

KRITIK EKONOMI PANCASILA TERHADAP FENOMENA PENINGKATAN E-COMMERCE DI INDONESIA TAHUN 2020

Maria Assumpta Wikantari¹, Yudi Nur Supriadi²

^{1,2}Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

Email : maria.aw@upnvj.ac.id

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui kritik ekonomi pancasila terhadap fenomena peningkatan *e-commerce* di Indonesia Tahun 2020. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode deskriptif dengan jenis penelitian kualitatif. Data yang digunakan adalah Metode yang dilakukan dalam penulisan ini adalah *library research*, dimana pengambilan data primer dan sekunder untuk pemilihan data yang relevan dengan tema besar dan dianalisis melalui pandangan yang telah ditetapkan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ekonomi Pancasila mengalami kesulitan secara menyeluruh, dan harus bersaing dengan laju pasar, permintaan, dan penawaran. Media *e-commerce* merupakan jembatan penghubung antara pembeli dan penjual, namun mengalami kesulitan untuk memenuhi keinginan penjual. penggunaan *e-commerce* sebagai penghubung antara pembeli dan penjual, akses internet dapat menjadikan pasar lebih luas. Tidak hanya di level nasional, tapi level internasional melalui sumber daya manusia Indonesia yang lebih tanggap, tangguh, dengan memiliki keterampilan global.

Kata Kunci: ekonomi pancasila, e-commerce

ABSTRACT

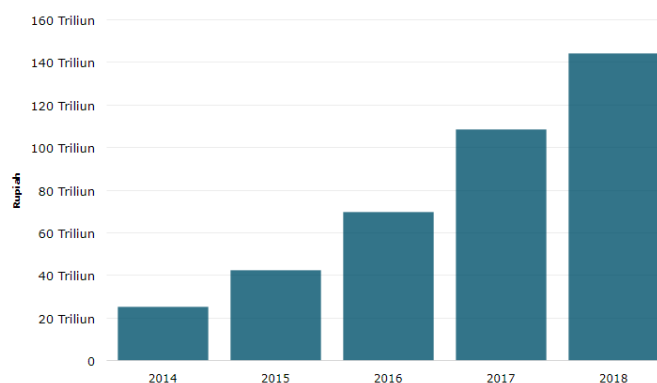
The purpose of this study is to find out the economic criticism of Pancasila against the phenomenon of increasing e-commerce in Indonesia in 2020. The research method used is a descriptive method with a type of qualitative research. The method used in this writing is library research, where the retrieval of primary and secondary data for the selection of data relevant to a large theme and analyzed through a predetermined view. The results of this study show that the Pancasila economy is experiencing difficulties as a whole, and must compete with the pace of market, demand, and supply. E-commerce media is a bridge between buyers and sellers, but has difficulty fulfilling the wishes of sellers. the use of e-commerce as a liaison between buyers and sellers, internet access can make the market wider. Not only at the national level, but at the international level through Indonesia's human resources which is more responsive, resilient, with global skills.

Keywords: pancasila economy, e-commerce

PENDAHULUAN

Belanja online merupakan tren belanja yang menjadi fenomena tersendiri di Indonesia. Terutama di tahun 2020, tren belanja online semakin marak di masyarakat Indonesia melalui fasilitas internet. Kecepatan dan kemudahan akses serta memuaskan konsumen menjadi faktor utama alasan masyarakat Indonesia beralih dari belanja konvensional mendatangi pusat pertokoan, dan mall. Hal itu berubah hanya dengan mengakses telepon genggam pintar (*smartphone*) canggih. Transaksi belanja online melalui e-commerce terlihat mengalami

peningkatan pesat di setiap tahunnya. Hal ini dapat dilihat pada Gambar 1 yang menunjukkan peningkatan pesat yang dimulai di tahun 2014 lalu.



Gambar 1 Data Transaksi E-Commerce Indonesia
(Sumber: KataData, 2016)

Dapat dilihat bahwa setiap tahunnya mengalami peningkatan pesat. Di tahun 2020 awal juga dapat dipastikan mengalami peningkatan meningkat tajam. Hal ini disebabkan oleh pandemi Covid-19. Pandemi tersebut mengubah gaya hidup masyarakat global untuk lebih berhati-hati dan menjalankan protokol kesehatan, khususnya masyarakat Indonesia. Aktivitas sehari-hari dalam masa karantina juga membuat aktivitas belanja sehari-hari menjadi daring (online) dan menggunakan fasilitas kurir online untuk meminimalisir masyarakat keluar rumah.

Survei Badan Pusat Statistik (BPS) mengatakan bahwa masyarakat Indonesia generasi millennial menjadi pelopor utama belanja daring untuk kebutuhan keluarga sebanyak 45%, terutama perempuan. Rincian dari survei tersebut menyebutkan bahwa bahan makanan sebesar 51%, kesehatan 20%, dan fasilitas internet 14%, dan semua aktivitas belanja, transaksi diberlakukan secara daring.

Online shop menghadirkan kemudahan untuk memenuhi kebutuhan aktivitas sehari-hari. Setiap toko daring memiliki barang, sembako, maupun makanan jadi dengan varian yang sama (homogen) sehingga menghasilkan pasar persaingan sempurna di dalam setiap transaksi. Pandangan pasar persaingan sempurna merupakan pandangan liberal ekonomi klasik Adam Smith, dan neoklasik Alfred Marshall. Kedua prominen menjelaskan bahwa aktivitas ekonomi melalui pasar diharuskan bebas, tanpa campur tangan otoritas, banyaknya

produsen (penjual) dan konsumen (pembeli), sehingga pasar tidak memiliki pengaruh besar terhadap harga yang telah ditentukan.

Pandangan ekonomi tersebut mengemukakan bahwa aktivitas produsen dalam pasar bebas menuai kritik dalam kaum sosialis. Hal ini dilihat dari sulitnya pemerataan diantara produsen maupun perilaku konsumen yang tidak terkontrol, sehingga mengakibatkan tidak seimbang masyarakat dalam perihal sistem ekonomi. Perilaku ekonomi masyarakat menuai kritik juga terhadap kaum sosialis. Ekonomi Pancasila hadir sebagai “opsi ketiga” dari pendekatan dan menghasilkan sistem ekonomi yang adil, kesetaraan akses, penurunan tingkat ketimpangan, peningkatan kualitas hidup, serta penurunan tingkat kemiskinan dan pengangguran

Arif Budimanta mendefinisikan Ekonomi Pancasila sebagai berikut;

“Sistem pengaturan hubungan antarnegara dan warga negara yang ditujukan untuk memajukan kemanusiaan dan peradaban, memperkuat persatuan nasional melalui proses usaha bersama/gotong royong dengan melakukan distribusi akses ekonomi yang adil bagi seluruh warga negara yang dilandasi oleh nilai-nilai etik pertanggungjawaban kepada Tuhan Yang Maha Esa.”

Pengaturan diatas menyebutkan bahwa peran pemerintah dengan warga negara perlu terlibat dalam sistem ekonomi diatas. Perilaku konsumen melalui online shop yang bermunculan bebas menyulitkan adanya keuntungan bersama yang bersifat gotong royong. Maka dari itu, peran serta pemerintah dalam aktivitas belanja online dapat diseimbangkan melalui jejaring daring milik pemerintah yang perlu terjun untuk memaksimalkan pasar yang lebih adil.

Selain itu, kehadiran *online shop* milik pemerintah bukan hanya sekedar memenuhi kebutuhan, kesenangan, hasrat pembeli/konsumen, tapi untuk memecahkan permasalahan yang kerap muncul di masyarakat secara umum melalui proses usaha bersama dengan melakukan distribusi akses ekonomi yang menyeluruh dan adil. Contohnya adalah distribusi sembako yang mengintegrasikan pasar, kebutuhan daerah tertentu melalui akses digital dengan harga kompetitif

Permasalahan yang dapat dilihat dari penjelasan diatas adalah bagaimana ekonomi Pancasila dalam melihat fenomena peningkatan online shop apabila melihat adanya

kebebasan pasar dalam menentukan harga barang tertentu. Ekonomi Pancasila menginginkan adanya akses mudah, harga tetap dalam barang/jasa tertentu (*fixed price*), distribusi yang menyeluruh sehingga harga barang di pasar tidak semena-mena ditetapkan oleh individu, tapi ditentukan melalui mekanisme keputusan bersama.

METODE PENELITIAN

Metode yang dilakukan dalam penulisan ini adalah library research, dimana pengambilan data primer dan sekunder untuk pemilihan data yang relevan dengan tema besar dan dianalisis melalui pandangan yang telah ditetapkan. Data primer yang dimaksud adalah data statistik, open speech yang relevan, jurnal maupun karya ilmiah yang berkorelasi dengan pemilihan penulisan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ekonomi Pancasila merupakan sistem pengaturan ekonomi rakyat yang melihat arus persaingan sempurna dari pasar. Kritik terhadap ekonomi Pancasila bermunculan terhadap sistem ekonomi global yang bersifat kapitalisme. Sistem ekonomi pasar bebas mengacu pada kebebasan individu dalam menjalankan dan menetapkan harga barang, meskipun barang yang ditawarkan bersifat homogen. Kapitalisme juga melihat bahwa transaksi ekonomi bertujuan untuk memenuhi kepentingan individu tanpa adanya kontrolnya otoritas. Penerapan *survival of the fittest* dapat dilihat disini, pemilik modal terbesar yang dapat menjalankan aktivitas ekonomi besar, dan mengambil keuntungan sebesar-besarnya.

Fenomena online shop Indonesia adalah sebagian contoh kecil dari pengaruhnya ideologi kapitalisme pasar. Kehadirannya online shop, e-commerce sebagai fasilitas pendukung online shop semata-mata untuk memenuhi kepentingan individu tanpa adanya rem dari otoritas atas. Meskipun pemerintah telah menjalankan fungsi Badan Usaha Milik Negara (BUMN) sebagai acuan penetapan harga serta distribusi barang lebih mudah dan dijangkau oleh masyarakat luas, seperti Pertamina dan PGN yang menentukan harga minyak dan gas, sehingga masyarakat Sabang-Merauke mendapatkan harga yang sama tanpa terkecuali.

Peran penting dari Ekonomi Pancasila adalah tingginya keterlibatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di roda perekonomian Indonesia. UMKM merupakan badan usaha yang

tidak terpengaruhi secara makro apabila terjadi krisis, serta menyerap lapangan pekerjaan secara langsung, dan memakmurkan kesejahteraan rakyat. Pada pasal 33 UUD 1945 mengenai sistem perekonomian yang berbasis kepada kedaulatan rakyat. Serta pada pasal 27 ayat 2 dan pasal 3 menyebutkan pengembangan BUMN, koperasi, pemanfaatan segala kekayaan untuk kemakmuran rakyat, memenuhi hak warga negara melalui tersedianya lapangan pekerjaan dan menurunkan angka kemiskinan.

Pemanfaatan e-commerce/online-shop dilakukan oleh banyaknya UMKM untuk memperluas pemasaran, *brand awareness* terhadap barang, jasa, maupun servis yang ditawarkan oleh unit tersebut melalui fasilitas infrastruktur internet yang sangat canggih dan pesat. Namun, sebagian besar UMKM belum dapat mengakses media e-commerce sebagai media pemasaran untuk menjangkau pelanggan yang diinginkan. Salah satu faktor penghambat adalah adopsi teknologi yang lemah, kualitas sumber daya manusia yang masih dibawah standar, serta ketidakcocokan teknologi dengan pelaku UMKM.

Purnomo (2011) menyebutkan bahwa tidak semua pelaku dapat menyerap teknologi karena adanya Fokus Kecocokan pelaku dimana kinerja akan dihasil dari tugas teknologi, sehingga memberikan fitur dan dukungan terhadap kecocokan dengan persyaratan tugas, dan kinerja pelaku. Hal itu akan berujung kepada pengambil keputusan pelaku. Selain itu, kompleksitas sistem teknologi internet sulit diberdayakan. Peran serta sosialisasi otoritas perlu dijalankan untuk memberikan bantuan terhadap para pelaku UMKM.

Berdasarkan data statistik dari BPS tahun 2018, sebanyak 84% pelaku bisnis termasuk UMKM belum melakukan transaksi daring melalui *e-commerce*. Hal ini tergambar pada Gambar 2.



Gambar 2

Persentase Usaha E-Commerce Indonesia Tahun 2018

(Sumber: BPS, 2019)

Ekonomi Pancasila menginginkan pelaku usaha kecil dapat memberikan kontribusi besar, sesuai dengan perkembangan jaman yang lebih dominan di era digital. Dikenal sebagai industri 4.0, dimana pengembangan bisnis barang, jasa, dan servis menggunakan kanal daring untuk memperkuat ekonomi kerakyatan, namun berdasarkan data diatas, perlu adanya sosialisasi berlebih dari otoritas pemerintah untuk menjalankan usaha yang dapat memajukan kepentingan bersama melalui media internet.

Pasar sempurna tanpa adanya bantuan masyarakat, pemerintah, maupun pelaku tidak bisa menghasilkan sistem pasar yang baik dan adil. Ekonomi Pancasila memberikan tantangan besar dalam menciptakan sistem pasar, dimana persaingan antar pelaku tidak bisa dimulai apabila UMKM sebagai pelaku penggerak ekonomi kerakyatan ini, tidak dapat berpartisipasi dalam roda perekonomian Indonesia.

Selain itu, peran Koperasi sebagai sentral dari ekonomi Pancasila mengalami kemunduran besar dikarenakan tidak adanya dukungan pemerintah, keterlibatan masyarakat yang minim, dan tidak adanya spesialisasi koperasi di bidang tertentu. Kemajuan UMKM dapat disokong oleh koperasi untuk meningkatkan lini bisnis pelaku usaha mikro, kecil dan menengah. Koperasi dinilai hanya berperan sebagai Lembaga sosial belaka, masih tertinggal dengan sektor swasta yang terus berkembang.

Koperasi memberikan bantuan usaha mikro melalui kredit mikro, memberikan kemudahan bagi anggota, dan mensejahterakan anggota. Namun, tantangan koperasi dalam hal pemberian bantuan terhalaukan oleh banyaknya pinjaman ilegal yang mengatasnamakan koperasi simpan pinjam. Secara sosial, kehadiran retiner online berkedok koperasi juga dapat menimbulkan kesan buruk terhadap koperasi simpan pinjam yang sebenar-benarnya. Pelaku usaha kecil, menengah enggan melakukan usaha bersama dengan koperasi.

Warsiati (2020) menyebutkan tantangan-tangan yang didapat dari koperasi dalam menjalankan Ekonomi Pancasila di era digital berkaitan dengan keikutsertaan UMKM dalam koperasi dalam menjalankan usaha bersama, yaitu

1. Sulitnya pemasaran

Hal dilihat dari pengelolaan usaha bersaing dengan produk yang sama dengan kualitas tinggi

2. Keterbatasan secara finansial

Mengacu pada modal awal dan modal kerja berjangka Panjang dalam rangka investasi untuk pertumbuhan produk koperasi secara berkelanjutan

3. Sumber daya manusia yang minim

Aspek-aspek pendukung *manpower* yang dibutuhkan untuk menjaga produktifitas dalam produksi, pemasaran untuk menembus pasar baru

4. Permasalahan bahan baku produk yang dijual

Sulitnya ketersediaan bahan baku bagi keberlangsungan produksi bagi koperasi

5. Keterbatasan teknologi

Instrumen pembuat produk masih menggunakan tenaga manual/manusia, sehingga proses produksi tidak konsisten sehingga output produk tidak dapat memenuhi pasar.

Dapat dilihat bahwa tantangan koperasi sebagai pancaran dari ekonomi Pancasila mengalami kesulitan secara menyeluruh, dan harus bersaing dengan laju pasar, permintaan, dan penawaran. Media e-commerce merupakan jembatan penghubung antara pembeli dan penjual, namun mengalami kesulitan untuk memenuhi keinginan penjual.

KESIMPULAN

Implementasi Ekonomi Pancasila memerlukan inovasi, action plan, serta rencana kerja yang lebih spesifik untuk menghadapi industri 4.0. Maraknya kapitalisme pasar telah dijunjung tinggi, seperti gap konglomerasi dan masyarakat menengah ke bawah terlalu jauh. Peran serta koperasi sebagai soko awal roda perekonomian Indonesia diperlukan untuk menghadirkan usaha-usaha kecil menengah yang tidak kalah bersaing dengan usaha besar lainnya.

Peran serta dunia investasi juga terhadap UMKM juga perlu diberikan perhatian lebih. Secara khusus, UMKM tidak hanya memberikan barang, jasa, dan servis yang komersil, namun adanya kekhasan daerah yang dapat ditonjolkan untuk memperkenalkan ciri khas barang maupun jasa yang ditawarkan oleh usaha. Maka, sosialisasi pemerintah dalam wacana

ekonomi Pancasila perlu disuarakan lebih, bahwa memberikan bantuan sosial-ekonomi terhadap UMKM, memberikan dampak besar secara ekonomi makro terhadap Indonesia

Serta, penggunaan e-commerce sebagai penghubung antara pembeli dan penjual, akses internet dapat menjadikan pasar lebih luas. Tidak hanya di level nasional, tapi level internasional melalui sumber daya manusia Indonesia yang lebih tanggap, tangguh, dengan memiliki keterampilan global. Sehingga cita-cita ekonomi Pancasila dapat terwujud.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. 2019. Statistik E-Commerce 2019. BPS Indonesia Sub Direktorat Statistik Komunikasi dan Teknologi Informasi. Diunduh dari <https://www.bps.go.id/publication/download.html?nrbfvefe=ZmQxZTk2YjA1MzQyZTQ3OWE4MzkxN2M2&xzmn=aHR0cHM6Ly93d3cuYnBzLmdvLmlkL3B1YmxpY2F0aW9uLzlwMTkvMTIvMTgvZmQxZTk2YjA1MzQyZTQ3OWE4MzkxN2M2L3N0YXRpc3Rpay1lLWVnbW1lcmNlTiMTkuaHRtbA%3D%3D&twoadfnearfeauf=MjAyMC0wNy0xOCxMDoxNzoyNQ%3D%3D> [18/07/2020]
- Buchori, Ahmad. 2020. Satgas Temukan Pinjaman Online Ilegal Berkedok Koperasi Simpan Pinjam. Berita daring Antara News. Diakses dari <<https://www.antaranews.com/berita/1508895/satgas-temukan-pinjaman-online-illegal-berkedok-koperasi-simpan-pinjam>>[18/07/2020]
- Budimata, Arif. 2018. Ekonomi Pancasila. Konten Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. Diunduh dari <<https://feb.ub.ac.id/wp-content/uploads/2018/05/EKONOMI-PANCASILA-ARIF-BUDIMANTA-3-MEI.pdf>> [17/07/2020]
- Harini, Sri. 2015. Pemikiran Para Ahli Ekonomi Mengenai Kompetisi dalam Pasar. Artikel UNAIR dalam Prinsip Ilmu Ekonomi. Diakses dari <http://sri-harini-fisip13.web.unair.ac.id/artikel_detail-146856-Prinsip%20Ilmu%20Ekonomi%20EKT05Pemikiran%20Para%20Ahli%20Ekonomi%20mengenai%20Kompetisi%20dalam%20Pasar.html> [17/07/2020]
- Junita, Nancy. 2020. Pandemi Covid-19, Survei BPS: Tren Belanja Online Naik, Mayoritas Milenial Perempuan. Diakses dari <<https://ekonomi.bisnis.com/read/20200603/12/1247992/pandemi-covid-19-survei-bps-tren-belanja-online-naik-mayoritas-milenial-perempuan>> [17/07/2020]
- KataData. 2016. Transaksi E-Commerce Indonesia Naik 500% (2014-2018) Diakses dari <<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/11/16/transaksi-e-commerce-indonesia-naik-500-dalam-5-tahun>> [17/07/2020]
- Purnomo, Margo. 2011. Adopsi Teknologi oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Hal 113-114. Jurnal Dinamika Manajemen Universitas Negeri Semarang Vol 2 No 2. Diunduh dari <<https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/jdm/article/view/2475/2528>> [18/07/2020]

- Rahardjo, M Dawam. 2004. Isu-isu Komtemporer Ekonomi Pancasila. Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial Universitas Islam Indonesia No 53 Vol 27 Bag 3 Hal 213. Diunduh dari <<https://journal.uui.ac.id/Unisia/article/view/5751/5178>> [18/07/2020]
- Tanumihardja, Ari Putera. 2018. Pancasila di antara Sosialisme dan Kapitalisme. Diakses dari <<https://www.economica.id/2018/11/20/pancasila-di-antara-sosialisme-dan-kapitalisme/>> [17/07/2020]
- Umam, Syamsul. 2017. Ekonomi Pancasila di Tengah Kapitalisme Pasar. Jurnal Institut Agama Negeri Tulungagung Vol 28 No 2 Juli-Desember. Hal 439. Diunduh dari <<https://ejournal.iai-tribakti.ac.id/index.php/tribakti/article/view/491>> [17/07/2020]
- Warsiati, Wiwi, Tiris Sudartono, Riana Dewi (2020) Peranan Koperasi Sebagai Bentuk Implementasi Ekonomi Pancasila di Era Digital. Hal 35. Jurnal Empowerment in the Community Vol 1, No 1. Diunduh dari <<https://www.jtmiti.org/index.php/ecj/article/download/368/pdf>> [18/07/2020]