Sensus Ekonomi:
Merekam Perubahan, Menyiapkan Masa Depan

SONNY HARRY BUDIUTOMO HARMADI
Wakil Kepala Badan Pusat Statistik Republik Indonesia

TAHUN 2026 menjadi tahun penting dalam memotret ekonomi Indonesia. Sejak 15 Juni hingga 31 Agustus 2026, Badan Pusat Statistik (BPS) menyelenggarakan Sensus Ekonomi 2026 (SE2026), melibatkan lebih dari 251 ribu petugas lapangan. Pelaksanaannya telah memasuki bulan kedua dan akan mendata jutaan pelaku usaha di Indonesia, termasuk di tingkat keluarga. Sensus ekonomi kali ini menjadi potret lengkap pertama perekonomian Indonesia pasca-pandemi covid-19.

Sepuluh tahun lalu, membuka usaha mungkin identik dengan menyewa ruko, memasang papan nama di depan toko, dan menunggu pembeli datang. Hari ini, kondisinya jauh berbeda. Seseorang dapat menjalankan bisnis hanya bermodal telepon genggam. Produk dipasarkan melalui media sosial, pembayaran dilakukan lewat QRIS atau dompet digital, pesanan datang dari berbagai daerah melalui *marketplace*, sementara promosi dibantu oleh kecerdasan buatan (*artificial intelligence*).

Dalam waktu relatif singkat, wajah perekonomian Indonesia berubah drastis. Berbagai aktivitas dan profesi baru yang belum pernah dikenal pada sensus ekonomi sebelumnya telah banyak bermunculan. Usaha yang dahulu identik dengan bangunan fisik, kini telah berkembang, tak harus kasatmata. Banyak pelaku usaha rumahan mampu menjangkau pasar nasional, bahkan internasional, hanya melalui seperangkat gawai. Digitalisasi telah mengubah cara masyarakat memproduksi, mendistribusi, sekaligus mengonsumsi barang dan jasa.

Perubahan tersebut terjadi begitu cepat dan membutuhkan adaptasi kebijakan yang tepat. Namun, kondisi perubahan itu baru akan terjawab setelah SE2026 selesai. Pendataan ini bukan sekadar untuk mengetahui berapa jumlah pelaku usaha, melainkan untuk merekam bagaimana perubahan struktur ekonomi Indonesia, sektor mana yang tumbuh pesat, bagaimana struktur biaya di setiap sektor usaha, dan di mana penyerapan tenaga kerja tertinggi. Pada akhirnya, respons kebijakan publik yang dibutuhkan harus mampu menjawab perubahan tersebut sebagai modal penting bagi Indonesia menjadi negara maju.

MANFAAT UNTUK SEMUA

Di era di mana opini publik banyak terbentuk di media sosial, SE2026 terkadang dinarasikan oleh sebagian pihak seolah-olah berkaitan dengan pajak, pengungkapan data sensitif, atau kepentingan di luar statistik. Narasi berulang seperti ini dapat membentuk persepsi yang keliru. Padahal faktanya, SE2026 adalah kegiatan statistik murni yang diselenggarakan rutin setiap sepuluh tahun sekali sesuai amanat Undang-Undang Nomor 16 Tahun 1997 tentang Statistik. Tidak ada data individu, baik pelaku usaha maupun rumah tangga, yang dipublikasikan.

Seluruh informasi yang dikumpulkan diolah melalui proses anonimisasi (penghapusan informasi individu) sehingga yang dirilis untuk publik hanyalah data statistik dalam bentuk agregat. Jaminan keamanan dan kerahasiaan data tersebut memiliki landasan hukum yang kuat. Undang-Undang No 16 Tahun 1997 mewajibkan responden memberikan keterangan yang diperlukan dalam penyelenggaraan statistik.

Pada saat yang sama, undang-undang tersebut juga mewajibkan kerahasiaan dari data yang diperoleh. Dengan demikian, informasi yang diberikan responden tidak dapat digunakan untuk kepentingan perpajakan, penegakan hukum, ataupun dipublikasikan dalam bentuk identitas individu maupun perusahaan. Menjawab pertanyaan secara benar dan jujur akan dijamin kerahasiaannya. Semakin lengkap data yang terkumpul, semakin tepat kebijakan yang diambil. Manfaat SE2026 pada akhirnya akan dirasakan oleh seluruh masyarakat.

Bagi pemerintah, SE2026 jelas menjadi kompas untuk kemajuan masa depan. Pengalaman dari hasil SE2016 menunjukkan sekitar 44% usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) mengalami kendala permodalan akibat sulitnya akses kredit. Temuan tersebut menjadi salah satu dasar penguatan program Kredit Usaha Rakyat (KUR) yang hingga kini telah dimanfaatkan oleh jutaan pelaku usaha dengan bunga terjangkau.

Data sensus ekonomi juga membantu pelaku usaha memahami struktur biaya dan peluang bisnis di wilayahnya. Alfred Weber pada awal abad ke-19 mengungkapkan teori lokasi industri bahwa keuntungan usaha tidak hanya ditentukan oleh besarnya penjualan, tetapi juga oleh kemampuan menekan biaya produksi, terutama biaya transportasi dan distribusi.

Struktur dan biaya produksi untuk jenis usaha yang sama dapat berbeda antarwilayah. Perbedaan tersebut berpengaruh terhadap tingkat efisiensi dan profitabilitas yang diperoleh pelaku usaha. Melalui hasil SE2026, berbagai faktor penyebab inefisiensi dapat diidentifikasi sehingga pemerintah bisa merumuskan kebijakan yang lebih tepat sasaran sesuai kebutuhan masing-masing daerah.

Selain itu, hasil SE2026 juga dapat digunakan untuk memetakan ekosistem usaha di setiap wilayah. Pemetaan ini penting agar pemerintah mampu menciptakan lingkungan usaha yang mendorong setiap pelaku usaha untuk terus berkembang atau naik kelas. Usaha mikro diharapkan tumbuh menjadi usaha kecil, usaha kecil berkembang menjadi usaha menengah, dan usaha menengah bertransformasi menjadi usaha besar.

Proses peningkatan skala usaha tersebut memerlukan ekosistem bisnis yang saling mendukung, mulai dari kemudahan memperoleh bahan baku, akses pembiayaan, pemanfaatan teknologi, hingga perluasan jaringan pemasaran. Dengan ekosistem yang kuat, produktivitas usaha akan meningkat dan pada akhirnya memberikan dampak nyata terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat.

PENGALAMAN SENSUS NEGARA LAIN

Pengalaman berbagai negara memberikan satu pelajaran penting. Keberhasilan sensus ekonomi tidak hanya ditentukan oleh besarnya sumber daya yang dialokasikan. Justru faktor yang paling menentukan ialah kesediaan masyarakat dan pelaku usaha untuk menjawab pertanyaan dan memberikan informasi yang benar. Tanpa partisipasi responden, negara hanya akan memiliki kepingan informasi yang tidak lengkap. Potret ekonomi pun terkesan buram, tidak jelas.

Itu sebabnya, banyak negara mewajibkan masyarakatnya untuk menjawab pertanyaan dalam sensus ekonomi, bahkan menjatuhkan sanksi terhadap mereka yang menolak atau memberikan informasi yang tidak benar. Misalnya di Amerika Serikat, penolakan untuk menjawab sensus ekonomi dapat dikenai denda hingga US$5.000, sedangkan pemberian informasi yang tidak benar justru dendanya mencapai US$10.000.

Sementara di Jepang, *Statistics Act* mengatur sanksi denda hingga 500.000 yen. Kebijakan tersebut diterapkan, bukan karena pemerintah ingin menghukum warganya, melainkan karena statistik resmi negara dipandang sebagai barang publik (*public good*) yang menyangkut hajat hidup orang banyak.

Data yang diberikan oleh satu pelaku usaha mungkin dianggap kecil, tapi ketika digabungkan dengan jutaan usaha lainnya, data tersebut menjadi dasar penyusunan kebijakan yang dapat memengaruhi seluruh masyarakat. Kita bisa belajar dari Tiongkok, di mana hasil sensus ekonomi mereka berhasil mengidentifikasikan pesatnya pertumbuhan sektor ekonomi digital, jasa modern, dan bertambahnya jutaan entitas usaha baru. Data statistik tersebut selanjutnya menjadi dasar pemerintah dalam mengarahkan investasi, memperkuat kawasan industri, dan membuat kebijakan baru yang dapat mendukung perkembangan entitas usaha baru.

Saat ini, Indonesia tidak sendirian dalam melaksanakan sensus ekonomi. Sejumlah negara, seperti Malaysia, Jepang, Vietnam, dan Zimbabwe, juga menyelenggarakan kegiatan serupa pada periode yang sama. Bahkan, Malaysia, Jepang, dan Vietnam melaksanakannya setiap lima tahun, lebih sering daripada Indonesia yang melaksanakan sensus ini setiap sepuluh tahun.

Kemudian, jika dibandingkan dengan negara lain, seperti Malaysia, kuesioner yang digunakan Indonesia relatif lebih sederhana dan tidak terlalu rinci. Pendekatan tersebut dipilih agar proses pencacahan lebih efisien, beban responden tetap ringan, tetapi tetap mampu menghasilkan data yang berkualitas.

Penyelenggaraan sensus ekonomi bukan sekadar mengumpulkan data sebanyak mungkin, melainkan memperoleh gambaran yang akurat mengenai kondisi perekonomian sebagai dasar untuk menyusun strategi peningkatan kesejahteraan masyarakat. Kesejahteraan dibangun di atas pemahaman yang komprehensif mengenai kondisi nyata yang bersumber dari data berkualitas.

Seperti diungkapkan oleh matematikawan sekaligus pakar data asal Inggris, Clive Humby, "*Data is the new currency*." Ungkapan tersebut mengingatkan bahwa di era modern, data telah menjadi aset strategis yang menentukan kualitas pengambilan keputusan. Bagi pemerintah, nilai data bukan terletak pada aspek komersialnya, melainkan pada kemampuannya menghasilkan kebijakan yang lebih tepat sasaran bagi masyarakat. Karena itulah, kualitas data menjadi prinsip utama dalam setiap tahapan penyelenggaraan sensus ekonomi.

Terkait dengan hal itu, BPS melakukan penjaminan kualitas data secara berjenjang. Pemeriksaan anomali dilakukan sejak di lapangan oleh petugas dan pengawas, lalu diperiksa kembali oleh BPS kabupaten/kota, terverifikasi di BPS provinsi hingga pusat. Pengawasan berlapis ini ditujukan untuk memastikan bahwa data yang dihasilkan berkualitas dan minim kesalahan.

SE2026 membutuhkan partisipasi seluruh masyarakat dan pelaku usaha. Tidak semua orang dapat menyusun kebijakan negara, tetapi setiap orang dapat berkontribusi dengan memberikan data yang benar dan lengkap. Setiap jawaban yang diberikan dapat melahirkan informasi yang membantu pemerintah untuk merancang pembangunan secara lebih efektif, mendukung ekosistem usaha yang lebih baik, sehingga pada akhirnya mampu mendorong pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Karena pada akhirnya, ekonomi yang kuat selalu berawal dari data yang akurat.

> "SE2026 membutuhkan partisipasi seluruh masyarakat dan pelaku usaha. Tidak semua orang dapat menyusun kebijakan negara, tetapi setiap orang dapat berkontribusi dengan memberikan data yang benar dan lengkap. Setiap jawaban yang diberikan dapat melahirkan informasi yang membantu pemerintah untuk merancang pembangunan secara lebih efektif, mendukung ekosistem usaha yang lebih baik, sehingga pada akhirnya mampu mendorong pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Karena pada akhirnya, ekonomi yang kuat selalu berawal dari data yang akurat."



PARTISIPASI OPINI Kirimkan ke email: ***opini@mediaindonesia.com*** atau ***opinimi@yahoo.com*** atau fax: **(021) 5812105**, (Maksimal 5.500 karakter tanpa spasi. Sertakan nama, alamat lengkap, nomor telepon, foto kopi KTP, foto diri, dan NPWP).
Setiap materi baik artikel, tulisan, maupun foto, yang telah ditampilkan di harian *Media Indonesia* dapat dimuat kembali baik dalam format digital maupun nondigital yang tetap merupakan bagian dari harian *Media Indonesia*.

MEDIA INDONESIA
A Part of MEDIA GROUP NETWORK

Pendiri: Drs. H. Teuku Yousli Syah MSi (Alm)
Direktur Utama: Arief Suditomo
Direktur Pemberitaan/Penanggung Jawab: Abdul Kohar

Dewan Redaksi Media Group:
Ketua: Elman Saragih (merangkap anggota)
Wakil Ketua: Arief Suditomo (merangkap anggota)
Anggota: Mohammad Mirdal Akib, Abdul Kohar, Gaudensius Suhardi, Budiyanto, Iskandar Zulkarnain, Suryopratomo, Usman Kansong

Dewan Pengarah: Lestari Moerdijat, Saur M. Hutabarat, Adrianto Machribie

Deputi Direktur Pemberitaan: Aries Fadhilah
Kepala Divisi Pemberitaan: Ahmad Punto
Kepala Divisi Multimedia & Artistik: Hariyanto
Asisten Kepala Divisi Pemberitaan: Henri Salomo, Windy Dyah Indriantari
Kepala Sekretariat Redaksi: Eni Kartinah
Redaktur: Agus Mulyawan, Akhmad Mustain, Aries Wijaksena, Basuki Eka P, Bintang Krisanti, Denny Parsaulian Sinaga, Heryadi, Indrastuti, Irvan Sihombing, Mirza Andreas, Sitria Hamid

Staf Redaksi: Abdillah M. Marzuqi, Agung Wibowo, Akmal Fauzi, Andhika Prasetyo, Atalya Puspa, Budi Ernanto, Cahya Mulyana, Despian Nurhidayat, Dhika Kusuma Winata, Fathurrozak, Ferdian Ananda Majni, Gana Buana, Golda Eksa, Haufan H. Salengke, Ihfa Firdausya, Indriyani Astuti, Insi Nantika Jelita, M. Ilham Ramadhan Avisena, M. Iqbal Al Machmudi, Mohamad Farhan Zhuhri, Permana Pandega Jaya, Putri Anisa Yuliani, Putri Rosmalia Octaviyani, Rahmatul Fajri, Ramdani, Rifaldi Putra Irianto, Siti Retno Wulandari, Suryani Wandari Putri Pertiwi, Thalatie Yani, Usman Iskandar, Wisnu Arto Subari

DIVISI TABLOID, MAJALAH, DAN BUKU (PUBLISHING)
Asisten Kepala Divisi: Iis Zatnika
Redaktur: Eni Kartinah

CONTENT ENRICHMENT
Periset: Desi Yasmini S, Gurit Adi Suryo
Bahasa:
Redaktur: Adang Iskandar, Dony Tjiptonugroho

ARTISTIK
Asisten Kepala Divisi:
Redaktur: Annette Natalia, Briyanbodo Hendro, Marionsandes NKR
Staf Artistik: Amiluhur, Ananto Prabowo, Dedy, Duta Amarta, Nurul Arohmat, Seno Aditya, Tutik Sunarsih
Olah Foto: Ade Rian H

BISNIS & PENGEMBANGAN
Direktur Bisnis & Pengembangan: G. Bernhard Rotinsulu
Kepala Divisi Sales & Marketing: M. Shauma Ramadhan K
Perwakilan Bandung: Sulaeman Gojali (022) 4210500; **Surabaya:** (031) 5667359;
Yogyakarta: Andi Yudhanto (0274) 523167

KORESPONDEN
Banten: Sumantri Handoyo (Tangerang) Syarief Oebaidillah (Tangerang Selatan)
Jawa Barat: Dede Susianti (Bogor), Naviandri, Sugeng Sumariyadi (Bandung), Kisar Rajagukguk (Depok), Benny Bastiandy, SE (Cianjur/Sukabumi), Depi Gunawan (Cimahi), Nurul Hidayah (Cirebon), Reza Sunarya (Purwakarta), Kristiadi (Tasikmalaya)
Jawa Tengah: Haryanto (Semarang), Akhmad Safuan (Pekalongan), Djoko Sardjono (Klaten), Widjajadi (Solo), Liliek Dharmawan (Purwokerto), Tosiani S (Temanggung), Supardji Rasban (Brebes)
Yogyakarta: Agus Utantoro, Ardi Teristi Hardi
Jawa Timur: Faishol Taselan (Surabaya), Bagus Suryo Nugroho (Malang), Heri Susetyo (Sidoarjo), Muhammad Ahmad Yakub (Bojonegoro), Muhammad Ghozi (Madura)
Aceh: Amiruddin Abdullah (Pidie),
Sumatra Utara: Apul Iskandar (Pematangsiantar), Yoseph Pencawan (Medan), Januari Hutabarat (Taput)
Sumatra Barat: Yose Hendra (Padang)
Kepri: Hendry Kremer (Batam)
Riau: Rudi Kurniawansyah (Pekan Baru)
Bangka Belitung: Rendy Ferdiansyah (Pangkalpinang)
Bengkulu: Marliansyah
Jambi: Solmi
Kalimantan Tengah: Surya Suryanti (Palangkaraya)
Kalimantan Selatan: Denny Susanto (Banjarmasin)
Sulawesi Tengah: M Taufan SP Bustan (Palu)
Sulawesi Selatan: Lina Herlina (Makassar)
NTB: Yusuf Riaman (Mataram)
Bali: Arnoldus Dhae (Denpasar), Gede Ruta Suryana (Kuta)
NTT: Alexander Paulus Taum (Lembata), Palce Amalo (Kupang)
Papua: Marcelinus Kelen (Jayapura)
Papua Barat Daya: Martinus Solo

Telepon Layanan Pembaca: (021) 5821303
Telepon Iklan: (021) 5812113, 5801480
Fax Iklan: (021) 5812107, 5812110
Fax Customer Service: (021) 5820476
Telepon Sirkulasi: (021) 5812095, **Telepon Distribusi:** (021) 5812077, **Telepon Percetakan:** (021) 5812086,
Harga Langganan: Rp120.000 per bulan (Jabodetabek), di luar P. Jawa + ongkos kirim, **No. Rekening Bank:**
a.n. PT Citra Media Nusa Purnama Bank Mandiri - Cab. Taman Kebon Jeruk: 117-009-500-9098;
BCA - Cab. Sudirman: 035-306-5014

Diterbitkan oleh: PT Citra Media Nusa Purnama, Jakarta,
Alamat Redaksi/Tata Usaha/Iklan/Sirkulasi: Kompleks Delta Kedoya, Jl. Pilar Raya Kav. A-D, Kedoya Selatan, Kebon Jeruk, Jakarta Barat - 11520

Telepon: (021) 5812088 (Hunting),
Fax: (021) 5812105 (Redaksi)
e-mail: redaksi@mediaindonesia.com,
Percetakan: Gramedia
Alamat: Jln. Palmerah Selatan 22-28 Jakarta Pusat 10270
Website: www.gramediaprinting.com

DALAM MELAKSANAKAN TUGAS JURNALISTIK, WARTAWAN MEDIA INDONESIA DILENGKAPI KARTU PERS DAN TIDAK DIPERKENANKAN MENERIMA ATAU MEMINTA IMBALAN DENGAN ALASAN APA PUN