ANALISIS PERSEPSI PELAKU USAHA DI KOTA MEDAN TERHADAP RENCANA REDENOMINASI

Arif Hardiyanto
Murni Daulay

ABSTRACT

Fractional currency that is too big an impact on inefficiencies in the payment system. Simplification of zeros on the currency makes transaction processing and accounting system simpler. Redenomination will not reduce purchasing power. Redenomination plan to do with the best possible plan of Bank Indonesia. Unpreparedness of the policy will have an impact on the economic turmoil and public panic. Socialization is very necessary because there are many people we do not understand the meaning of redenomination. Successful redenomination can be done when a country's economy is relatively stable.

Keywords*: Redenomination, Bank Of Indonesia.*

PENDAHULUAN

Uang merupakan alat yang digunakan untuk membayar barang atau jasa yang dibeli atau diterima. Keberadaan uang harus dijamin pemerintah agar memperoleh kepercayaan dari masyarakat luas. Guna melancarkan proses transaksi, uang dibagi ke dalam satuan unit tertentu dengan berbagai nominal, dari nominal terkecil hingga nominal terbesar.

Bank Indonesia mempunyai peranan penting dalam mengedarkan uang di Indonesia. Bank Indonesia adalah lembaga negara independen, terbebas dari campur tangan pemerintah atau pihak-pihak lainnya.

Tujuan Bank Indonesia adalah untuk mencapai dan memelihara kestabilan rupiah terhadap barang dan jasa yang tercermin dalam tingkat inflasi yang rendah dan nilai mata uang negara lain yang tercermin dari stabilitas kurs valuta asing. Oleh karena itu, nilai rupiah harus dijaga agar tidak menimbulkan dampak negatif seperti terjadinya inflasi yang merugikan masyarakat.

Untuk mencapai tujuan yang dimaksud, Bank Indonesia mempunyai tugas, yaitu: (a). Menetapkan dan melaksanakan kebijakan moneter, (b). Mengatur dan menjaga kelancaran sistem pembayaran, dan (c). Mengatur dan mengawasi bank.

Pelaksanaan dari ketiga tugas tersebut mempunyai hubungan yang saling berkaitan antara satu dengan yang lainnya. Tugas menetapkan dan melaksanakan kebijakan moneter yang dilakukan oleh Bank Indonesia adalah melalui pengendalian jumlah uang beredar dan pengaturan suku bunga yang didukung oleh sistem pembayaran yang efisien, cepat, aman, dan handal.

Alasan Bank Indonesia melakukan kebijakan redenominasi mata uang rupiah salah satunya karena ketidakefisienan dan ketidaknyamanan dalam melakukan transaksi karena pecahan uang yang terlalu besar sehingga diperlukan waktu yang banyak untuk mencatat, menghitung, dan membawa uang. Selain daripada itu, redenominasi juga untuk mempersiapkan kesetaraan ekonomi Indonesia dengan kawasan ASEAN dalam memasuki era Masyarakat Ekonomi Asean pada tahun 2015 mendatang.

Namun dalam pelaksanaannya, kebijakan redenominasi tidaklah semudah yang diperkirakan. Redenominasi bisa dilakukan ketika kondisi ekonomi suatu negara relatif

stabil dan laju inflasi tidak tinggi. Dalam konteks sejarah di Indonesia, pada tahun 1959-1965, perekonomian Indonesia menghadapi permasalahan yang besar. Pada kurun waktu tersebut, pemerintah bahkan melakukan pemotongan nilai rupiah atau sanering dari pecahan Rp. 5 keatas sehingga nilainya separuh. Tahun 1966, Indonesia mengalami inflasi yang sangat parah, yakni mencapai 635,5 persen. Pada krisis moneter 1997-1998, nilai rupiah sempat anjlok ke posisi terendah, Rp 14.950 per dollar AS. Tahun 2001 dan 2009, rupiah juga sempat terjun ke level Rp 11.000-an per dollar sehingga, setelah melewati 68 tahun, rupiah sekarang ada di level Rp 9.700 per dollar AS. Karena nilai rupiah yang terus merosot itulah, Bank Indonesia melakukan redenominasi, walaupun kebijakan tersebut dibutuhkan waktu yang lama.

Perlu adanya sosialisasi kepada publik karena ketidakpahaman tentang kebijakan tersebut akan menimbulkan gejolak ekonomi yang timbul di masyarakat. Sebagian kalangan khawatir akan ketidaksiapan masyarakat menghadapi rencana redenominasi atau penyederhanaan angka rupiah. Redenominasi jelas sangat berbeda dengan sanering yaitu pemotongan daya beli masyarakat melalui pemotongan nilai uang. Redenominasi tidak akan merugikan masyarakat karena nilai uang terhadap barang tidak akan berubah, yang terjadi hanya penyederhanaan dalam nilai nominalnya berupa penghilangan beberapa digit nol.

Kota Medan merupakan salah satu kota terbesar di Indonesia yang memiliki populasi cukup besar. Luasnya sekitar 265,10 km^2 dan populasinya sebanyak 2.109.330 jiwa membuat Kota Medan saat ini kelebihan jumlah penduduk daripada luasnya. Industri di Medan sangat berkembang pesat. Terdapat Kawasan Industri Medan (KIM) dan Kawasan Industri Baru (KIB) yang diproyeksikan oleh pemerintah kota untuk mengantisipasi perkembangan industri di Kota Medan.

Pada saat ini, Kota Medan adalah salah satu kota penyumbang terbesar PDRB di Sumatera Utara. Masyarakat yang heterogen dan multikultur selalu mempunyai pola pikir yang berbeda, tidak terkecuali akan kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah yang menyangkut tatanan kehidupan ekonomi, sosial, dan budaya.

Redenominasi yang dilakukan akan menimbulkan beberapa dampak yang akan dirasakan oleh masyarakat di Kota Medan terutama bagi pelaku usaha. Terdapat antusiasme maupun pesimisme dari masyarakat terhadap kebijakan tersebut. Tidaklah mudah memahami konsep redenominasi dan bagaimana nantinya masyarakat menggunakan mata uang baru di masa transisi.

Setelah banyaknya kebijakan yang dilakukan pemerintah dalam perekonomian Indonesia, munculah beberapa pertanyaan di benak kita. Mengapa Bank Indonesia perlu melaksanakan redenominasi? Bagaimana pendapat masyarakat terhadap kebijakan tersebut? Apakah redenominasi benar-benar bermanfaat bagi masyarakat?

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk membahas persoalan redenominasi untuk dijadikan skripsi dan skripsi ini diberi judul "Analisis Persepsi Pelaku Usaha Di Kota Medan Terhadap Rencana Redenominasi".

TINJAUAN PUSTAKA

Fungsi Uang

Pada awalnya fungsi uang hanyalah sebagai alat guna memperlancar pertukaran. Namun, seiring dengan perkembangan zaman fungsi uang pun sudah beralih ke fungsi yang lebih luas. Fungsi-fungsi dari uang secara umum adalah sebagai berikut.

1. Alat tukar-menukar

   Uang digunakan sebagai alat untuk membeli atau menjual suatu barang maupun jasa. Dengan kata lain, uang dapat digunakan untuk membayar terhadap barang yang akan dibeli atau diterima sebagai dari penjualan barang dan jasa.

2. Satuan hitung
   Fungsi uang sebagai satuan hitung menunjukkan nilai dari barang dan jasa yang dijual atau dibeli. Besar kecilnya nilai yang dijadikan sebagai satuan hitung dalam menentukan harga barang dan jasa secara mudah.
3. Penimbun kekayaan
   Uang yang disimpan menjadi kekayaan dapat berupa uang tunai atau uang yang disimpan di bank dalam bentuk rekening.
4. Standar pencicilan utang
   Dengan adanya uang akan mempermudah menentukan standar pencicilan uatang piutang secara tepat dan cepat, baik secara tunai maupun secara angsuran.

Teori Permintaan Uang

Menurut Keynes, motif permintaan masyarakat akan uang adalah sebagai berikut. Permintaan Uang untuk Transaksi, apabila penerimaan uang tunai seseorang atau sebuah perusahaan, baik jumlah maupun saat terjadinya selalu sama dengan jumlah dan saat terjadi pengeluaran, tentunya mereka tidak perlu memiliki uang untuk kegiatan transaksi yang mereka adakan. Permintaan Uang untuk Spekulasi, selain dipengaruhi oleh motif transaksi, permintaan uang juga dipengaruhi oleh motif spekulasi dalam melakukan transaksi surat-surat berharga khususnya obligasi. Untuk memperoleh keuntungan, pembelian obligasi dilaksanakan pada waktu harga obligasi murah dan penjualan dilakukan pada waktu harga obligasi mahal (Pohan, 2011:30).

Redenominasi

Redenominasi adalah penyederhanaan jumlah digit pada denominasi atau pecahan rupiah tanpa mengurangi daya beli, harga atau nilai tukar rupiah terhadap harga barang dan/ atau jasa. Redenominasi merupakan penyederhanaan nilai atau nominal yang tertera pada mata uang tertentu tanpa memotong nilai tukar uang itu sendiri. Misalnya adalah penyederhanaan mata uang Rp. 1.000,- menjadi Rp. 1,-. penyederhanaan nilai mata uang tersebut dengan cara mengurangi tiga angka nol. Hal ini berlaku menyeluruh terhadap harga barang atau jasa di suatu Negara (FE, 2011).

Redenominasi tidak sama dengan sanering karena redenominasi tidak akan mengurangi daya beli. Sanering adalah pemotongan nilai uang sekaligus mengurangi daya beli terhadap barang dan jasa. Sanering terjadi pada saat kondisi perekonomian di suatu negara tidak sehat.

Untuk melakukan redenominasi, ada dua cara yang harus dipertimbangkan. *Pertama*, pemerintah harus memperbaiki kinerja perekonomian, antara lain memperbesar surplus perdagangan, surplus transaksi berjalan, dan menarik banyak modal asing sehingga berujung penguatan cadangan devisa. Bila ini dilakukan berkelanjutan, rupiah pun akan menguat melalui mekanisme pasar. *Kedua,* penghapusan beberapa nol (sesuai kebutuhan dan kelayakan) sehingga kurs rupiah lebih ramping (Prasetiantono, 2013).

Tujuan redenominasi adalah untuk mengefisiensikan perhitungan dalam sistem pembayaran di Indonesia. Redenominasi hanya bias dilakukan pada saat inflasi stabil. Pada intinya, redenominasi adalah sebagai penyederhanaan sistem pembayaran tanpa menimbulkan dampak bagi ekonomi. Keberhasilan redenominasi adalah persepsi dan pemahaman masyarakat yang mendukung, didasarkan akan kebutuhan ril masyarakat.

Kebijakan redenominasi tidak terlepas dari kebijakan yang dilakukan oleh Bank Indonesia yang mana memiliki tujuan mencapai dan memelihara kestabilan nilai rupiah. Untuk mencapai tujuan tersebut, diperluan sistem pembayaran yang efisien, cepat, aman, dan handal sehingga memerlukan sistem perbankan yang sehat. Redenominasi

mata uang rupiah merupakan salah satu kewenangan Bank Indonesia dalam mengatur dan menjaga kelancaran sistem pembayaran di Indonesia. Latar belakang Bank Indonesia melakukan redenominasi adalah :

1. Uang pecahan Indonesia yang terbesar saat ini adalah Rp. 100.000,- yang merupakan pecahan terbesar kedua di dunia setelah mata uang Vietnam yang pernah mencetak 500.000 Dong.
2. Munculnya keresahan atas status rupiah yang terlalu rendah dari pada mata uang Negara lain, seperti terhadap dolar, euro, dan uang global lainnya. Bukan soal substansi tetapi soal identitas karena kekuatan mata uang rupiah relatif stabil, cadangan devisa yang aman, inflasi terjaga, dan kinerja ekonomi yang baik.
3. Pecahan uang Indonesia yang terlalu besar akan menimbulkan ketidakefisienan dan ketidaknyamanan dalam melakukan transaksi, karena diperlukan waktu yang banyak untuk mencatat, menghitung dan membawa uang untuk melakukan transaksi sehingga terjadi ketidakefisienan dalam transaksi ekonomi.
4. Untuk mempersiapkan kesetaraan ekonomi Indonesia dengan kawasan ASEAN dalam memasuki era Masyarakat Ekonomi ASEAN pada tahun 2015.
5. Untuk menghilangkan kesan bahwa nilai nominal uang yang terlalu besar seolah-olah mencerminkan bahwa dimasa lalu, suatu Negara pernah mengalami inflasi yang tinggi atau pernah mengalami kondisi fundamental ekonomi yang kurang baik (Kesumajaya, 2011).

Dampak Redenominasi

Bank Indonesia merasa pecahan rupiah sudah terlalu besar karena jumlah nolnya sudah terlalu banyak. Jumlah nol yang banyak berdampak pada biaya transaksi tidak efisien. Pihak perbankan menilai, Bank Indonesia harus berhati-hati dalam melakukan redenominasi mata uang rupiah. Hal ini dikarenakan redenominasi akan memiliki efek yang besar bagi industri perbankan.

Rencana redenominasi rupiah memakan biaya yang sangat tinggi. Setidaknya, perbankan harus berinvestasi lagi di bidang teknologi informasi (TI). Teknologi informasi tersebut perlu penyesuaian terhadap berapa banyak angka nol uang tersebut. Bank Indonesia juga harus mengeluarkan dana yang besar untuk mengganti dan mencetak uang baru.

Redenominasi rupiah harus dibarengi dengan pembangunan persepsi masyarakat terhadap kebijakan tersebut. Masyarakat harus paham bahwa redenominasi bukanlah pemotongan nilai mata uang, karena persepsi tersebut membuat masyarakat menarik dana mereka dari bank dan melakukan investasi ke luar negeri. Redenominasi dilakukan dalam rangka menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN. Pada saat itu, Indonesia bisa menyetarakan nilai rupiah dengan mata uang negara-negara ASEAN.

Bagi pelaku usaha, redenominasi Rupiah menghadirkan peluang dan tantangan. Peluang yang ditawarkan sudah jelas, bahwa redenominasi akan meningkatkan keinginan konsumen untuk membeli barang dan jasa. Pelaku usaha tinggal mencari cara untuk memastikan keinginan membeli tersebut menjadi pembelian yang sebenarnya. Sementara, tantangan yang dihadapi adalah memutakhirkan strategi *pricing* yang digunakan. Strategi *pricing* yang sebelumnya digunakan mungkin menjadi tidak relevan lagi (Mahardika, 2013).

Dampak Positif Redenominasi

Melalui redenominasi, maka nilai rupiah akan meliki kekuatan karena nilainya hampir mendekati dolar AS. Frekuensi pencetakan uang lama menjadi lebih jarang. Karena dengan redenominasi tiga digit angka nol setiap pecahan rupiah uang kertas

ribuan akan diganti dengan satu rupiah uang logam yang lebih awet sehingga pencetakannya relatif lebih jarang.

Redenominasi diperlukan untuk membangun infrastruktur pembayaran non-tunai di masa depan, sebab semakin besar digit angka, maka sistem pencatatan dan akuntansi semakin sulit. Redenominasi akan menyederhanakan penulisan nilai tukar rupiah terhadap mata uang asing sejalan dengan fundamental ekonomi yang semakin kuat sehingga memberikan kebangsaan untuk memegang uang rupiah.

Menurut Kepala Ekonom Bank Mandiri Destry Damayanti mengatakan, redenominasi atau penyederhanaan nilai nominal rupiah mempunyai beberapa manfaat, di antaranya kebanggaan sebagai bangsa. Dengan nilai tukar rupiah terhadap dollar AS masih besar, terdapat penilaian bahwa perekonomian Indonesia masih terbelakang. Kebijakan redenominasi juga akan memberikan manfaat ekonomis kepada masyarakat. Manfaat paling utama adalah kebanggaan (*pride*) (Purwanto, 2013).

Dampak Negatif Redenominasi

Penggantian mata uang secara serentak membutuhkan biaya operasional yang sangat besar karena para pengusaha harus berinvestasi lagi untuk mengganti pembukuan, harus menyesuaikan sistem teknologi informasi dan untuk penyesuaian materi cetak.

Bagi Bank Indonesia, redenominasi akan membutuhkan dana yang besar karena Bank Indonesia harus melakukan pencetakan uang kembali untuk mengganti uang lama yang akan diredenominasi.

Selain itu, Bank Indonesia harus mewaspadai dampak sosial yang akan terjadi setelah terjadi kebijakan itu diterapkan, berupa terjadinya trauma di masyarakatseperti kebijakan sanering pada jaman Orde Lama, sehingga masyarakat tidak percaya pada rupiah.

Tahap-tahap Pelaksanaan Redenominasi

Rencana redenominasi di Indonesia membutuhkan waktu yang cukup lama. Ada beberapa tahapan mulai dari sosialisasi, hingga penciptaan mata uang baru setelah redenominasi. Adapun tahapan rencana redenominasi rupiah adalah sebagai berikut :

1. Tahun 2011-2012, pada tahun-tahun tersebut dilakukan sosialisasi.
2. Tahun 2013-2015, periode ini merupakan masa transisi. Pada masa transisi digunakan dua mata uang rupiah, yakni memakai istilah rupiah lama dan rupiah hasil redenominasi yang disebut rupiah baru. Pada masa transisi ini masyarakat juga menggunakan dua jenis mata uang. Pada masa transisi itu juga, Bank Indonesia akan mencetak uang baru yang diredenominasi. Contohnya Bank Indonesia akan mencetak uang Rp. 10,- yang akan menggantikan uang pecahan Rp. 10.000,-
3. Tahun 2016-2018, pada periode ini, pemerintah menargetkan uang saat ini (rupiah lama) akan benar-benar tidak beredar lagi. Bank Indonesia akan melakukan penarikan uang lama secara perlahan pada masa transisi.
4. Tahun 2019-2020, redenominasi dilaksanakan. Bank Indonesia akan mengedarkan mata uang baru sebagai pengganti uang lama dan saat itu semua masyarakat akan melakukan transaksi jual beli dengan uang baru yang telah diredenominasi.

Masa transisi adalah masa yang penting. Harus ada tanda khusus pada mata uang yang menunjukkan bahwa uang tersebut uang jenis redenominasi. Para penjual barang juga harus menempelkan dua jenis harga pada label harga: dengan harga apabila dibeli dengan uang bukan redenominasi, dan harga jika dibeli dengan uang redenominasi. Seperti di toko-toko luar negeri, juga ada banyak konversi dalam mata uang asing pada

satu label harga, misalnya harga dalam USD, dalam EURO, atau mata uang lain (Nurullah,2013).

METODE PENELITIAN

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Ridwan & Kuncoro, 2008). Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku usaha terutama pengusaha UMKM di Kota Medan yang berjumlah 242.890. sampel adalah sebagian/ himpunan bagian dari unit populasi yang mewakili seluruh objek penelitian. Dalam menentukan sampel menggunakan metode pengambilan sampel dengan *Simple Random Sampling* yaitu proses pemilihan beberapa objek atau unsur dalam populasi untuk digunakan sebagai sampel yang akan diteliti sifat-sifatnya. Sampel yang diambil merupakan bagian dari populasi dan harus dapat mewakili populasinya sehingga dapat menggambarkan karakteristik atau sifat-sifat populasi yang bersangkutan (Suparmoko, 1999:33). Dimana dalam menentukan ukuran sampel minimum, penulis menggunakan rumus Slovin yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :

n = ukuran sampel
N = ukuran populasi
e = nilai kritis (batas kesalahan) yang diinginkan

$$n = \frac{242.890}{1 + 242.890\ (10\%)^2}$$

$$n = \frac{242.890}{1 + 2428,9}$$

$$n = 99,9$$

Dari rumus di atas, jumlah sampel minimum dalam penelitian ini adalah berjumlah 99 orang. Berdasarkan rumus tersebut, maka penulis menetapkan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang.

Model analisis data yang digunakan adalah analisis deskripstif. Metode Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2009:21).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini diuraikan hasil penelitian dan pembahasan mengenai analisis persepsi pelaku usaha di Kota Medan terhadap rencana redenominasi. Penelitian telah dilaksanakan mulai tanggal 25 April sampai dengan 4 Mei 2013 di Lapangan Merdeka Medan, Pasar Sentral, Jalan Djamin Ginting, Jalan Dr. Mansyur, dan Jalan Setia Budi dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Responden adalah pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dimana diantara mereka mempunyai berbagai macam usaha seperti pengerajin kayu, usaha kuliner, *catering*, toko buku, toko pakaian, otomotif, biro perjalanan, kedai kelontong dan lain-lain. Responden adalah mereka yang pernah mendengar atau mengetahui tentang penyederhanaan angka nol pada rupiah tanpa mengurangi daya beli masyarakat (redenominasi) melalui berbagai media.

Hasil penelitian ini dibagi dua bagian yaitu hasil mengenai karakteristik responden dan hasil mengenai persepsi pelaku usaha di Kota Medan terhadap rencana redenominasi yang diidentifikasi melalui kuisioner.

Karakteristik Responden

Pada penelitian ini, mayoritas usia pelaku usaha pada rentang 25–29 tahun yaitu 18 orang (18%) dan diikuti rentang 20-24 tahun sebanyak 15 orang (15%), rentang 40-44 tahun sebanyak 14 orang (14%), rentang >50 tahun sebanyak 13 orang (13%), rentang 30-34 tahun sebanyak 12 orang (12%), rentang 35-39 tahun sebanyak 10 orang (10%), rentang 15-19 tahun sebanyak 9 orang (9%), rentang 45-49 tahun sebanyak 9 orang (9%). Sebagian besar responden adalah laki-laki sebanyak 56 orang (56%) lebih banyak dari perempuan yaitu 44 orang (44%). Latar belakang pendidikan responden yang paling banyak adalah tamat SMA sebanyak 59 orang (59%), diikuti tamat D3 sebanyak 19 orang (19%), tamat S1 sebanyak 17 orang (17%), tamat SMP sebanyak 4 orang (4%), dan tamat SD sebanyak 1 orang (1%).

Persepsi Pelaku Usaha di Kota Medan Terhadap Rencana Redenominasi

Tidak semua responden memahami makna redenominasi. Dari 100 orang responden, sebanyak 56 orang (56%) paham redenominasi dan sisanya 44 orang (44%) tidak paham redenominasi. Hal ini dipengaruhi oleh tingkat pendidikan dan usia responden. Sebagian besar responden hanya pernah mendengar istilah redenominasi tetapi mereka tidak mengetahui makna redenominasi sebenarnya sebelum dijelaskan oleh peneliti tentang istilah tersebut.

Berikut adalah distribusi tingkat pemahaman responden berdasarkan tingkat pendidikan terhadap redenominasi yang tersaji dalam tabel 4.1

Tabel 1.
Distribusi Tingkat Pemahaman Pelaku Usaha di Kota Medan Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terhadap Redenominasi, 2013

No	Tingkat Pendidikan	Kategori Penilaian			
		Paham		Tidak Paham	
		f	%	f	%
1	SD	0	0	1	1
2	SMP	3	3	1	1
3	SMA	24	24	35	35
4	D3	12	12	7	7
5	S1	17	17	0	0

Dari hasil penelitian yang diperoleh sebanyak 68 orang pelaku usaha (68%) yang menyetujui redenominasi. Sedangkan sisanya sebanyak 32 orang pelaku usaha (32%) tidak setuju terhadap rencana redenominasi. Pelaku usaha menilai redenominasi sudah tepat dilakukan di Indonesia pada saat ini mengingat angka nominal rupiah sudah sangat besar. Dengan adanya redenominasi, maka diharapkan memudahkan proses jual beli. Sebaliknya, sebagian pelaku usaha tidak menyetujui redenominasi. Hal ini dikarenakan banyak masyarakat yang tidak paham akan kebijakan tersebut, sehingga masyarakat khawatir akan terjadi kenaikan harga-harga yang berujung kepada terjadinya inflasi. Munculnya uang baru di tengah masyarakat juga akan memicu dampak yang besar terhadap proses pembayaran. Setidaknya, perusahaan harus menginvestasikan dana yang besar untuk memperbarui sistem pembayaran yang sesuai dengan pembayaran setelah terjadi redenominasi.

Berikut adalah distribusi tingkat pendidikan persepsi pelaku usaha di Kota Medan yang tersaji pada Tabel 4.2 di bawah ini.

Tabel 2
Distribusi Tingkat Pendidikan Persepsi Pelaku Usaha di Kota Medan Terhadap Rencana Redenominasi, 2013

No	Tingkat Pendidikan	Kategori Penilaian			
		Setuju		Tidak Setuju	
		f	%	f	%
1	SD	0	0	1	1
2	SMP	2	2	2	2
3	SMA	39	39	20	20
4	D3	14	14	5	5
5	S1	13	13	4	4

Tidak semua responden paham terhadap redenominasi. Setelah dilakukan penelitian, hanya 56 orang (56%) paham terhadap redenominasi. Dari 56 orang pelaku usaha diantaranya berlatar belakang pendidikan SMA sebanyak 24 orang (43%), S1 sebanyak 17 orang (30%), D3 sebanyak 12 orang (22%), dan SMP sebanyak 3 orang (5%). Pelaku usaha tersebut mayoritas berada pada rentang usia rentang 20-24 tahun yaitu 10 orang (18%), diikuti rentang 40-44 tahun sebanyak 9 orang (16%), dan rentang >50 tahun sebanyak 9 orang (16%), rentang 15-19 tahun sebanyak 8 orang (14%), rentang 25-29 tahun sebanyak 7 orang (13%), rentang 35-39 tahun sebanyak 6 orang (11%), rentang 30-34 tahun sebanyak 4 orang (7%), dan rentang 45-49 tahun sebanyak 3 orang (5%). Sebagian besar pelaku usaha adalah laki-laki sebanyak 32 orang (57%) dan perempuan sebanyak 24 orang (43%).

Pelaku usaha yang tidak paham redenominasi sebanyak 44 orang (44%). Dari 44 orang pelaku usaha diantaranya berlatar belakang pendidikan SMA sebanyak 35 orang (80%), D3 sebanyak 7 orang (16%), SD sebanyak 1 orang (2%), dan SMP sebanyak 1 orang (2%). Pelaku usaha tersebut mayoritas berada pada rentang usia rentang 25-29 tahun sebanyak 11 orang (25%), rentang 30-34 tahun sebanyak 8 orang (18%), rentang 45-49 tahun sebanyak 6 orang (15%), rentang 20-24 tahun yaitu 5 orang (11%), diikuti rentang 40-44 tahun sebanyak 5 orang (11%), rentang 35-39 tahun sebanyak 4 orang (9%), rentang >50 tahun sebanyak 4 orang (9%), danj rentang 15-19 tahun sebanyak 1 orang (2%). Sebagian besar pelaku usaha adalah laki-laki sebanyak 24 orang (55%) dan perempuan sebanyak 20 orang (45%).

Tidak semua pelaku usaha yang menyetujui rencana redenominasi yang akan dilakukan oleh Bank Indonesia. Dari 100 responden sekitar 68 orang (68%) yang setuju terhadap redenominasi. Dari 68 orang pelaku usaha diantaranya berlatar belakang pendidikan SMA sebanyak 39 orang (57%), D3 sebanyak 14 orang (21%), S1 sebanyak 13 orang (19%), dan SMP sebanyak 2 orang (3%). Pelaku usaha tersebut mayoritas berada pada rentang usia 25-29 tahun sebanyak 13 orang (19%), diikui rentang 20-24 tahun yaitu 12 orang (18%), rentang 35-39 tahun sebanyak 10 orang (15%), rentang 15-19 tahun sebanyak 8 orang (12%), rentang 40-44 tahun sebanyak 8 orang (12%), rentang >50 tahun sebanyak 6 orang (9%), rentang 30-34 tahun sebanyak 6 orang (9%), dan rentang 45-49 tahun sebanyak 5 orang (7%). Sebagian besar pelaku usaha adalah laki-laki sebanyak 41 orang (60%) dan perempuan sebanyak 27 orang (40%).

Dari hasil penelitian sebanyak 68 orang pelaku usaha menyatakan setuju terhadap rencana redenominasi. Pelaku usaha terdiri dari pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Mereka berpendapat bahwa sosialisasi terhadap rencana redenominasi sangat diperlukan kepada masyarakat terutama kepada pelaku usaha itu

sendiri karena secara keseluruhan para pelaku usaha hampir tidak mengerti atau tidak paham terhadap istilah redenominasi sebelum dijelaskan oleh peneliti apa maksud dari kebijakan tersebut terlebih dahulu.

Sosialisasi sangat diperlukan karena dari berbagai macam latar belakang pendidikan, usia, ataupun karakteristik masyarakat lainnya masih banyak yang tidak mengetahui istilah redenominasi. Sebagian besar masyarakat hanya mengetahui pengurangan angka nol. Namun, sebagian dari mereka juga banyak yang menganggap bahwa pengurangan angka nol tersebut akan mengurangi daya beli dan nilai mata uang rupiah (sanering). Untuk meluruskan dan menambah wawasan serta pengetahuan, sosialisasi kepada masyarakat sangat diperlukan.

Pelaku usaha juga berpendapat bahwa sosialisasi seperti seminar, berita di TV, media cetak, internet akan membantu pengetahuan masyarakat terhadap redenominasi. Alasannya karena dengan adanya seminar akan membantu publikasi dan pengetahuan masyarakat. Melalui media masa dan internet sangat efektif karena media tersebut sering dilihat dan sering didengar masyarakat sehingga informasi lebih cepat dimengerti. Apalagi hampir seluruh masyarakat kita memiliki dan paham menggunakan media tersebut. Agar sosialisasi dipahami dan diterima masyarakat, Bank Indonesia harus menjelaskan apa maksud, tujuan, akibat, dan manfaat redenominasi bagi masyarakat dan Negara.

Menurut pelaku usaha yang setuju terhadap kebijakan tersebut, redenominasi tepat dilakukan di Indonesia. Hal ini dikarenakan jatuhnya nilai rupiah apabila dibandingkan dengan mata uang Negara lain. Redenominasi diharapkan mampu menguatkan nilai rupiah dan berdampak pada membaiknya perekonomian dalam negeri. Selain daripada itu, pecahan nilai nominal yang besar pada saat ini berdampak pada kesulitan dalam transaksi. Dengan adanya redenominasi, pengurangan angka nol akan mempermudah jual beli terutama di pasar karena memudahkan perhitungan dalam jual beli sehingga proses pembayaran berjalan lebih cepat.

Pelaku usaha yang tidak setuju terhadap rencana redenominasi yang akan dilakukan Bank Indonesia sebanyak 32 orang (32%) dari 100 orang responden. Dari 32 orang pelaku usaha diantaranya berlatar belakang pendidikan SMA sebanyak 20 orang (63%), D3 sebanyak 5 orang (16%), S1 sebanyak 4 orang (13%), SMP sebanyak 2 orang (6%), dan SD sebanyak 1 orang (3%). Pelaku usaha tersebut mayoritas berada pada rentang usia >50 tahun sebanyak 7 orang (21%), diikuti rentang 30-34 tahun sebanyak 6 orang (19%), rentang 40-44 tahun yaitu 6 orang (19%), rentang 25-29 tahun sebanyak 5 orang (16%), rentang 45-49 tahun sebanyak 4 orang (13%), rentang 20-24 tahun sebanyak 3 orang (9%), dan rentang 15-19 tahun sebanyak 1 orang (3%). Sebagian besar pelaku usaha adalah laki-laki sebanyak 15 orang (47%) dan perempuan sebanyak 17 orang (53%).

Dari hasil penelitian sebanyak 32 orang pelaku usaha (n=100) menyatakan tidak setuju terhadap rencana redenominasi. Para pelaku usaha yang merupakan pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) berpendapat bahwa redenominasi tidak tepat dilakukan di Indonesia. Hal ini dikarenakan belum stabilnya kondisi perekonomian, tidak meratanya pendapatan masyarakat, rendahnya tingkat pendidikan, dan terdapat ketimpangan sosial dan ekonomi di Indonesia.

Menurut pendapat dari berbagai pelaku usaha, apabila redenominasi dilakukan maka akan terjadi kenaikan harga akibat perubahan dari sistem pembayaran sehingga berdampak pada penurunan daya beli masyarakat. Kenaikan harga yang signifikan akan menimbulkan ketidakstabilan ekonomi karena terjadi berbagai dampak sosial yang salah satunya adalah demonstrasi. Banyaknya demonstrasi akibat dari kebijakan pemerintah akan mengganggu aktivitas ekonomi sehingga menurunkan produksi dari berbagai

pelaku usaha. Abu Hanif, pelaku usaha depot air berpendapat bahwa, "redenominasi membuat rakyat menjadi tidak mengerti dan bingung karena masyarakat Indonesia masih banyak yang susah".

Menurut persepsi peneliti, diperlukan biaya yang besar dalam melakukan redenominasi. Selain mencetak uang baru, biaya sosialisasi kepada masyarakat membutuhkan biaya yang sangat besar. Hal ini dikarenakan wilayah Indonesia yang sangat luas sehingga biaya sosialisasi hingga ke pelosok-pelosok membutuhkan investasi yang besar. Selain hal itu, rendahnya tingkat pendidikan masyarakat juga mempengaruhi ketidakpahaman kebijakan yang baru ini. Masyarakat akan semakin bingung dengan munculnya dua mata uang yang digunakan dalam transaksi jual beli sehari-hari. Hal inilah yang menjadi dasar pelaku usaha tidak setuju terhadap rencana redenominasi sehingga Bank Indonesia tidak perlu melakukan kebijakan tersebut. Lebih baik biaya tersebut diinvestasikan untuk menunjang ataupun meningkatkan pembangunan di Indonesia seperti pembangunan jalan raya, pabrik-pabrik, atau apapun yang mampu mendorong perekonomian rakyat.

Redenominasi juga dikhawatirkan berdampak pada kenaikan harga. Para pengusaha akan menaikkan harga hasil produksinya kepada masyarakat karena mereka juga terkena dampaknya sehingga perusahaan harus berinvestasi kembali untuk mengubah alat sistem pembayaran yang sudah ada. Kenaikan harga memicu mengurangnya daya beli masyarakat akibat ketidakmampuan atau bahkan ketidakpercayaan masyarakat terhadap suatu barang sehingga berdampak pada kenaikan inflasi yang dikhawatrikan tidak bisa dikendalikan pemerintah sehingga mengganggu perekonomian di Indonesia.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, sebanyak 68 orang (68%) berpersepsi positif dan 32 orang (32%) berpersepsi negatif terhadap rencana redenominasi. Pelaku usaha yang memahami redenominasi hanya sebanyak 56 orang (56%) dan sisanya 44 orang (44%) dinyatakan tidak paham redenominasi. Dari persepsi dan tingkat pemahaman tersebut sangat diperlukan sosialisasi kepada masyarakat terutama kepada pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) karena dilatarbelakangi oleh faktor usia dan pendidikan. Sosialisasi tersebut melalui seminar, pengumuman di media cetak dan media elektronik hingga terjangkau ke seluruh pelosok di Indonesia. Namun dalam sosialisasi tersebut, Bank Indonesia harus menjelaskan secara rinci tentang maksud dan tujuan, serta efek dari redenominasi kepada masyarakat agar seluruh lapisan masyarakat di Indonesia tidak bingung dan siap menerima kebijakan ini.

Pelaku usaha yang menyatakan tidak setuju terhadap rencana redenominasi sebanyak 32 orang (32%). Mayoritas dari mereka adalah berlatar pendidikan tamat SMA (63%) dan pada rentang usia >50 tahun (21%). Mereka tidak menyetujui rencana redenominasi karena masih banyaknya masyarakat yang tidak tahu pasti apa itu redenominasi. Bahkan diantara mereka baru mendengar sekali istilah redenominasi, yaitu ketika bertemu dengan peneliti. Mereka menilai apabila redenominasi dilakukan, maka kenaikan harga akan terjadi sehingga beban masyarakat semakin besar. Apalagi jika kenaikan harga tersebut berdampak pada inflasi yang sangat besar, maka rakyat semakin susah.

DAFTAR PUSTAKA

Amir, Amri. 2011. "Redenominasi Rupiah Dan Sistem Keuangan", *Jurnal Paradigma Ekonomika*, Volume 1 Nomor 4 hal 73-86.

Erlina. 2011. *Metodologi Penelitian,* USU Press, Medan.

FE, Dosen. 2011. "Kajian Tentang Rencana Redenominasi Rupiah Dalam Sistem Keuangan Jangka Panjang Di Indonesia", *Jurnal Universitas 45 Bekasi,* Volume 2, Nomor 01.

Kasmir, 2011. *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya,* Raja Grafindo, Jakarta.

Kesumajaya, I Wayan Wita. 2011. "Redenominasi Mata Uang Rupiah Merupakan Tugas Dari Bank Indonesia Untuk Mengatur Dan Menjaga Kelancaran Sistem Pembayaran Di Indonesia". *Gane C Swara*, Volume 5 Nomor 1 hal 129-134.

Mahardika, Harryadin, 2013. *Redenominasi Rupiah Dan Perilaku Konsumen,* http://staff.blog.ui.ac.id/harryyadin.mahardika/archives/21 (9 Apr. 2013).

Miskhin, Fredeic S. 2001. *The Economics of Money, Banking, and Financial Market*, USA: Person Education.

Nurullah, Ahmad dan Effnu Subiyanto, 2013. *Urgensi Redenominasi Rupiah,* http://www.jurnas.com/halaman/6/2013-02-13/234259 (9 Apr. 2013).

Pohan, Aulia. 2008. *Potret Kebijakan Moneter Indonesia,* Rajawali Pers, Jakarta.

Pohan, Aulia. 2008. *Kerangka Kebijakan Moneter & Implementasinya Di Indonesia,* Rajawali Pers, Jakarta.

Prasetiantono, A Tony. 2013. *Plus-Minus Redenominasi,* http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2013/01/30/14243113/PlusMinus.Redenominasi?utm_source=WP&utm_medium=Ktpidx&utm_campaign= (8 Apr. 2013).

Purwanto, Didik. 2013. *Apa Dampak jika Redenominasi Tidak Dilakukan?,* http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2013/01/23/11130521/Apa.Dampak.jika.Redenominasi.Tidak.Dilakukan. (8 Apr. 2013).

Redenominasi, http://id.wikipedia.org/wiki/Redenominasi (8 Apr. 2013).

Suparmoko. 1999. *Metode Penelitian Praktis,* BPFE, Yogyakarta.