Sertifikat Dewan Pers No: 05/DP-Terverifikasi/K/II/2017

PENERBIT: PT Jurnalindo Aksara Grafika

Wisma Bisnis Indonesia Lt 5 - 8, Jl.KH.Mas. Mansyur 12A, Karet Tengsin, Jakarta Pusat 10220

Keputusan Menteri Kehakiman tanggal 10 Februari 1986 No: C2-989.HT.01-01-Th 86 Akta Notaris Hobropoerwanto tanggal 11 Juni 1985 No. 6

Presiden Direktur: Lulu Terianto
Direktur Pemasaran: Hery Trianto

Direktur Pemberitaan & Produksi: Maria Yuliana Benyamin
Pemimpin Redaksi/Penanggung Jawab: Maria Yuliana Benyamin
Wakil Pemimpin Redaksi: Fahmi Achmad, Rahayuninasih

General Manager Konten: Diena Lestari, Galih Kurniawan, Hendri T. Asworo, Surya Mahendra Saputra Head of Data & Research: Aprilian Hermawan

Head of Premium Content & Multimedia: Gajah Kusumo Head of Special Digital Products: Yusuf Waluyo Jati

Manajer Konten: Akhirul Anwar, Ana Noviani, Anggara
Pernando, Annisa Sulistyorini, Aprianto Cahyo Nugroho, David
Eka Issetiabudi, Duwi Setiya Ariyanti, Edi Suwiknyo, Emanuel
Berkah Caesario, Fajar Sidik, Farid Nurfazri Firdaus, Feni Freycinetia
Fitriani, Firman Wibowo, Fitri Sartina Dewi, Hafiyyan, Hendra
Wibawa, Indyah Sutriningrum, Kahfi, Lili Sunardi, Lukas Hendra
T. Meliyanto, M. Rochmad Purboyo, Mia Chitra Dinisari, M.
Khadafi, M. Nurhadi Pratomo, Moh. Fatkhul Maskur, M. Taufikul
Basari, Nancy Yunita, Novita Sari Simamora, Nurbaiti, Puput Ady
Sukarno, Rio Sandy Pradana, Roni Yunianto, Saeno, Sri Mas Sari,
Stefanus Arief Setiaji, Tegar Arief Fadly, Oktaviano Donald Baptista,
Yayus Yuswoprihanto, Yustinus Andri Dwi P.

Asisten Manajer Konten: Abdullah Azzam, Andhika Anggoro Wening, Aprianus Doni Tolok, Asteria Desi Kartikasari, Denis Riantiza Meilanova, Dika Irawan, Dwi Nicken Tari, Herdanang A. Fauzan, Jaffry Prabu Praboso, Nindya Aldila, Nirmala Aninda, Nurul Hidayat, Pandu Gumilar, Rayful Mudassir, Reni Lestari, Syaiful Millah, Thomas Mola, Yanita Petriella.

Staf Redaksi: Akbar Evandio, Anitana Widya Puspa, Annisa K. Saumi, Arif Gunawan, Aziz Rahardyan, Dany Dwi Saputra, Desyinta Nuraini, Dewi Andriani, Dionisio Damara, Iim Fathimah Timorria, Khadijah Shahnaz Fitra, Leo Dwi Jatmiko, Loenzo Anugrah Mahardika T., Luke Andaresta, Maria Elena, Markus Gabriel Noviarizal Fernandez, Mutiara Nabila, Muhammad Ridwan, Nyoman Ary Wahyudi, Rahmad Fauzan, Rinaldi Muhammad Azka, Sholahuddin Al Ayyubi, Wibi Pangestu Pratama, Yudi Supriyanto.

Fotografer: Abdurachman, Arief Hermawan P., Eusebio Chrysnamurti, Fanny Kusumawardhani, Himawan L. Nugraha, Suselo Jati.

DIVISI PEMASARAN & PENJUALAN

General Manager Integrated Marketing Solution
M. Rheza Adrian, Vanie Elsis Mariana

Head Digital Marketing & Communication: Siska Kartika Candra Manager Integrated Marketing Solution: Dwi Putra Marwanto, Eka Puspitaningrum, Halimatus Syakdiah Rambe,

Novita Ayu Handayani Manajer Sirkulasi: Rosmaylinda Manajer Promosi & Penujualan Produk Digital: Achmad Fauzi

DIVISI DDODI IKS

Head of Bisnis Indonesia Resource Center: **Setyardi Widodo** Manager Monetisasi Produksi: **Andri Trisuda** Creative Manager: **Lucky Prima**

ANAK PERUSAHAAN

Navigator Informasi Sibermedia: Hery Trianto (Direktur), Arnis Wigati, Didit Ahendra (General Manager), Ferry Sannevil, Kalidas Mahendren, Kamilah Adawiyah, Fardiana Figria Qurany, Rachmad Subiyanto (Manajer) Ahmad Habibi, Fahri Nur Muharom, Irene Arta Uli, Rachma Amalia (Asisten Manajer) Bisnis Indonesia Gagaskreasitama: Chamdan Purwoko (Direktur),

Irsad (Pjs. General Manager), Prasektio Nugraha Nagara, Ervin Kurniawan (Manajer) Bisnis Indonesia Konsultan: Chamdan Purwoko (Direktur) Dias Rima Sutiono (General Manager)

KANTOR PERWAKILAN

Bali: Feri Kristianto (Kepala Perwakilan), Jl. PB Sudirman No. 4 Denpasar, Bali 80114 Telp/Fax. 0361-4746069 Bandung: Dinda Wulandari (Kepala Perwakilan), Ajijah, Rachman (Fotografer), Jl. Buah Batu No. 46B Bandung 40261, Telp. 022-7321627, 7321637, 7321698 fax. 022-7321680 Balikpapan: Sumarja (Kepala Perwakilan), Muhammad Mutawallie

Balikpapan: Sumarja (Kepala Perwakilan), Muhammad Mutawalli Sya'rawie (Reporter) Balikpapan Superblok, Jl. Jend. Sudirman Stal Kuda Blok A/18, Balikpapan, Telp. 0542-7213507 Fax. 0542-7213508 Medan: Fitri Agustina (Kepala Perwakilan), Kompleks Istana Bisnis Center, Medan Maimun, Jl. Brigjen. Katamso No. 6 Medan, Telp. 061-4554121/4553035 Fax. 061-4553042

Makassar: Amri Nur Rahmat (Kepala Perwakilan), Jl. Metro Tanjung Bunga Mall GTC Makassar GA-9 No. 16, Makassar, Telp. 0411-8114203 Fax. 0411-8114253

Palembang: Herdiyan (Kepala Perwakilan), Jl. Basuki Rahmat No. 6 Palembang, Telp. 0711-5611474 Fax. 0711-5611473 Pekanbaru: Aang Ananda Suherman (Pjs. Kepala Perwakilan), Ruko Royal Platinum No. 89 P. Jl. SM Amin, Arengka 2, Pekanbaru, Telp. 0761-8415055 (hunting), 0761-8415077 Fax. 0761-8415066 Semarang: Farodlilah (Kepala Perwakilan), Muhammad Faisal Nur Ikhsan, Jl. Sompok Baru No. 79 Semarang, Telp. 024-8442852 Fax. 024-8454527

Surabaya: A. Faisal Kurniawan (Kepala Perwakilan) Miftahul Ulum, Peni Widarti, Jl. Opak No. 1 Surabaya, Telp. 031-5670748 Fax. 031-5675853

KORAN REGIONAL

Solopos: Arif Budisusilo (Presiden Direktur)

Suwarmin (Direktur Bisnis), Annisa Nurul Aini (Direktur
Keuangan), Rini Yustiningsih (Pemimpin Redaksi) Jl. Adisucipto No
190, Tep. 0271-724811 Fax. 0271-724833

Harian, Jogia: Anton Wahyu Prihartono (Direktur/Pemimpin

Jl. A.M Sangaji No. 41, Jetis, Jogja, Telp. 0274-583183, Fax. 0274-564440

Wartawan *Bisnis Indonesia* selalu dibekali tanda pengenal dan tidak diperkenankan menerima atau meminta imbalan apapun dari narasumber berkaitan dengan pemberitaan.

TARIF IKLAN (Rp/mmk)

Umum	
Hitam Putih	Berwarna
28.000	
100.000	110.000
	220.000
x 50 mmk)	235.000
)	
110.000	120.000
110.000	125.000
60.000	
50.000	
	28.000

50mm, **) Minimum 3 baris Bisnis Indonesia Weekly

Harga Iklan Umum 1 Halaman Full Color 1/2 Halaman Full Color			
Harga Iklan Packages Full Edition (12 pages FC)Half Edition (6 pages FC)Quarter Edition (4 pages FC)		350.000.000	
Spesifikasi			
Jenis Iklan Kemitraan, Layanan Masyarakat, Politik, Kasus Hukum, Lelang/Tender, Dukacita, Perpikahan Hotal	Hitam Putih 65.000	Berwarna 80.000	

Pernikahan, Hotel, Resto & Cafe, Pendidikan, Seminar, dan Lowongan

an Occasion (Perkavling) 35.000.000 50.000.0

Rekening Bank a.n. PT Jurnalindo Aksara Grafika • Bank BCA Cabang Wisma Asia No. 084-303-75:

- Bank BCA Cabang Wisma Asia No. 084-303-757-4
 Bank Mandiri Cabang Wisma Bisnis Indonesia No. 121-00-9009999-9
- No. 121-00-9009999-9

 Bank BNI (\$) Cabang Kramat No. 1-052-886-8
- Harga Langganan Rp300.000 per bulan
 Harga Langganan Rp350.000 per bulan Khusus Wilayah Kalimantan, Sulawesi dan Kawasan Timur Indonesia

EDITORIAL

Pekerjaan Rumah Bidang Investasi

oal realisasi investasi, pemerintah boleh merasa lega. Musababnya, sampai kuartal I/2023, aliran investasi yang masuk ke Indonesia tembus Rp328,9 triliun, atau meningkat 16,5% jika dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun lalu.

Jika diperinci, maka penanaman modal asing berkontribusi sebesar Rp177 triliun terhadap realisasi investasi, sedangkan penanaman modal dalam negeri menyumbang Rp151,9 triliun.

Adapun, capaian pada kuartal I/2023 tersebut setara dengan 23,5% dari target investasi tahun ini yang dipatok sebesar Rp1.400 triliun.

Kinerja positif investasi tersebut mestinya tak mengherankan karena belakangan pemerintah memang gencar menggeber aliran modal ke Tanah Air. Sejumlah inovasi terus dilakukan khususnya terkait dengan kemudahan perizinan, baik di pusat maupun di daerah.

Instrumen fiskal pun turut digerakkan untuk merayu investor dengan iming-iming insentif pajak. Demikian pula dengan jaminan kepastian hukum yang terus diperkuat salah satunya melalui Undang-Undang Cipta Keria.

Meski sempat tersendat implementasinya, pemerintah dan Dewan Perwakilan Rakyat rupanya tak kekurangan cara agar beleid sapu jagat itu, berikut aturan turunannya, tetap dapat diterapkan di Negeri ini.

Kendati demikian, ingarbingar investasi di Tanah Air selama ini ternyata belum berdampak besar terhadap sektor ketenagakerjaan. Hal itu pun diakui oleh Menteri Investasi/Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) Bahlil Lahadalia. Menurutnya, tren positif investasi beberapa waktu terakhir belum berbanding lurus dengan serapan tenaga kerja.

Jika ditelusuri, penyerapan tenaga kerja memang masih turun naik. Pada kuartal I/2019, penyerapan tenaga kerja tercatat sebesar 235.401 orang. Lalu di kuartal II/2019, penyerapan tenaga kerja 255.314 orang, kuartal III/2019 212.581 orang, dan kuartal IV/2019 meningkat menjadi 330.539 orang.

Penyerapan tenaga kerja tercatat menurun pada kuartal I/2020 yaitu hanya 303.085 orang dan terus menurun pada kuartal II/2020 menjadi 263.109 orang. Penyerapan tenaga kerja sedikit meningkat pada kuartal III/2020 yaitu mencapai 295.387 orang. Namun, turun kembali pada kuartal IV/2020 sebesar 294.780 orang.

Tren peningkatan penyerapan tenaga kerja mulai terlihat sejak kuartal II/2021 yang kala itu mencapai 311.922 orang. Sayang, pada kuartal III/2021 penyerapan tenaga kerja melorot menjadi 288.687 orang dan kemudian naik menjadi 295.491 orang pada kuartal IV/2021.

Tren kenaikan terus berlanjut pada 2022 yakni sebesar 319.013 orang pada kuartal I/2022 dan 320.534 orang di kuartal II/2022. Peningkatan juga terjadi pada kuartal III/2022 dan kuartal IV/2022 yakni masingmasing sebesar 325.575 orang dan 339.879 orang.

Bahlil menuturkan, salah satu alasan realisasi investasi tidak berbanding lurus dengan penyerapan tenaga kerja adalah karena tren yang bergeser dari padat karya ke padat modal. Hal itu tak lepas dari perkembangan teknologi yang masif.

Kendati demikian, menurut hemat kami, jika memang ingin mendongkrak investasi sekaligus penyerapan tenaga kerja, mestinya pemerintah dapat menetapkan prioritas. *Toh*, penyaringan investasi sepenuhnya dikendalikan pemerintah.

Berbagai perangkat untuk menjaring investasi juga dapat dioptimalkan. Misalnya saja soal pajak. Pemerintah dapat menetapkan bahwa hanya investasi padat karya saja yang dapat menikmati insentif pajak tertentu.

Tentu saja selain upaya tersebut, peningkatan kualitas tenaga kerja dalam negeri juga wajib terus dilakukan. Kualifikasi tenaga kerja nasional yang masih didominasi tenaga kerja nonterampil dapat didorong menjadi tenaga kerja terampil sehingga terus relevan dengan lapangan usaha baru.

Kami meyakini jika upaya simultan tersebut dapat dilakukan dengan baik, maka impak pertumbuhan investasi akan lebih terasa. Apalagi, saat ini Indonesia masih memiliki momentum positif pertumbuhan ekonomi yang dapat menjadi katalis masuknya investasi baru.

OPINI

Karakteristik Psikologis Pemimpin Pilihan

artai-partai yang ditetapkan Komisi Pemilihan Umum (KPU) dan memenuhi syarat untuk lolos verifikasi ada sekitar 17 partai. Pada Oktober-November 2023 ini, calon kandidat presiden dari partai pengusung akan mulai ditampilkan dan didaftarkan untuk Pemilu 2024.

Pemilu sebagai salah satu perjalanan penting bagi demokrasi Indonesia. Diharapkan masyarakat dapat memperoleh pemimpin pilihan yang tepat untuk mewujudkan cita-cita UUD 1945.

Pemimpin yang diharapkan merupakan sosok panutan bagi setiap orang yang dipimpinnya untuk dapat mewujudkan tujuan yang ingin dicapainya. Bagaimana dapat menjadi sosok pemimpin yang hebat, berkualitas, populer, berintegritas dan beragam harapan pemimpin yang benar-benar diinginkan?

Semua harapan tersebut tentulah individu yang memiliki kemampuan yang mumpuni, berkarakter dan siap untuk menjalankan perannya. Psikologi memainkan peran penting dalam merekayasa calon pemimpin yang diharapkan tersebut.

Ditinjau dari istilahnya, psikologi merupakan ilmu yang mempelajari terkait dengan perilaku dan pikiran seseorang. Perilaku ini adalah sesuatu yang bisa dilihat, diamati oleh orang lain. Sedangkan pikiran seseorang, dalam hal ini pemimpin adalah sesuatu yang tidak tampak, tidak terlihat, dan tidak dapat dipastikan apa yang sedang terjadi pada seseorang.

Kedua hal penting tersebut dapat 'direkayasa' agar calon pemimpin pilihan dapat memilikinya. Namun demikian yang terpenting adalah bagaimana hasil 'rekayasa' tersebut dapat benar-benar menginternalisasi dalam diri pemimpin.

Perilaku bagi seorang pemimpin adalah modal utama. Hal ini dikarenakan setiap gerak-gerik perilaku yang ditunjukkannya akan menjadi 'model' apakah sosok pemimpin ini adalah pemimpin yang memiliki kualitas hingga layak untuk dipilih.

Selain itu juga dalam keilmuan psikologi khususnya psikologi politik, hal ini menjadi faktor penting untuk menentukan kelayakan calon pemimpin ditinjau dari kepribadiannya sebagai calon pemimpin. Allport, tokoh di bidang Psikologi individu, mengemukan bahwa seorang individu adalah makhluk masa kini daripada makhluk masa lampau.

Untuk dapat memiliki karakteristik psikologi yang mumpuni dan dapat menjadi sosok pemimpin yang nanti akan 'beradu' maka setiap calon pemimpin haruslah dikuatkan dengan watak yang tetap mengacu pada norma yang ada.

norma yang ada.

Di sinilah cara kemampuan seseorang agar dapat membentuk dirinya menjadi sesuai apa yang diharapkan calon pemilihnya nanti. Pada saat ini, tantangan pemimpin adalah dia harus memiliki magic atau daya tarik tersendiri dalam membentuk dirinya akan menjadi seperti apa (populer atau tidak populer) melalui media sosial.

Media sosial telah men-



Fatchiah Kertamuda Wakil Rektor Universitas Paramadina

jadi ajang untuk dapat menentukan dalam memilih calon pemimpin. Jost & Sidanius (2004) dalam bukunya *Political Psychology* menyebutkan bahwa masa pemilihan Presiden Amerika Serikat pada 1960, media telah menjadi salah satu saluran dan variabel kunci untuk dapat memenangi pemilihan Presiden melalui debat presiden.

NILAI JUAL

Karakteristik psikologis pemimpin akan menjadi sorotan dari para pengamat politik, konsultan yang akan mengenalkan calonnya kepada publik. Untuk itu pemimpin yang dapat mengikuti dan nantinya dapat populer tentu harus memiliki daya tarik atau 'nilai jual'.

Keterpaduan dari 4 hal ini yaitu komitmen, keluasan wawasan, kemampuan *public speaking*, dan karakter akan menjadi faktor penting pemimpin pilihan.

Pertama, pemimpin itu

perlu memiliki komitmen yang terus menerus terjaga secara konsisten dan berkesinambungan.

Kedua, adalah keluasan wawasan. Pengetahuan atau knowledge harus dan wajib hukumnya dimiliki oleh pemimpin kedepan.

Ketiga, adalah kemampuan public speaking. Pada era saat ini penting seorang pemimpin memiliki kemampuan public speaking untuk menyampaikan informasi dan wawasan dengan rasa percaya diri. Ini akan jadi kekuatan dan daya tarik bagi calon pemilihnya

Keempat, adalah berkarakter. Karakter berarti menampilkan nilai-nilai seperti kepercayaan kejujuran, kebaikan, kedermawanan dan keadilan. Pemimpin harus dapat diteladani, dicontoh. Semua itu harus konsisten di setiap langkah yang dilalui.

Di dalam dunia politik, karakteristik psikologis menjadi penting bagi pemimpin. Nilai plus bila dilengkapi dengan kinerja yang optimal agar dapat *survive* di tengah tantangan dan situasi sulit yang terus menerus dihadapinya.

Kepribadian yang kuat dan berkarakter dapat 'direkayasa', hingga nantinya dapat menginternalisasi menjadi kepribadian yang riil.

Setiap artikel yang dikirim ke redaksi hendaknya diketik dengan spasi ganda maksimal 5.000 karakter, disertai riwayat hidup (curriculum vitae) singkat tentang diri penulis juga dilengkapi foto terbaru. Artikel yang masuk merupakan hak redaksi Bisnis Indonesia dan dapat diterbitkan di media lain yang tergabung dalam Jaringan Informasi Bisnis Indonesia (JIBI). Apabila lebih dari 1 minggu artikel yang diterima belum diterbitkan tanpa pemberitahuan lain dari redaksi, penulis berhak mengirimkannya ke media lain. Setiap tulisan yang dimuat merupakan pendapat pribadi penulis. Artikel dapat dikirim melalui alamat e-mail redaksi@bisnis.com.

SUARA PEMBACA

Pemerataan Ekonomi

Setelah Lebaran biasanya diikuti oleh maraknya urbanisasi dari desa ke kota-kota besar. Dengan dalih kurangnya lapangan kerja di daerah, sebagian masyarakat pergi ke kota dengan harapan mencari pekerjaan untuk memperbaiki ekonomi keluarganya. Jakarta masih menjadi magnet urbanisasi, selain kota-kota besar.

Kesenjangan lapangan kerja di

daerah perdesaan dan perkotaan tampak masih terasa. Terutama untuk pekerjaan formal lebih banyak di kota.

Perputaran ekonomi masih didominasi di daerah perkotaan. Lebaran menjadi salah satu momentum mereka yang belum memiliki pekerjaan untuk ikut ke kota dengan keluarga atau teman yang bekerja di kota.

Memperbanyak lapangan kerja di daerah rural masih menjadi pekerjaan rumah bersama. Salah

satu cara untuk mengatasinya adalah dengan meningkatkan keterampilan, terutama pada anak-anak muda dan perempuan. Mereka perlu dilatih menjadi wirausaha di daerahnya.

Masalah pemerataan pembangunan menjadi hal yang penting, sehingga kue ekonomi juga dapat dengan mudah dinikmati oleh masyarakat, baik di kota dan di desa. Setiap daerah pastinya memiliki sumber daya khas yang dapat dikembangkan

potensinya untuk meningkatkan ekonomi lokal.

Jika akses terhadap ekonomi merata baik di kota dan di daerah kesenjangan ekonomi bisa kota dan desa bisa diperkecil. Bahkan tidak mungkin akan menciptakan pusat-pusat ekonomi baru dengan khas masing-masing sesuai dengan potensinya.

Riyadi Jakarta