

**USULAN PROPOSAL  
PENELITIAN**



**Pengaruh Gejolak Ekonomi Global Dan Mekanisme Pasar Terhadap Pertumbuhan  
Laba Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia**

**Tahun ke 1 dari rencana 1 tahun**

**TIM PENGUSUL:**

**Dr. Wahyu Indah Mursalini.SE.MM (Ketua)  
NIDN : 1019017402**

**Utari Wulan Dari**

**UNIVERSITAS MAHAPUTRA MUHAMMAD YAMIN SOLOK  
Oktober 2018**

HALAMAN PENGESAHAN

<b>Judul</b>	<b>Pengaruh Gejolak Ekonomi Global Dan Mekanisme Pasar Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia</b>
<b>Peneliti/Pelaksanaan</b>	
<b>Nama Lengkap</b>	<b>DR. Wahyu Indah Mursalini, SE.MM</b>
<b>Nidn</b>	<b>1019017402</b>
<b>Jabatan Fungsional</b>	<b>Lektor</b>
<b>Program Studi</b>	<b>Manajemen</b>
<b>Fakultas</b>	<b>Ekonomi</b>
<b>Nomor Hp</b>	<b>085263520239</b>
<b>Alamat Surat (E-Mail)</b>	
<b>Anggota Tim</b>	
<b>Nama Lengkap</b>	<b>Utari Wulan Dari</b>
<b>Npm</b>	<b>171000461201065</b>
<b>Perguruan Tinggi</b>	<b>Universitas Mahaputra Muhammad Yamin</b>
<b>Tahun Pelaksanaan</b>	<b>2018-2019</b>
<b>Sumber Dana</b>	<b>Mandiri</b>
<b>Biaya Tahun Berjalan</b>	<b>Rp. 6.500.000 (Enam Juta Lima Ratus Ribu Rupiah)</b>
<b>Biaya Keseluruhan</b>	<b>Rp. 6.500.000 (Enam Juta Lima Ratus Ribu Rupiah)</b>

Solok, 29 Oktober 2018

Ketua,



(DR. Wahyu Indah Mursalini, SE.MM)  
NIDN : 1019017402

**Mengetahui,**  
**Dekan Fakultas Ekonomi**

(Juita Sukraini, SE.MSi)  
NIDN : 1017116201

**Menyetujui,**  
**Kepala LP3M UMMY**



(DR. Wahyu Indah Mursalini, SE.MM)  
NIDN: 1019017402

## **DAFTAR ISI**

### **RINGKASAN**

- 1. PENDAHULUAN**
- 2. TINJAUAN PUSTAKA**
- 3. METODE**
- 4. PEMBAHASAN**
- 5. PENUTUP**
- 6. JADWAL**
- 7. DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

Ringkasan penelitian tidak lebih dari 500 kata yang berisi latar belakang penelitian, tujuan dan tahapan metode penelitian, luaran yang ditargetkan, serta uraian TKT penelitian yang diusulkan.

## RINGKASAN

Kosmetik dan barang keperluan rumah tangga mempunyai peranan penting dalam kehidupan manusia. Kosmetik merupakan kebutuhan yang penting bagi masyarakat modern disebabkan karena kebutuhan kosmetik sangat diperlukan oleh masyarakat untuk menunjang penampilan dan barang keperluan rumah tangga yang setiap hari tidak bisa lepas dari kehidupan manusia. Selain itu, Indonesia yang merupakan Negara dengan iklim tropis menyebabkan penggunaan kosmetik menjadi salah satu hal yang penting bagi masyarakat, selain untuk menunjang penampilan, manfaat kosmetik juga berpengaruh terhadap kesehatan. (Cyndira, 2020)

Sub sektor industri kosmetik dan barang keperluan rumah tangga merupakan industri dengan tingkat persaingan yang tinggi di Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Perindustrian (2016), pertumbuhan pasar industri ini rata-rata mencapai 9,67% per tahun dalam enam tahun terakhir (2009-2014). Diperkirakan besar pasar (market size) pasar kosmetik sebesar Rp. 46,4 triliun ditahun 2017. Dengan jumlah tersebut, Indonesia merupakan potensial market bagi para pengusaha industri kecantikan baik dari luar maupun dalam negeri. Karena itu saat ini banyak lahir perusahaan-perusahaan baru pada industri kosmetik yang menyebabkan terjadinya persaingan pasar yang begitu ketat. (Islamiati, 2016)

Kemajuan teknologi telah membawa perubahan-perubahan yang cepat dan signifikan pada industri kosmetika. Dengan dukungan kemajuan teknologi transportasi, industri kosmetik mampu memproduksi dengan skala yang sangat besar dan dalam waktu singkat dapat menyebar ke berbagai negara dengan jaringan distribusi yang sangat luas dan mampu menjangkau seluruh strata masyarakat. Begitu juga dengan barang keperluan rumah tangga yang semakin maju seiring berkembangnya zaman dan kemajuan teknologi. Untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari masyarakat juga mengkonsumsi berbagai peralatan rumah tangga untuk menunjang gaya hidupnya mulai dari yang tradisional sampai yang telah modern. Karena tuntutan perkembangan budaya pada saat ini masyarakat lebih banyak memakai peralatan yang terbuat modern dan bernuansa

kebarat-baratan. Sehingga peralatan rumah tangga yang awalnya tradisional yang merupakan salah satu warisan dari nenek moyang dipandang sebagai benda kulot atau kuno yang tidak sesuai dengan perkembangan zaman.

Masing-masing produk yang diproduksi oleh perusahaan kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sudah banyak dikenal oleh masyarakat luas bahkan sudah banyak digunakan secara rutin dan hanya beberapa saja masyarakat yang masih merasa asing. Jika dilihat dari hal tersebut maka tidak heran jika persaingan yang terjadi antar perusahaan yang sejenis sangatlah kuat untuk menghasilkan laba tertinggi. Perkembangan industri kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang semakin meningkat menyebabkan perusahaan memiliki potensi yang menjanjikan dan meningkatkan keuntungan pada perusahaan. (A. Lestari, 2018)

Berkaitan dengan era globalisasi pemerintah mengurangi campur tangan secara langsung dalam mengatur dan mengendalikan perekonomian. Kegiatan perekonomian dijalankan berdasarkan dinamika usaha yang bersumber pada inisiatif dan kreatifitas dunia usaha itu sendiri. Untuk menghadapi setiap pesaingnya perusahaan harus inovatif dan mampu melakukan penyesuaian diri terhadap perubahan yang telah terjadi dan yang akan terjadi di masa yang akan datang baik perubahan perekonomian nasional, peraturan pemerintah, kondisi konsumen, maupun kemampuan pesaing. Oleh karena itu, perusahaan harus tumbuh dan membangun manajemennya secara konseptual dan sistematis dengan berorientasi kepada pertumbuhan dan perkembangan perusahaan yang dinamis melalui pemanfaatan seluruh potensi sumber daya yang dimiliki perusahaan sehingga perusahaan melahirkan suatu keadaan yang sangat menguntungkan. Pada dasarnya tujuan setiap perusahaan adalah memaksimalkan atau mendapatkan laba, potensi sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan untuk mencapai tujuan diatas salah satunya adalah melalui mekanisme pasar dan sumber daya keuangan seperti pertumbuhan laba. (Islamiati, 2016)

Tujuan dari penelitian ini dilakukan untuk mengetahui perbedaan Standar Operasional Prosedur (SOP) dalam pemberian Gejolak Ekonomi Global Dan Mekanisme Pasar Terhadap Pertumbuhan Laba. Tahapan metode pada penelitian ini adalah (1) studi perpustakaan, (2) Mengakses Web dan situs lainnya. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan data skunder. Luaran dari penelitian ini adalah artikel ilmiah yang diterbitkan pada jurnal nasional ber ISSN, laporan kemajuan dan laporan akhir penelitian..

Kata kunci maksimal 5 kata

Prosedur (SOP), Pembiayaan Mudharabah, Kredit Kuperdes.

Latar belakang penelitian tidak lebih dari 500 kata yang berisi latar belakang dan permasalahan yang akan diteliti, tujuan khusus, dan urgensi penelitian. Pada bagian ini perlu dijelaskan uraian tentang spesifikasi khusus terkait dengan skema.

#### LATAR BELAKANG

Kosmetik dan barang keperluan rumah tangga mempunyai peranan penting dalam kehidupan manusia. Kosmetik merupakan kebutuhan yang penting bagi masyarakat modern disebabkan karena kebutuhan kosmetik sangat diperlukan oleh masyarakat untuk menunjang penampilan dan barang keperluan rumah tangga yang setiap hari tidak bisa lepas dari kehidupan manusia. Selain itu, Indonesia yang merupakan Negara dengan iklim tropis menyebabkan penggunaan kosmetik menjadi salah satu hal yang penting bagi masyarakat, selain untuk menunjang penampilan, manfaat kosmetik juga berpengaruh terhadap kesehatan. (Cyndira, 2020)

Sub sektor industri kosmetik dan barang keperluan rumah tangga merupakan industri dengan tingkat persaingan yang tinggi di Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Perindustrian (2016), pertumbuhan pasar industri ini rata-rata mencapai 9,67% per tahun dalam enam tahun terakhir (2009-2014). Diperkirakan besar pasar (market size) pasar kosmetik sebesar Rp. 46,4 triliun ditahun 2017. Dengan jumlah tersebut, Indonesia merupakan potensial market bagi para pengusaha industri kecantikan baik dari luar maupun dalam negeri. Karena itu saat ini banyak

lahir perusahaan-perusahaan baru pada industri kosmetik yang menyebabkan terjadinya persaingan pasar yang begitu ketat. (Islamiati, 2016).

Kemajuan teknologi digital yang pesat membuat semakin besarnya keterkaitan dan ketergantungan perekonomian antar negara di dunia, sehingga membuat negara tanpa batas, hal ini terjadi karena adanya gejolak perekonomian di negara maju yang berdampak pada negara lainnya. Untuk itu negara dalam menjaga kestabilan ekonomi membuat kebijakan ekonomi domestik yang memperhatikan serta mengantisipasi dari adanya gejolak ekonomi global (Hariyanti, 2020). Gejolak ekonomi global adalah suatu keadaan yang dapat mempengaruhi perekonomian suatu negara. Pada kondisi perekonomian global tahun 2011 menunjukkan kondisi yang penuh ketidakpastian, hal tersebut dapat berakhir negatif pada kondisi dunia industri di berbagai negara, selain itu juga memiliki dampak terhadap meningkatnya resiko kondisi perekonomian dimasa yang akan datang. Namun kondisi perekonomian di Indonesia pada tahun tersebut tidak buruk tetapi mengalami pertumbuhan yang cukup tinggi. Untuk menghadapi globalisasi tersebut perusahaan harus inovatif dan mampu melakukan penyesuaian terhadap perubahan yang telah atau yang akan terjadi dimasa yang akan datang baik itu perubahan perekonomian nasional, peraturan pemerintah, kondisi konsumen maupun kemampuan pesaing.

Karena setiap perusahaan pastinya memulai usaha dengan tujuan untuk menghasilkan laba semaksimal mungkin dari kegiatan bisnisnya. Untuk itu perusahaan-perusahaan tersebut berusaha membuat inovasi produk terbaru agar menarik perhatian konsumen sehingga konsumen tertarik untuk membeli dan menggunakannya di samping itu juga untuk memenangkan persaingan dengan perusahaan lain yang sejenis. Pada setiap kegiatan operasionalnya perusahaan menginginkan tingkat pertumbuhan pada labanya. Jika tingkat pengembalian laba tidak sesuai dengan yang diharapkan maka perusahaan akan mengalami kebangkrutan. Agar hal tersebut

tidak terjadi perusahaan harus bisa mengatasi masalah tersebut dengan memperhatikan keadaan ekonomi dan harga pasar agar tetap hidup. Oleh karena itu saya melakukan penelitian dengan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Keuangan Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.

Tinjauan pustaka tidak lebih dari 1000 kata dengan mengemukakan *state of the art* dalam bidang yang diteliti. Bagan dapat dibuat dalam bentuk JPG/PNG yang kemudian disisipkan dalam isian ini. Sumber pustaka/referensi primer yang relevan dan dengan mengutamakan hasil penelitian pada jurnal ilmiah dan/atau paten yang terkini. Disarankan penggunaan sumber pustaka 10 tahun terakhir.

## TINJAUAN PUSTAKA

### **Pengertian Laba**

Pada umumnya perusahaan didirikan untuk mencapai tujuan tertentu yaitu memperoleh laba yang optimal dengan pengorbanan yang minimal, untuk mencapai hal tertentu perlu adanya perencanaan dan pengendalian dalam setiap aktivitas usahanya agar perusahaan dapat membiayai seluruh kegiatan yang berlangsung secara terus menerus. Laba secara operasional merupakan perbedaan antara pendapatan yang timbul dari transaksi selama satu periode tertentu. Menurut Wild dan Helsey laba merupakan ringkasan hasil aktivitas operasi usaha yang dinyatakan dalam istilah keuangan, laba mencerminkan pengembalian kepada pemegang ekuitas untuk periode bersangkutan sementara pos-pos dalam laporan merinci bagaimana laba di dapat. (Gunawan & Wahyuni, 2013)

Laba merupakan salah satu pengukuran aktivitas operasi. Angka laba biasanya dilaporkan dalam laporan laba rugi selama satu periode bersamaan dengan komponen lainnya seperti pendapatan, beban, keuntungan dan kerugian. Perusahaan yang memiliki laba relatif stabil memungkinkan untuk memprediksi besarnya estimasi laba di masa yang akan datang dan perusahaan biasanya



akan membayar presentase yang lebih tinggi dari labanya sebagai dividen dibandingkan perusahaan dengan laba berfluktuasi. (Agustina & Rice, 2016)

Laba merupakan hasil operasi suatu perusahaan dalam suatu periode akuntansi sedangkan informasi laba berguna bagi perusahaan dan pemegang saham. Laba yang mengalami peningkatan merupakan kabar baik (*good news*) bagi investor, sedangkan laba yang mengalami penurunan merupakan kabar buruk (*bad news*) bagi investor. Laba sebagai suatu pengukuran kinerja perusahaan merefleksikan terjadinya proses peningkatan atau penurunan operasional dari berbagai sumber transaksi serta laba diharapkan bertumbuh dan estimasi terhadap pertumbuhan laba dapat dilakukan dengan menganalisis laporan keuangan.

Pengertian laba menurut Salvatore menyatakan bahwa laba yang tinggi merupakan tanda bahwa konsumen menginginkan komoditas lebih sedikit atau metode produksi perusahaan tersebut tidak efisien. Laba dapat memberikan sinyal bagi pihak internal maupun eksternal dan laba perusahaan dapat tercermin dalam laporan keuangan yang dihasilkan oleh perusahaan yang bersangkutan dalam laporan laba rugi. Sedangkan menurut Zaki Baridwan laba merupakan kenaikan modal (aktiva bersih) yang berasal dari transaksi sampingan atau transaksi yang jarang terjadi dari badan usaha dan dari semua transaksi atau kejadian lain yang mempengaruhi badan usaha selama satu periode kecuali yang termasuk dari pendapatan (*revenue*) atau investasi oleh pemilik.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa laba berasal dari semua transaksi atau kejadian yang terjadi pada badan usaha dan akan mempengaruhi kegiatan perusahaan pada periode tertentu dan laba didapat dari selisih antara pendapatan dan beban, apabila pendapatan lebih besar daripada beban maka perusahaan akan mendapatkan laba apabila terjadi sebaliknya maka perusahaan akan mendapatkan rugi.

## **Jenis Laba**

Terdapat beberapa macam laba yaitu:

1. Laba Kotor (*Gross Profit*) yaitu selisih antara pendapatan dengan harga pokok penjualan.
2. Laba Operasi (*Operation Profit*) adalah selisih antara laba kotor dengan biaya-biaya operasi yang terdiri atas biaya penjualan serta biaya umum dan administrasi.
3. Laba Bersih (*Net Profit*) adalah selisih antara pendapatan dengan biaya-biaya di luar harga pokok penjualan.
4. Laba ditahan (*Retained Earning*) merupakan laba yang tidak dibagikan kepada pemegang saham. Laba yang tidak dibagikan ini diinvestasikan kembali ke perusahaan sebagai sumber dana internal.
5. Laba per saham adalah jumlah pendapatan yang diperoleh dalam satu periode untuk tiap saham yang beredar.

Jenis-jenis laba dalam hubungannya dengan perhitungan laba terdiri dari:

1. Laba Bersih merupakan selisih pendapatan atas beban-beban dan merupakan kenaikan bersih atas modal yang berasal dari kegiatan usaha.
2. Laba Bruto merupakan selisih antara penjualan bersih dengan harga pokok penjualan. Disebut bruto karena jumlah ini masih harus dikurangi dengan beban-beban usaha.
3. Laba Usaha atau Laba Operasi merupakan selisih antara laba bruto dan beban usaha. Laba usaha adalah laba yang diperoleh semata-mata dari kegiatan utama perusahaan.
4. Laba Ditahan yaitu jumlah akumulasi laba bersih dari sebuah perseroan terbatas dikurangi distribusi laba yang dilakukan.

## **Klasifikasi Laba**

Laba yang didapat oleh perusahaan berbeda-beda sesuai dengan urutan dan jenisnya dengan tujuan untuk memudahkan manajemen dalam menentukan laba apakah yang akan dihasilkan oleh perusahaan. Laba yang akan dicapai tersebut digolongkan terlebih dahulu, kemudian dikaitkan dengan penetapan pengukuran laba. Dalam menyajikan laporan laba rugi akan terlihat pengklasifikasian dalam penetapan pengukuran laba sebagai berikut:

### 1. Laba Kotor atas Penjualan

Merupakan selisih dari penjualan bersih dan harga pokok penjualan. Laba ini dinamakan laba kotor hasil penjualan bersih belum dikurangi dengan beban operasi lainnya untuk periode tertentu.

### 2. Laba Bersih Operasi Perusahaan

Yaitu laba kotor dikurangi dengan jumlah penjualan, biaya administrasi dan umum.

### 3. Laba Bersih Sebelum Potongan Pajak

Merupakan pendapatan perusahaan secara keseluruhan sebelum potongan pajak perseroan yaitu perolehan apabila laba dikurangi atau ditambah dengan selisih pendapatan dan biaya lain-lain.

### 4. Selisih Laba Bersih Sesudah Potongan Pajak

Merupakan laba bersih setelah ditambah atau dikurangi dengan pendapatan dan biaya non operasi dan dikurangi dengan pajak perseroan.

## **Pertumbuhan Laba**

Pertumbuhan laba adalah perubahan presentase kenaikan laba yang diperoleh perusahaan. Pertumbuhan laba yang baik mengisyaratkan bahwa perusahaan mempunyai keuangan yang baik yang akan meningkatkan nilai perusahaan, karena besarnya dividen yang akan dibayar dimasa

yang akan datang bergantung pada kondisi perusahaan. Perusahaan dengan laba bertumbuh dapat memperkuat hubungan antara besarnya atau ukuran perusahaan dengan tingkatan laba yang diperoleh. Dimana perusahaan dengan laba bertumbuh akan memiliki jumlah aktiva yang besar sehingga memberikan peluang lebih besar di dalam menghasilkan profitabilitasnya. (SALMAH, 2018)

Menurut Simamora, laba perusahaan dari tahun ke tahun dapat meningkat atau mengalami penurunan, peningkatan laba yang stabil dari suatu perusahaan menunjukkan bahwa pertumbuhan laba baik. Pertumbuhan laba adalah seberapa besar peningkatan laba yang dimiliki oleh suatu perusahaan, begitupun sebaliknya penurunan laba dari tahun ke tahun menunjukkan bahwa pertumbuhan laba perusahaan kurang baik. Laba merupakan hal yang penting dalam laporan keuangan karena beberapa alasan antara lain, laba merupakan dasar dalam perhitungan pajak, pedoman dalam menentukan kebijakan investasi dan pengambilan keputusan, dasar dalam peramalan laba maupun kejadian ekonomi perusahaan lainnya di masa yang akan datang, dasar dalam perhitungan dan penilaian efisiensi dalam menjalankan perusahaan serta sebagai dasar dalam penilaian prestasi atau kinerja perusahaan. (Wibisono, 2016)

Pertumbuhan laba dipengaruhi oleh perubahan komponen-komponen dalam laporan keuangan, seperti:

1. Penjualan adalah pendapatan yang diperoleh dari penyerahan barang atau jasa kepada langganan dalam periode tertentu. Dalam laporan laba rugi penjualan dilaporkan baik penjualan kotor maupun penjualan bersih.
2. Harga Pokok Penjualan adalah keseluruhan biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh atau mendapatkan barang yang dijual.

3. Biaya Operasi adalah biaya-biaya yang dikeluarkan dalam rangka untuk membiayai aktivitas perusahaan, baik administrasi maupun penjualan.
4. Pendapatan dan Biaya Di luar Operasi adalah semua pendapatan yang diperoleh atau beban yang timbul dari aktivitas-aktivitas di luar usaha utama perusahaan.
5. Pos-pos Luar Biasa adalah laba atau rugi yang timbul di luar usaha utama yang bersifat insidental. Ciri-ciri laba rugi luar biasa adalah bersifat tidak normal dan tidak sering terjadi, misalnya laba dari pembatalan hutang kepada pemegang saham, kerugian kebakaran dan sebagainya.
6. Pajak Penghasilan dihitung dari laba bersih sesuai dengan peraturan perpajakan yang berlaku. Dalam laporan laba rugi, pajak penghasilan dikurangkan dari laba bersih sebelum pajak.

Perubahan laba juga disebabkan oleh faktor-faktor luar seperti adanya peningkatan harga akibat inflasi, adanya mekanisme pasar, gejolak ekonomi di suatu negara dan adanya kebebasan manajerial yang memungkinkan manajer memilih metode akuntansi dan membuat estimasi yang dapat meningkatkan laba. Menurut Harahap pertumbuhan laba merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan meningkatkan laba bersih dibandingkan tahun lalu. (Gunawan & Wahyuni, 2013)

Rumus pertumbuhan laba:

$$\Delta Y_{it} = \frac{(Y_{it} - Y_{it-1})}{Y_{it-1}}$$

Dimana:

$\Delta Y_{it}$  = Pertumbuhan laba pada periode tertentu

$Y_{it}$  = Laba bersih perusahaan i pada periode t (tahun ini)

$Y_{it-1}$  = Laba bersih perusahaan I pada periode t-1 (tahun sebelumnya)

Pertumbuhan laba suatu perusahaan biasanya diakibatkan oleh adanya laba kejutan yang diperoleh pada periode sekarang, investor dapat merespon informasi laba kejutan tersebut sebagai suatu indikasi adanya intervensi dari pihak manajemen perusahaan terhadap laporan keuangan sehingga laba mengalami peningkatan. Pertumbuhan laba berdampak pada laba masa depan dan koefisien respon laba, jika suatu perusahaan mempunyai pertumbuhan laba yang tinggi maka para investor akan memberikan respon besar pada perusahaan karena perusahaan tersebut dapat memberikan manfaat untuk masa depan. (Irawati, 2012)

### **Pengertian Globalisasi**

Globalisasi telah menjadi bagian penting dalam kehidupan manusia di dunia, konsep globalisasi dapat dengan mudah dipahami melalui pemenggalan kata 'global' dan 'sasi' dimana kata 'global' merujuk pada lintas batas dan kata 'sasi' merujuk pada perubahan/proses menjadi dan untuk mempermudah mengingat, globalisasi dapat diartikan secara singkat sebagai proses perubahan sosial pada skala lintas batas dan globalisasi mengacu pada suatu kondisi perubahan sosial dimana negara, wilayah dan masyarakat saling terkoneksi satu sama lain, baik itu dalam bidang ekonomi, politik, serta sosial budaya. Globalisasi merupakan suatu fase perubahan yang dialami oleh masyarakat di berbagai penjuru dunia dan ciri khas dari era globalisasi yaitu semakin kaburnya batas-batas geografis antar negara, serta pertukaran informasi arus barang maupun jasa tidak lagi hanya dilakukan dalam cakupan negara (lokal, nasional) namun juga merambah lintas negara (global, internasional). (Romarina, 2016)

## **Aspek Globalisasi**

Globalisasi merupakan fenomena dunia sehingga sangat memiliki pengaruh terhadap setiap aspek kehidupan manusia dan berikut merupakan contoh-contoh globalisasi dari masing-masing aspek kehidupan, yaitu:

### **1. Aspek Ekonomi**

Pada aspek ekonomi, globalisasi mengacu pada perubahan yang terjadi pada mekanisme pertukaran barang dan jasa, segala produk yang tersedia di pasaran dapat diakses oleh siapa saja dan dimana saja dengan bantuan internet. Kehadiran e-commerce (kepanjangan: electronic commerce; perdagangan elektronik) seperti Amazon, e-bay, Shopee, Lazada dan lain-lainnya semakin memudahkan pengiriman barang lintas batas, memesan sepatu yang sedang trend di Eropa hingga memesan produk kecantikan milik idol pop di Korea sangatlah mungkin dengan mekanisme pengiriman internasional yang ditawarkan oleh situs e-commerce tertentu. Pada era globalisasi, transaksi uang dan barang antar negara bergerak sangat cepat lebih dari yang kita bayangkan serta berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi dunia.

### **2. Aspek Politik**

Globalisasi membawa pengaruh besar pada arah kebijakan politik negara-negara di dunia, jika sebelumnya kebijakan politik hanya mencakup skala nasional, era globalisasi mendorong terintegrasinya kebijakan-kebijakan politik di berbagai negara dan memungkinkan terciptanya bentuk-bentuk kerja sama politik antar negara contoh kerja sama politik tersebut diantaranya seperti Uni Eropa (UE), International Monetary Fund (IMF), World Bank, dan World Trade Organization (WTO). Pada aspek politik, globalisasi juga ditandai dengan beroperasinya aktivitas-aktivitas politik yang mempromosikan nilai-nilai universal pada skala global

diantaranya seperti hak asasi manusia, kesetaraan, permasalahan lingkungan dan lain sebagainya serta maraknya aktivitas politik yang terjadi pada negara tertentu sangat mungkin mempengaruhi negara lain di dunia, hal ini khususnya dipengaruhi oleh kehadiran media massa dan konsekuensi dari hal tersebut yaitu terjadinya fenomena gerakan sosial pada level global yang dilakukan oleh para warga masyarakat guna mempengaruhi kebijakan pemerintah tertentu, dalam rangka memperjuangkan kepentingan politisnya, para warga yang tergabung menjadi bagian dari gerakan sosial tertentu akan berjejaring dengan masyarakat global dan bekerja sama dengan organisasi internasional.

### 3. Aspek Sosial Budaya

Pada aspek sosial budaya konsep globalisasi merujuk pada proses terintegrasinya gagasan, nilai, norma, perilaku serta cara hidup sosial kemasyarakatan, dalam hal ini sebagian besar individu dibentuk oleh pengaruh masyarakat dunia di Indonesia contohnya, kita bisa dianggap ketinggalan zaman jika kita belum menonton film Avengers atau mendengarkan album terbaru Justin Bieber, Amerika Serikat menjadi kiblat perfilman dan musik dunia, Korea Selatan menjadi kiblat tren kecantikan, Paris menjadi kiblat fashion wanita, dan lain sebagainya. Berbagai wilayah di dunia memiliki elemen sosial budayanya masing-masing dan akan saling mempengaruhi satu sama lainnya seiring dengan pesatnya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya internet.

Pada intinya, globalisasi pada aspek sosial budaya dapat diartikan sebagai fenomena sosial dimana praktik-praktik kebudayaan yang dilakukan individu bukan hanya dipengaruhi oleh dirinya sendiri namun oleh masyarakat global. Dimanapun individu itu berada ia memiliki kemungkinan untuk terpapar budaya-budaya dari luar negaranya sebagai contoh, terdapat sebagian individu yang terobsesi dengan budaya kehidupan masyarakat Korea Selatan melalui



pengaruh idol pop kegemarannya, sebagian individu lainnya tergila-gila dengan budaya Jepang melalui film anime yang ditontonnya setiap hari dan tak jarang para wanita Indonesia berusaha merubah tampilan hidungnya menjadi mancung dan berkulit putih karena terbiasa mengikuti keseharian para artis Hollywood kegemarannya di sosial media. (Heryanto, 2015)

### **Faktor Pendorong Globalisasi**

Globalisasi tidak tercipta dengan sendirinya terdapat dua faktor utama yang mendorong terjadinya globalisasi, yaitu:

1. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi

Faktor pendorong utama globalisasi yaitu kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang memudahkan proses pertukaran informasi di berbagai pelosok dunia, kemajuan teknologi tersebut yang membuat semakin kaburnya batas-batas geografis antar negara di dunia karena semua informasi yang individu butuhkan dapat tersedia dalam genggam dan hanya dengan sekali klik seperti kehadiran ponsel pintar serta internet koneksi 4G merupakan contoh dari perkembangan teknologi yang mendorong globalisasi terus terjadi.

Era globalisasi sangatlah identik dengan kecepatan, kemudahan dan ketersediaan, arus informasi dan komunikasi berlangsung begitu cepat dan berbagai peristiwa dunia dapat diakses dengan mudah oleh siapa saja, kapan saja dan dimana saja dengan bantuan ponsel pintar serta segala jenis informasi, bahkan barang dan jasa akan selalu tersedia bagi tiap-tiap individu yang membutuhkannya dengan bantuan akses internet.

## 2. Kehadiran perusahaan multinasional

Perusahaan multinasional merupakan instrumen lain yang mendorong terjadinya globalisasi sebagai contoh, terdapat perusahaan besar skala multinasional yang menanamkan modal, aset serta memutuskan untuk membangun pabrik di negara berkembang dimana tenaga kerja murah dan bahan baku mentah tersedia. Perusahaan multinasional tersebut pada dasarnya telah menjalankan aktivitas ekonomi skala besar dan sangat mempengaruhi perekonomian nasional di negara berkembang yang mereka tempati, perusahaan-perusahaan multinasional juga semakin mengaburkan batas-batas geografis antar negara karena pada dasarnya eksistensi mereka sangat ditentukan oleh pasar dunia bahkan modal dan aset perusahaan tersebar di berbagai negara serta [manajemen](#) perusahaan dikelola secara lintas batas oleh karyawannya.

### **Ekonomi Global**

Saat ini kita hidup dalam ekonomi global dimana perkembangan yang terjadi dalam ekonomi dunia semakin lama berlangsung semakin cepat sejalan dengan lajunya kemajuan ilmu pengetahuan, interdependensi ekonomi benar-benar hadir dan dapat dirasakan dalam kehidupan sehari-hari. Ekonomi global merupakan sebuah sistem yang dianut oleh dunia perekonomian internasional saat ini, hal tersebut ditandai oleh adanya sistem pasar terbuka, arus modal yang mengalir tanpa batas dan munculnya perusahaan-perusahaan multinasional. Globalisasi ekonomi bagi sebagian negara-negara sangat menguntungkan sebab dapat mempermudah mereka dalam memperoleh modal sebagai bahan bakar pertumbuhan ekonomi mereka, namun disisi lain kekuatan globalisasi ekonomi juga membuat ekonomi internasional mengalami ketergantungan satu sama lain, sehingga perekonomian suatu negara menjadi berpengaruh kepada negara lainnya. (R. D. Lestari, 2017)

Ekonomi global mempunyai ciri-ciri khas, diantaranya:

1. Deregulasi korporasi dan gerakan modal yang tidak terbatas
2. Privatisasi dan komodifikasi (*commodification*) atas berbagai jasa pelayanan publik dan aspek-aspek lain dari barang-barang milik bersama komunitas dan masyarakat global (*global and community commons*).
3. Pengintegrasian dan pengubahan (*conversion*) berbagai perekonomian nasional menjadi perekonomian yang sepenuhnya bertumpu pada produksi berorientasi ekspor (*export oriented production*) yang secara sosial dan lingkungan sangat berbahaya.
4. Pengembangan tingkat pertumbuhan berlebihan (*hyper growth*) dan eksploitasi tanpa batas atas sumber-sumber daya bumi, semata-mata demi memacu laju pertumbuhan tersebut.
5. Peningkatan konsentrasi korporasi secara dramatis.
6. Penghancuran program-program nasional yang mencakup bidang sosial, kesehatan dan lingkungan.
7. Penyeragaman kebudayaan global dan pengembangan secara intensif atas konsumerisme bebas tanpa kekangan (*unbridle consumerism*). (Heryanto, 2015)

### **Kritik Terhadap Ekonomi Global**

Kritik terhadap globalisasi muncul dan berkembang sebagai akibat dari makin meluasnya kerusakan yang ditimbulkan oleh globalisasi ekonomi yang telah berlangsung lebih dari lima abad yang bermula dari bentuk kolonialisme dan imperialisme, saat ini globalisasi ekonomi telah memasuki era *post-colonial*, dimana salah satunya ditandai oleh model pembangunan berorientasi ekspor. Kekuatan penggerak globalisasi ekonomi itu tiada lain adalah ratusan bank dan korporasi swasta raksasa yang mulai berkembang sejak Perang Dunia kedua dan seiring perjalanan waktu mereka kian memperluas berbagai jaringan produksi, konsumsi, keuangan dan

kebudayaan secara lintas batas. Kini nyaris segala sesuatu yang kita makan, minum, kenakan, kendarai dan yang memberikan hiburan bagi kita merupakan produk-produk dari berbagai korporasi pencengkeram bola bumi (globe-girdling corporations). Upaya sistematis yang dilakukan oleh kekuatan ekonomi global untuk memperluas jangkauan pasarnya kini berhasil digulirkan ke seluruh penjuru dunia dengan nama dan citra baru. (Heryanto, 2015)

Tulang punggung globalisasi ekonomi yang dimotori oleh perusahaan multinasional tidak lain adalah bahwa hak kepemilikan basis-basis ekonomi ada pada pribadi (individu) dan tukar-menukar termasuk distribusi dilakukan oleh hukum pasar bebas dan dengan cara tersebut peran negara yang seharusnya menjadi pelindung rakyat dan menjalankan keadilan dalam ekonomi akhirnya juga dikurangi. Usaha-usaha kecil yang tadinya ikut berperan dalam roda perekonomian di informalkan sebaliknya korporasi justru dipuji-puji bahkan diberi banyak subsidi dan privilege sebagai pahlawan ekonomi, secara sempit dapat dikatakan individu-individu berkekuatan kecil diadu di ring tinju pasar bebas dengan individu-individu korporasi global.

### **Gejolak Ekonomi Global**

Gejolak ekonomi global merupakan suatu keadaan yang dapat mempengaruhi perekonomian suatu negara, untuk itu seluruh elemen masyarakat baik unsur pemerintah maupun dunia usaha diminta bersama-sama bergandengan tangan untuk bekerja sama mengantisipasi dampak dari gejolak ekonomi global tersebut agar tidak terlalu mengganggu perekonomian nasional. Dalam beberapa tahun terakhir telah terjadi perubahan yang sangat drastis dalam perkembangan dinamika perekonomian global, kalangan pakar ekonomi dan lembaga ekonomi dunia memperkirakan proyeksi pertumbuhan ekonomi dunia yang semula diperkirakan sebesar 5,2% bisa melemah menjadi 4,8%, situasi ini dapat menjadi slowdown dari perekonomian global,

perlambatan ekonomi dunia tersebut disebabkan oleh gejolak keuangan dunia dan melonjaknya harga minyak bumi di pasar internasional. (Al-Zikrillah, 2020)

Penurunan ekonomi global akan mempengaruhi pertumbuhan ekonomi berbagai negara di dunia sebab, situasi tersebut dapat berpengaruh terhadap kekuatan supply dan demand dunia bahkan gejolak ekonomi global juga bisa berdampak pada Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) dan neraca pembayaran. Gejolak ekonomi global juga dapat mengakibatkan melonjaknya inflasi dan makin ketatnya persaingan dalam menarik investasi, persaingan di pasar ekspor pun bisa menjadi semakin ketat karena pasarnya tidak terbuka lebar dan bahkan menjadi semakin terbatas. (Al-Zikrillah, 2020)

### **Pengertian Pasar**

Pasar merupakan tempat yang dapat menghubungkan penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi barang atau jasa serta didefinisikan sebagai tempat proses terjadinya penentuan harga. Dalam pengertian dasar, pasar adalah tempat dimana penjual dan pembeli bertemu untuk saling melakukan pertukaran atas barang dan jasa. Pada masa lampau, pasar mengacu pada lokasi geografis, tetapi sekarang pasar tidak lagi memiliki batas-batas geografis karena komunikasi modern telah memungkinkan para pembeli dan penjual untuk mengadakan transaksi tanpa harus bertemu satu sama lain, maka dalam ekonomi modern pasar lebih dipahami sebagai suatu institusi yang menjadi ajang operasi kekuatan-kekuatan yang menentukan harga, sedangkan pasar dalam ilmu ekonomi adalah pertemuan antara permintaan dan penawaran. (Farma, 2019)

Pasar sebagai media yang mempertemukan antara penjual dan pembeli dengan tujuan mendistribusikan barang dan jasa dari satu pihak ke pihak yang lain juga pasar sebagai suatu sistem mengalokasikan sumber daya dan menyiratkan informasi tentang nilai-nilai relatif mereka. Pasar juga merupakan sistem yang mendistribusikan pendapatan sesuai dengan jumlah

dan nilai pasar sumber daya yang dimiliki, sistem pasar adalah suatu sistem dimana terdapat pengembalian keputusan yang terdesentralisasi. (Hidayatullah, 2017)

Adiwarman A. Karim juga mendefinisikan pasar sebagai tempat atau keadaan yang mempertemukan antara permintaan (pembeli) atau penawaran (penjual) untuk setiap jenis barang, jasa atau sumber daya. Pembeli meliputi konsumen yang membutuhkan barang dan jasa, sedangkan bagi industri membutuhkan tenaga kerja, modal dan barang baku produksi baik untuk memproduksi barang maupun jasa. Penjual termasuk juga untuk industri menawarkan hasil produk atau jasa yang diminta oleh pembeli, pekerja menjual tenaga dan keahliannya, pemilik lahan menjual atau menyewakan asetnya, sedangkan pemilik modal menawarkan pembagian keuntungan dari kegiatan bisnis tertentu. (Pertaminawati, 2016)

Dari uraian diatas dapat dipahami bahwa secara umum pasar memiliki dua pemahaman, yaitu klasik dan modern. Dalam pemahaman klasik, pasar diartikan sebagai tempat yang mempertemukan penjual dan pembeli untuk melakukan pertukaran atas barang dan jasa, sedangkan dalam pemahaman modern pasar adalah media yang dapat mewedahi operasi permintaan dan penawaran atas barang dan jasa.

### **Fungsi Pasar**

Pasar merupakan sebuah mekanisme pertukaran barang dan jasa yang alamiah yang telah berlangsung sejak peradaban awal manusia. Islam menempatkan pasar pada kedudukan yang penting dalam perekonomian karena ditunjukkan oleh praktik ekonomi pada masa Rasulullah dan Khulafa al-Rashidin bahwa pasar memiliki peranan yang cukup besar. Oleh karenanya Rasulullah sangat menghargai harga yang dibentuk oleh pasar sebagai harga yang adil, beliau menolak adanya suatu *prince intervention* seandainya perubahan harga terjadi karena mekanisme pasar yang wajar. Tidak hanya dalam ekonomi islam, dalam ekonomi konvensional pun baik itu

kapitalis maupun sosialis, pasar merupakan fasilitas publik yang vital dalam perekonomian, sehat atau tidaknya suatu sistem ekonomi dapat dilihat dari cara kerja pasar yang dimilikinya. (Amalia, 2015)

Pada dasarnya pasar tidak dapat dipisahkan dari aktivitas ekonomi yang dilakukan oleh para pelaku ekonomi, baik negara maupun individu hampir segala upaya yang dilakukan oleh para pelaku ekonomi dalam rangka memenuhi kebutuhannya akan barang dan jasa dilakukan dengan bertransaksi dengan para pelaku ekonomi lainnya. Oleh karena itu pasar adalah urat nadi dan barometer bagi suatu perekonomian dan dapat dikatakan bahwa pasar dalam sebuah sistem ekonomi merupakan sebuah keniscayaan yang sudah seharusnya ada.

Fungsi pasar secara terperinci adalah sebagai:

1. Pasar menetapkan harga dalam ekonomi pasar yang merupakan alat pengukur nilai dan barang yang akan diproduksi ditentukan oleh konsumen.
2. Pasar mengorganisasi produksi, caranya adalah lewat faktor biaya yang dalam teori harga diasumsikan bahwa kita mempergunakan metode produksi yang paling efisien yaitu metode yang dapat memaksimalkan rasio antara output produk dengan input sumber daya yang diukur dengan uang.
3. Pasar mendistribusikan produk, hal ini menyangkut barang yang dihasilkan lewat pembayaran kepada sumber daya mereka yang menghasilkan paling banyak akan menerima pembayaran paling banyak pula.
4. Pasar penyelenggaraan penjatahan (*rationing*) adalah inti dari terjadinya harga, sebab penjatahan membatasi konsumsi dari produksi yang tersedia.

Pasar menyediakan barang dan jasa untuk keperluan dimasa yang akan datang, tabungan (*savings*) dan investasi (*investment*) semuanya terjadi di pasar dan keduanya merupakan usaha mempertahankan dan mencapai kemajuan perekonomian.

### **Struktur Pasar**

Perilaku pembeli dan penjual di pasar dipengaruhi oleh struktur pasar yang dihadapi penjual dan pembeli. Dimensi struktur pasar yang mempengaruhi perilaku penjual dan pembeli adalah:

1. Jumlah dan luas distribusi penjual di pasar
2. Jenis produk apakah homogen atau heterogen
3. Kemampuan penjual untuk mempengaruhi pasar
4. Pengetahuan penjual dan pembeli akan pasar yang akan dihadapinya
5. Mudah tidaknya perusahaan untuk keluar masuk pasar

Beberapa dimensi pasar tersebut mengakibatkan adanya tipe-tipe pasar tertentu, yaitu pasar persaingan sempurna, pasar monopoli, pasar persaingan monopolistik, dan pasar oligopoli. Suatu produk dikatakan homogen (*homogeneous goods*) apabila produknya identik, oleh karena itu seseorang akan merasa indifferen diantara produk-produk yang homogen untuk itu tidak ada perbedaan antara produk buatan pabrik A atau pabrik B konsekuensinya harga untuk barang-barang yang homogen seharusnya sama. Sedangkan produk yang terdiferensiasi adalah produk yang heterogen dan dapat dibedakan antara yang satu dengan yang lainnya sehingga ketika konsumen hendak meninggalkan suatu produk tertentu karena mengalami kenaikan harga, maka akan dengan mudah ditemukan produk penggantinya. (Sukanto, 2012)

Selain itu struktur pasar juga dibedakan berdasarkan banyaknya penjual dan pembeli, secara mudah dikatakan pasar yang terdiri dari banyak penjual dengan barang yang relatif homogen disebut pasar bersaing sempurna (*perfect competition*) sedangkan pasar yang terdiri dari banyak



penjual dan barangnya berbeda satu sama lain (terdiferensiasi) disebut pasar bersaing monopoli (*monopolistic competition*). Pasar yang hanya ada satu penjual disebut sebagai pasar monopoli sedangkan pasar yang ada beberapa penjual disebut pasar oligopoli. (Irawan, 2015)

### **Mekanisme Pasar**

Mekanisme pasar (*market mechanism*) adalah kecenderungan di pasar bebas sehingga terjadi perubahan harga sampai pasar menjadi seimbang (*equilibrium*) yakni sampai jumlah permintaan dan penawaran sama dengan sejumlah kondisi yang diisyaratkan, mekanisme pasar dianggap sebagai mekanisme yang dapat mendorong pemakaian sumber daya yang efisien dan dapat mendorong perkembangan ekonomi karena adanya kebaikan dalam mekanisme pasar. Mekanisme pasar juga didefinisikan sebagai proses yang berjalan atas dasar gaya (kekuatan) tarik menarik antara konsumen-konsumen (*demand*) dan produsen-produsen (*supply*) yang bertemu di pasar, dari proses tersebut kemudian terbentuklah suatu harga atas barang di pasar barang dan faktor produksi di pasar faktor produksi. Mekanisme pasar yang merupakan sebuah sistem yang menentukan terbentuknya harga, di dalam prosesnya dapat dipengaruhi oleh berbagai hal, yaitu permintaan dan penawaran, distribusi, kebijakan pemerintah, pekerja, uang, pajak dan keamanan dimana dalam proses mekanisme pasar tersebut diharuskan adanya asas moralitas, yang antara lain persaingan yang sehat (*fair play*), kejujuran (*honesty*), keterbukaan (*transparency*) dan keadilan (*justice*). Jika nilai-nilai ini telah ditegakkan maka tidak ada alasan untuk menolak harga pasar karena secara alamiah harga ditentukan oleh peran mekanisme pasar melalui keseimbangan antara permintaan dan penawaran di pasar. (Abdul Aziz, 2017)

Pada prinsipnya harga yang dibentuk oleh mekanisme pasar bergerak secara bebas sesuai hukum permintaan dan penawaran jika supply lebih besar dari demand, maka harga akan cenderung lebih rendah begitupun sebaliknya jika demand lebih tinggi sementara supply terbatas, maka

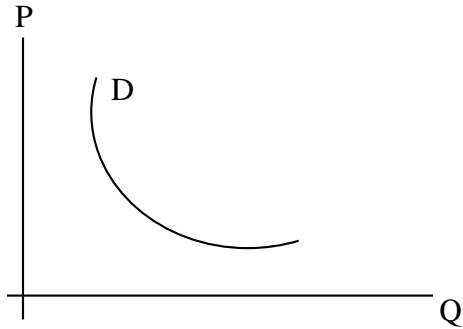
harga akan cenderung mengalami peningkatan. Mekanisme pasar yang bisa berjalan secara sehat akan dapat membentuk kondisi yang seimbang antara permintaan dan penawaran, yaitu kondisi dimana tidak ada kelebihan dan kekurangan stock sehingga jumlah barang yang ditawarkan pada satu periode tertentu sama dengan barang yang diminta, pada kondisi inilah keseimbangan harga akan terbentuk. (Amalia, 2015)

### **Permintaan (*Demand*)**

Permintaan (*Demand*) adalah kemampuan dan keinginan konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa pada berbagai tingkat (pilihan) harga selama periode tertentu, permintaan dibedakan ke dalam permintaan efektif dan permintaan tidak efektif. Permintaan efektif adalah permintaan yang didukung oleh daya beli, sedangkan permintaan yang tidak didukung oleh daya beli disebut permintaan tidak efektif karena permintaan ada kaitannya dengan daya beli dan daya beli nantinya akan dikaitkan dengan harga maka akan ada hubungan antara harga dengan produk. (Jordan, 2017)

Hukum permintaan menjelaskan hubungan antara banyaknya barang/jasa yang diminta dengan harganya, hukum permintaan menyatakan, “semakin rendah harga dari suatu barang/jasa, semakin banyak permintaan akan barang/jasa tersebut sebaliknya semakin tinggi harga dari suatu barang/jasa, semakin sedikit permintaan atas barang/jasa tersebut.” Hukum permintaan mempunyai hubungan yang negatif, yaitu hubungan yang berlawanan arah dari dua sisi (pihak).

Berdasarkan hukum permintaan tersebut, maka kurva permintaan (*demand curve*) dapat digambarkan sebagai berikut:

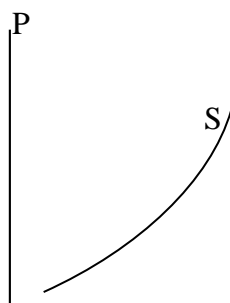


**Penawaran (*Supply*)**

Penawaran (*Supply*) adalah total kualitas barang/jasa yang ingin atau dapat ditawarkan oleh produsen pada berbagai tingkat harga selama satu periode tertentu serta hukum penawaran menjelaskan hubungan antara banyaknya barang/jasa yang ditawarkan dengan harganya. Hukum penawaran menyatakan, "semakin rendah harga suatu barang/jasa, semakin sedikit penawaran atas barang/jasa tersebut sebaliknya semakin tinggi harga suatu barang/jasa, semakin banyak penawaran atas barang/jasa tersebut." (Jordan, 2017)

Sikap produsen (penjual) berlawanan arah dengan sikap konsumen (pembeli), pembeli akan sangat senang dengan kualitas yang tidak berubah sedangkan harganya semakin rendah (turun), sementara produsen (penjual) akan senang jika produk dengan kualitas tertentu akan tetapi harga yang terjadi di pasar akan semakin tinggi (naik). Hubungan positif atau hubungan searah yang berarti jika harga semakin tinggi (naik) maka kuantitas penawaran akan semakin besar juga, dan jika harga turun maka kuantitas penawaran dari produsen (penjual) akan semakin kecil (sedikit). (Jordan, 2017)

Berdasarkan hukum penawaran tersebut maka, kurva penawaran (*supply curve*) dapat digambarkan sebagai berikut:



Metode atau cara untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan ditulis tidak melebihi 600 kata. Bagian ini dilengkapi dengan diagram alir penelitian yang menggambarkan apa yang sudah dilaksanakan dan yang akan dikerjakan selama waktu yang diusulkan. Format diagram alir dapat berupa file JPG/PNG. Bagan penelitian harus dibuat secara utuh dengan penahapan yang jelas, mulai dari awal bagaimana proses dan luarannya, dan indikator capaian yang ditargetkan. Di bagian ini harus juga mengisi tugas masing-masing anggota pengusul sesuai tahapan penelitian yang diusulkan.

## METODE

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode yang menggunakan dalam bentuk angka dan bilangan. Dengan menggunakan data sekunder yang dimana data telah dikumpulkan oleh lembaga penggumpulan data dan publikasikan kepada masyarakat pengguna data. Dimana dimana data yang diperoleh dari laporan keuangan (perusahaan industri Sub Sektor komestik dan keperluan rumah tangga) yang telah diedit oleh kantor akuntan publik. Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari perusahaan ang terdaftar di bursa efek indonesia dan melalui berbagai buku-buku, literatur perusahaan dan data lainnya, serta situs internet yang berhubungan dengan objek penelitian.

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan industri (Sub Sektor komestik dan keperluan rumah tangga) yang terdaftar di bursa efek indonesia yaitu sebanyak 6 perusahaan. Pemilihan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan metode purposive sampling, yaitu pengambilan sampel dari suatu populasi dengan kriteria tertentu. Berdasarkan kriteria tersebut, dari total populasi jumlah perusahaan industri Sub Sektor komestik dan keperluan rumah tangga sebanyak 6 perusahaan, diperoleh sampel sejumlah 5 perusahaan dengan periode pengamatan 5 tahun dari 2014-2019, sehingga jumlah data perusahaan yang diamati sebanyak 2 perusahaan laporan keuangan yang merupakan data panel.

Langkah-langkah penelitian ini adalah 1) studi kepustakaan, 2) mengakses web dan situs lainnya, 3) merumuskan dan menganalisis data yang didapatkan ke program olah data, 4) mengolah data, 5) melakukan analisis data sesuai materi, 6) penyusunan laporan penelitian, 7) menyusun artikel dan publikasi.

Jadwal penelitian disusun dengan mengisi langsung tabel berikut dengan memperbolehkan penambahan baris sesuai banyaknya kegiatan.

#### JADWAL

No	Nama Kegiatan	Bulan											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12

Daftar pustaka disusun dan ditulis berdasarkan sistem nomor sesuai dengan urutan pengutipan. Hanya pustaka yang disitasi pada usulan penelitian yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka.

#### DAFTAR PUSTAKA

1. Abdul Aziz, A. D. A. dan N. A. (2017). Mekanisme Pasar Produk Usaha Kreatif Home Industri Di Desa Bodelor Dalam Teori IBN Khaldun. *Palliative Care Research*, 25(1), 9–14. <https://doi.org/10.1016/j.jpainsymman.2017.04.009>
2. Agustina, & Rice. (2016). *ANALISA FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI SEBAGAI VARIABEL MODERATING PADA PERUSAHAAN INDONESIA*. 6(April), 85–101.
3. Al-Zikrillah. (2020). *SISTEM EKONOMI INDONESIA*.
4. Amalia, E. (2015). Mekanisme Pasar dalam Kebijakan Penetapan Harga Adil dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics*, 5(1). <https://doi.org/10.15408/aiq.v5i1.2106>
5. Cyndira, D. (2020). *Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Pengembalian Saham Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2011-2016*. 1–7.
6. Farma, J. (2019). Mekanisme Pasar dan Regulasi Harga: Telaah atas Pemikiran Ibnu Taimiyah. *Cakrawala: Jurnal Studi Islam*, 13(2), 182–193. <https://doi.org/10.31603/cakrawala.v13i2.2387>
7. Gunawan, A. D. E., & Wahyuni, S. R. I. F. (2013). *Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Perdagangan Di Indonesia*. 13(01), 63–84.
8. Hariyanti, D. (2020). *Pengaruh Ekonomi Global Dan Domestik Terhadap Inflasi Di Indonesia*. 05.

9. Hasan, I. (2011). *Metode Penelitian*. 42–57.
10. Heryanto, J. (2015). Pro Dan Kontra Ekonomi Global. *Jurnal Manajemen Dan Wirausaha*, 6(2), 105–113. <https://doi.org/10.9744/jmk.6.2.pp.105-113>
11. Hidayatullah, I. (2017). Pemikiran Ibnu Khaldun Tentang Mekanisme Pasar & Penetapan Harga. *Profit : Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 1(1), 92–129. <https://doi.org/10.33650/profit.v1i1.318>
12. Hidayatullah, I. (2018). *Pandangan Ibnu Khaldun Dan Adam Smith Tentang Mekanisme Pasar*. 117–145.
13. Irawan, M. (2015). MEKANISME PASAR ISLAMI DALAM KONTEKS IDEALITA DAN REALITA ( Studi Analisis Pemikiran Al-Ghazali dan Ibnu Taimiyah ). *Jebis*, 1(1), 67–78.
14. Irawati, D. E. (2012). *Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Laba, Ukuran Perusahaan Dan Likuiditas Terhadap Kualitas Laba*. 1(2), 1–6.
15. Islamiati, D. (2016). *Pengaruh Perputaran Modal Kerja dan Perputaran Aktiva Tetap Terhadap Profitabilitas Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2009-2016*. 1–24.





**UNIVERSITAS MAHAPUTRA MUHAMMAD YAMIN**  
**Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Pada Masyarakat (LP3M)**  
Kampus I Jln. Jendral Sudirman No. 6 Telp. 0755-20565  
Kampus II Jln. Raya Koto Baru No. 7 Kec. Kubung Kab. Solok Telp. 0755-20127

## **Surat Tugas**

No. 29.19/ST-P/LP3M-UMMY/X-2018

Kepala Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Pada Masyarakat (LP3M) Universitas Mahaputra Muhammad Yamin Solok, dengan ini menugaskan kepada:

Nama : DR. Wahyu Indah Mursalini, SE.MM  
NIDN : 1019017402  
Tempat/Tanggal Lahir : Sumani, 19 Januari 1974  
Pangkat/Golongan Ruang : Lektor III/d  
Prodi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi  
Alamat : Sumani

Untuk melaksanakan kegiatan Penelitian dengan judul: **“Pengaruh Gejolak Ekonomi Global Dan Mekanisme Pasar Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia”**, pada Tahun Akademik 2018/2019

Demikian Surat Tugas ini dibuat untuk dapat dilaksanakan dengan baik dan penuh tanggung jawab.

Solok, 29 Oktober 2018  
Kepala LP3M UMMY



DR. Wahyu Indah Mursalini, SE. MM.  
NIDN. 1019017402