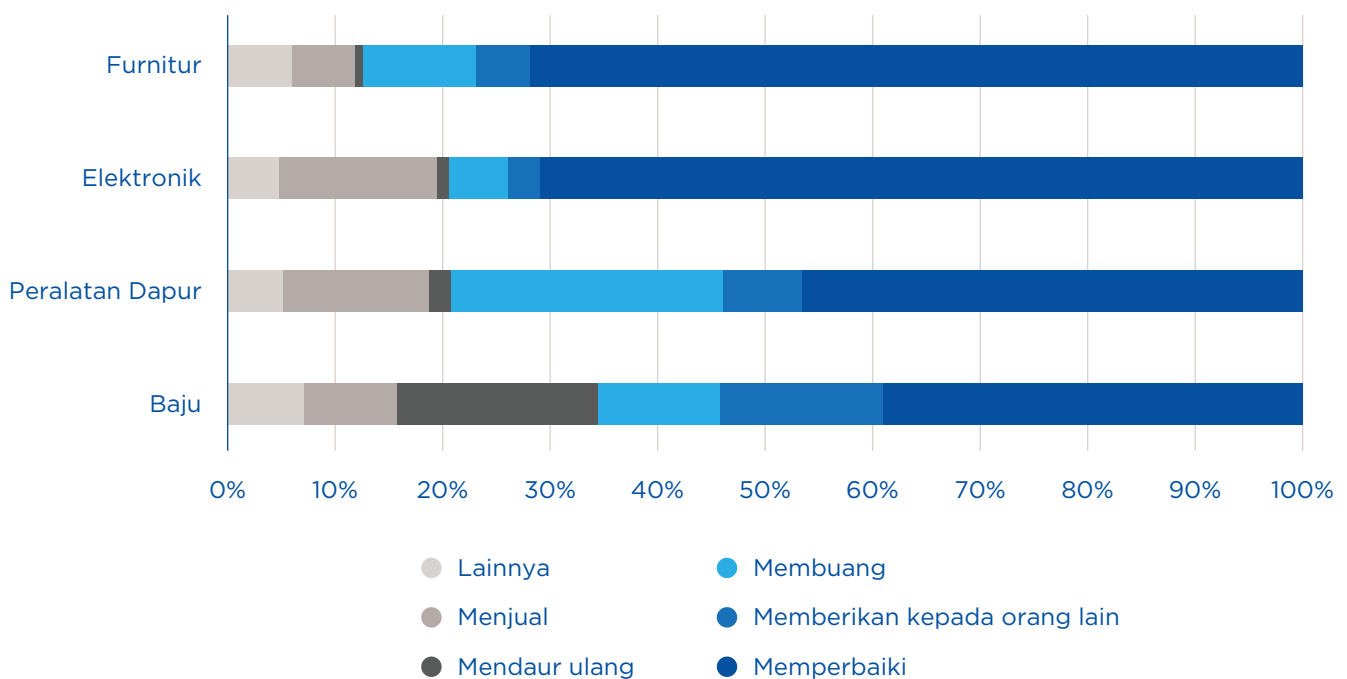
Lalu bagaimana dengan perspektif konsumen terhadap *circular economy* (CE)? Seberapa siap mereka mengintegrasikan konsep ini dalam kehidupan sehari-hari? Untuk menjelaskan perspektif konsumen terkait penerapan CE di Indonesia, Danareksa Research Institute (DRI) melakukan survei tentang topik ini terhadap lebih dari 1.700 responden di enam provinsi di Indonesia. Persepsi konsumen tentang CE penting karena dua alasan. Pertama, sentimen konsumen dapat memberikan sinyal kesiapan ekonomi untuk menerapkan praktik CE kedepannya karena konsumen adalah bagian terbesarnya. Kedua, konsumen juga bisa menjadi agen perubahan yang menuntut keputusan lebih baik dari pembuat kebijakan dan pembuatan produk dari produsen yang mempertimbangkan CE.

Cakupan CE sebenarnya bukan hanya membahas masalah sampah tetapi juga mengenai efisiensi sumber daya dan regenerasi alam. Namun, terkait konsumen di Indonesia, sampah merupakan hal yang perlu dibahas secara khusus karena berdasarkan data Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN) yang dikelola Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, sumber utama sampah di Indonesia adalah dari konsumen (rumah tangga). Sampah yang dihasilkan konsumen adalah 40,36% dari total sampah di Indonesia pada tahun 2020. Data tersebut juga mengungkapkan bahwa sejauh ini hanya 64,37% dari total sampah yang ditangani oleh bank sampah, tempat pembuangan akhir atau sektor informal sedangkan sisanya masih belum dikelola dengan baik. Fakta ini memberikan gambaran tentang besarnya masalah sampah konsumen di Indonesia.

Salah satu cara mengurangi sampah adalah memperpanjang umur produk dan penggunaan bahan yang lebih tahan lama. Akan tetapi untuk produk yang sudah ada, memperbaikinya jika terjadi kerusakan sebelum mengganti dengan yang baru adalah juga upaya memperpanjang umur produk. Untuk lebih memahami preferensi konsumen dalam memperbaiki barang yang rusak, kami menanyakan kepada konsumen apa yang akan mereka lakukan jika empat barang yang biasanya mereka miliki seperti pakaian, peralatan dapur, elektronik, dan *furniture* mengalami kerusakan. Hasil survei kami menunjukkan (Grafik 4.1) bahwa ada kecenderungan memperbaiki terfokus pada elektronik dan *furniture* karena dianggap memiliki nilai ekonomi yang lebih dibanding pakaian dan peralatan dapur.

Lebih lanjut terkait pendapat konsumen tentang barang rusak, terutamanya barang elektronik seperti lemari es dan televisi selalu memiliki *trade-off* antara berupaya memperbaikinya atau menggantinya dengan yang baru. Untuk mengukur *trade-off* konsumen, kami membandingkan biaya perbaikan dan harga pembelian barang baru. Kami bertanya kepada konsumen sejauh mana mereka lebih memilih memperbaiki atau membeli barang baru dalam persentase biaya keduanya. Kami memberi responden empat pilihan harga perbaikan, 20%, 40%, 60% atau 80% dari harga barang baru.

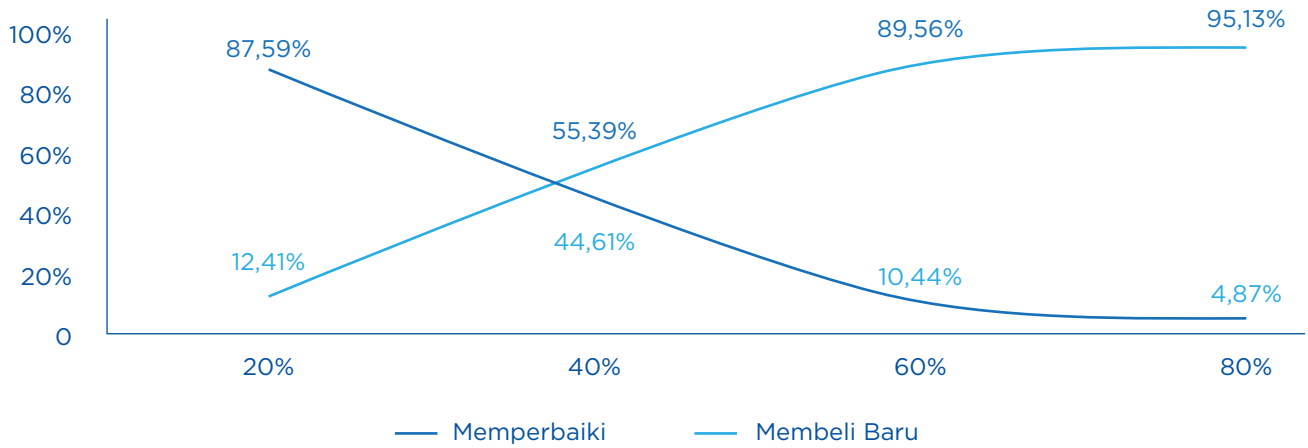
Grafik 4.1 Apa yang Konsumen Lakukan Saat Terakhir Kali Ada Barang yang Rusak?



Sumber: Survei DRI, Jan-22

Berdasarkan Grafik 4.2 di bawah, jika biaya reparasi sampai dengan 40% dari harga barang baru, kebanyakan konsumen akan lebih memilih untuk memperbaiki barangnya daripada membeli yang baru. Namun jika biayanya di atas itu, konsumen akan cenderung memilih untuk membeli barang yang baru. Berdasarkan hasil survei ING (2019) yang dilakukan di 15 negara, faktor-faktor yang mungkin berkontribusi terhadap keputusan melakukan reparasi atau membeli barang baru secara global tidak hanya bergantung pada ongkos reparasi tetapi juga bergantung pada tingkat kesulitan dan waktu yang diperlukan untuk memperbaiki barang tersebut, keamanan produk bagi konsumen paska reparasi, harapan lama barang akan bertahan sebelum rusak lagi, dan ekspektasi harga barang di masa depan. Oleh karena itu terkait implementasi CE bagi konsumen, penting sekali untuk merancang produk yang mudah dan murah diperbaiki. Semakin sedikit produk rusak yang dapat diperbaiki, semakin sedikit sampah yang dihasilkan di masyarakat.

Grafik 4.2 Besaran Trade-Off Antara Memperbaiki dan Mengganti



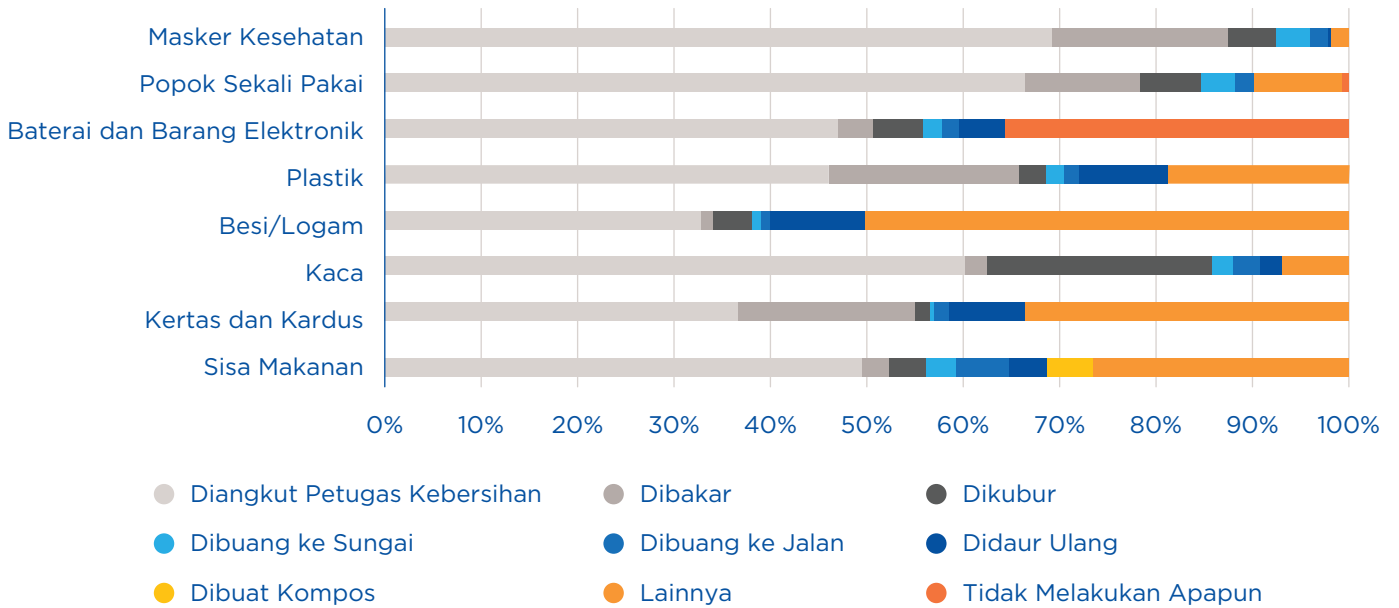
Sumber: Survei DRI, Jan-22



Terkait masalah sampah dan konsumen, berdasarkan hasil survei, kami menemukan bahwa hanya 14,5% dari total konsumen yang selalu memilah sampah berdasarkan jenisnya dan 29% di antaranya tidak rutin melakukannya. Temuan ini menunjukkan bahwa masih besar gap yang perlu diperbaiki dalam hal pengelolaan sampah termasuk penyediaan kemudahan akses ke fasilitas pengolahan sampah. Kemudian sebagian besar konsumen di Indonesia mengandalkan tukang sampah untuk mengumpulkan sampahnya untuk dibuang ke tempat pembuangan akhir (TPA) kecuali sampah jenis besi atau logam. Sampah jenis ini lebih banyak dijual kepada pembeli sektor informal atau pemulung oleh sebagian besar konsumen.

Pembakaran sampah merupakan pilihan kedua untuk mengolah sampah oleh sebagian besar konsumen, terutama untuk jenis sampah plastik, kertas atau kardus, popok dan masker medis. Pilihan ini sangat mengkhawatirkan karena praktik ini dapat membahayakan kesehatan dan merusak lingkungan. Bahan kimia beracun seperti nitrogen oksida dan sulfur dioksida dilepaskan selama proses pembakaran sampah. Praktik buruk lainnya mengenai pengelolaan sampah konsumen adalah pembuangan sampah di sungai atau di jalan. Survei kami juga mengungkapkan bahwa beberapa konsumen juga masih mengubur sampah mereka di tanah walaupun sampah yang dikubur tidak dapat terurai.

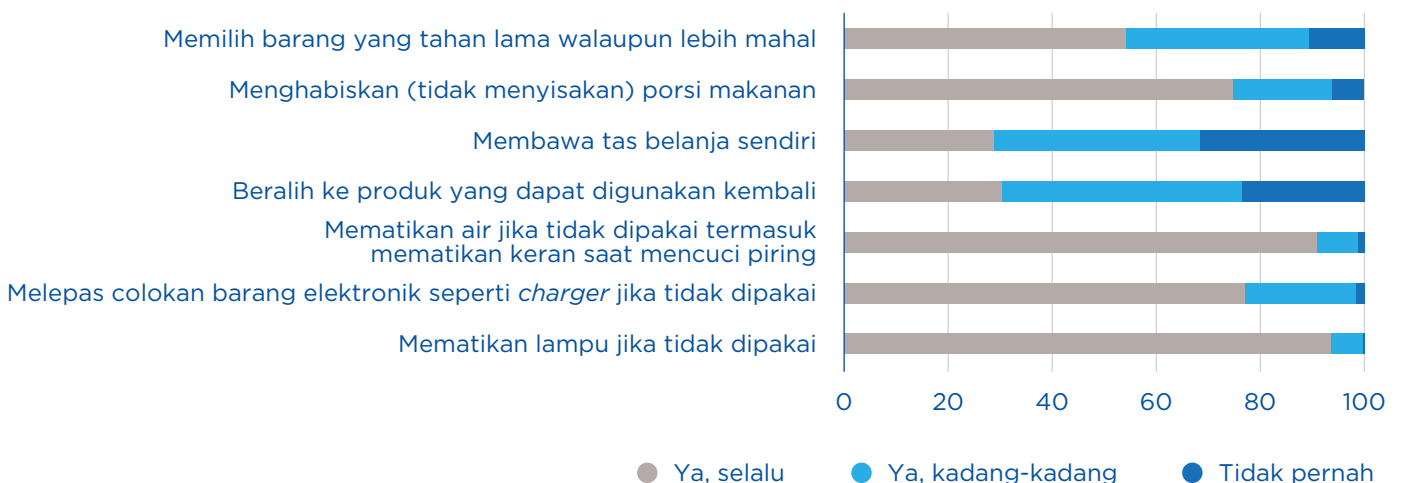
Grafik 4.3 Pengelolaan Sampah Berdasarkan Jenis Sampah



Sumber: Survei DRI, Jan-22

Selain sampah, CE juga berfokus pada kebiasaan sehari-hari konsumen. Survei kami menanyakan seberapa sering konsumen melakukan berbagai praktik ramah lingkungan dalam rutinitas keseharian mereka. Praktik tersebut seperti mematikan lampu dan air serta mencabut listrik saat perangkat tidak digunakan, tidak menyisakan makanan, serta menggunakan tas belanja yang dapat digunakan kembali. Sebagian besar konsumen mengatakan mereka selalu mematikan lampu dan air yang tidak digunakan (lebih dari 90%) dan hampir selalu mencabut perangkat listrik yang tidak digunakan dan tidak membuang makanan (lebih dari 70%), tetapi hanya kurang dari 30% yang selalu membawa tas belanja. Kemudian pembelian barang tahan lama lebih dipreferensikan dibanding penggunaan produk *reusable*.

Grafik 4.4 Preferensi Konsumen dan Kebiasaan Sehari-hari

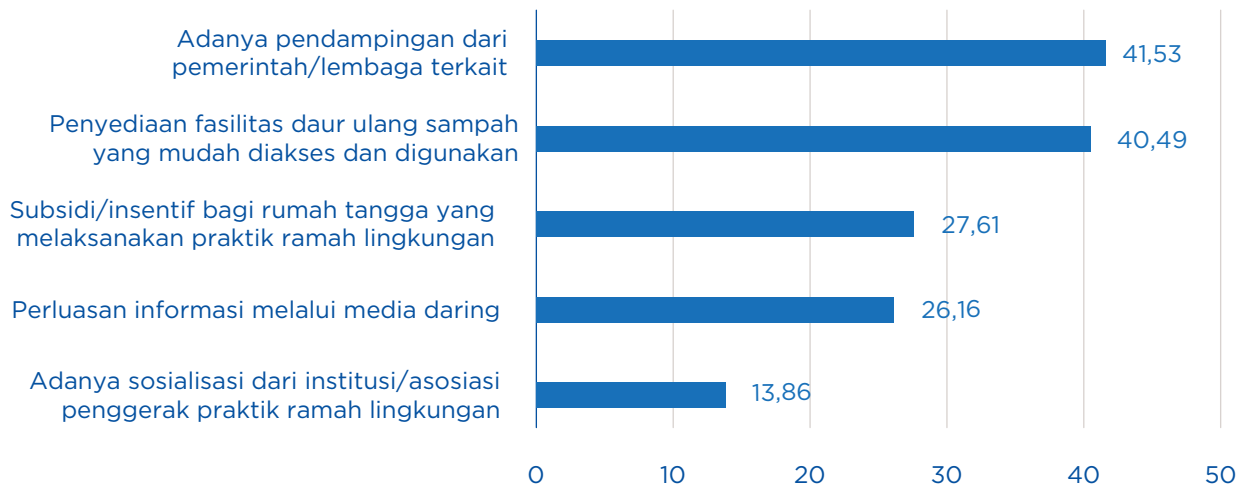


Sumber: Survei DRI, Jan-22

Terkait penggunaan tas belanja, sejak Juli 2020, berdasarkan Peraturan Gubernur nomor 142 tahun 2019, Jakarta menerapkan larangan penggunaan kantong plastik belanja sekali pakai untuk toko ritel. Peraturan ini berupaya mengurangi sampah plastik dengan mendorong konsumen menggunakan tas yang lebih ramah lingkungan. Melihat respon dari konsumen yang tinggal di Jakarta, tampaknya kebijakan tersebut belum cukup efektif untuk menciptakan kebiasaan membawa tas belanja. Kami menemukan bahwa meskipun proporsi konsumen di Jakarta yang selalu membawa tas belanja sendiri lebih tinggi daripada di provinsi lain, hasilnya masih kurang dari 50%. Kemudian tas belanja yang dianggap ramah lingkungan juga sebenarnya membutuhkan sumber daya dan energi yang lebih banyak dalam pembuatannya dibandingkan plastik sekali pakai. Tanpa adanya peningkatan *awareness* dari konsumen bisa jadi kebijakan ini justru memberikan dampak yang tidak lebih baik dari penggunaan plastik sekali pakai.

Secara umum pengolahan sampah dan penerapan praktik ramah lingkungan dalam kebiasaan konsumen sehari-hari masih perlu banyak ditingkatkan. Survei juga menemukan bahwa kendala utama dalam menerapkan CE bagi konsumen adalah kurangnya kesadaran dan kapasitas dalam menjalankan praktik-praktik CE. Sejalan dengan kendala ini konsumen melaporkan bahwa sosialisasi terkait CE dan praktik hijau adalah hal yang paling mereka butuhkan saat ini. Konsumen percaya bahwa akses yang lebih mudah ke fasilitas daur ulang adalah cara terbaik kedua untuk membantu mereka menerapkan praktik CE.

Grafik 4.5 Dukungan yang Dibutuhkan oleh Konsumen



Sumber: Survei DRI, Jan-22

PT Danareksa (Persero) adalah sebuah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang didirikan tahun 1976 dengan kegiatan usaha di bidang Jasa Keuangan yang kemudian memfokuskan usaha pada industri pasar modal tanah air. Banyak terobosan di industri pasar modal tanah air yang lahir dari kontribusi Danareksa di bidang pasar modal antara lain proses melantainya PT Semen Cibinong Tbk sebagai emiten pertama di Bursa Efek Jakarta (sekarang Bursa Efek Indonesia) pada tahun 1977 dan dikeluarkannya produk reksadana pertama di Indonesia dengan nama sertifikat “Danareksa” pada tahun 1996.

Tidak hanya sebagai pelopor produk pada industri pasar modal tanah air, melalui **Danareksa Research Institute**, Danareksa aktif dalam melahirkan hasil riset di bidang ekonomi yang kemudian tumbuh dan berkembang menjadi pelopor lembaga riset nasional di bidang ekonomi dan keuangan sejak tahun 1999. DRI aktif dalam memberikan masukan kepada pemangku kepentingan dengan analisa khas yang komprehensif dan tajam dalam memaparkan perkembangan ekonomi terkini.

RESEARCHER

**Rima Prama Artha**

Chief Economist
Danareksa Research Institute
rima.artha@danareksa.co.id

**Muhammad Ikbal Iskandar**

Lead Researcher
Danareksa Research Institute
muhammad.ikbal@danareksa.co.id

**Sella F. Anindita**

Researcher Specialist
Danareksa Research Institute
sella.anindita@danareksa.co.id

Danareksa Research Institute
Menara Mandiri II Lt 8, Jl. Jendral Sudirman Kav. 54-55
Jakarta 12910, Indonesia
Tel : (62-21) 29555 777 / 888 (hunting)
Fax : (62 21) 25198001

©2022 PT Danareksa (Persero) - Danareksa Research Institute
Publikasi ini sepenuhnya merupakan Hak Cipta milik
PT Danareksa (Persero) - Danareksa Research Institute yang dilindungi
sesuai hukum dan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.



www.danareksa.co.id



[@danareksa.id](https://www.instagram.com/danareksa.id)



[danareksa](https://www.facebook.com/danareksa)



[@Danareksa](https://twitter.com/Danareksa)



[Danareksa](https://www.linkedin.com/company/Danareksa)