



# Komunikasi tentang Resesi

**M**enjelang akhir tahun 2022 ini, kita dihantui oleh sejumlah pemberitaan dan pernyataan tentang resesi yang akan melanda di tahun depan. Tiap hari ada saja artikel atau berita yang mengkhawatirkan tentang resesi yang sudah berada di ambang pintu. Pada saat kita sudah mulai bernapas agak lega sesudah pandemi yang berkecamuk sejak awal tahun 2020 yang mengubah pola hidup dan pola kerja, muncul ancaman baru dalam bentuk resesi.

Mendengar perkataan “resesi”, bayangan yang muncul di dalam benak kita adalah keadaan ekonomi yang parah, pengangguran yang merajalela dan harga barang-barang kebutuhan pokok yang merayap naik. Para eksekutif yang menjalankan bisnis waswas tentang terjadinya penurunan penjualan.

Akibat berikutnya bahwa kontraksi penjualan secara drastis tidak dapat diimbangi dengan kemampuan pengendalian biaya tetap (*fixed costs*) secara segera. Sehingga, perusahaan mengalami kerugian. Apabila kerugian tidak dapat diatasi untuk jangka waktu panjang, maka kebangkrutan adalah akibat terparah yang dapat dialami perusahaan.

Sebenarnya, sekalipun pemberitaan tentang resesi tiada hentinya, kalau kita berhenti sejenak dan mencoba mencerna semua berita yang mengkhawatirkan ini, kita akan dihadapkan kepada masalah. Bahwa meski banyak yang berbicara tentang resesi, namun arahnya macam-macam. Hal yang sebenarnya dimaksud juga tidak ada keselarasan. Ada yang berbicara secara umum, ada pula yang spesifik mengatakan bahwa tahun 2023 diperkirakan adalah tahun yang “gelap” dikarenakan resesi.

Sebagian besar pembahasan tentang kemungkinan resesi bermuara pada situasi ekonomi yang belum sepenuhnya pulih dari akibat pandemi COVID-19 yang kemudian dihantam oleh akibat perang antara Rusia dan Ukraina. Perang yang berlangsung di daratan Eropa Tengah ini menyebabkan kelangkaan bahan pangan dan bahan bakar fosil. Khususnya gas dan minyak bumi yang dituding sebagai pemicu terjadinya resesi global pada 2023.

## Optimis

Sebaliknya, di Indonesia banyak yang optimistis bahwa perekonomian negeri ini akan tumbuh karena konsumsi domestik akan tetap meningkat di tengah ancaman resesi global, seperti dinyatakan oleh Ketua Umum APINDO (Asosiasi Pengusaha Indonesia), Haryadi B. Sukamdani. Sebagian besar pakar yang berkontribusi kepada suplemen *Bisnis Indonesia* yang berjudul “Arah Bisnis & Politik 2023: Solid & Bangkit” juga cenderung optimistis dalam melihat prospek Indonesia tahun depan.

Adanya silang pendapat adalah hal yang lumrah karena sebagaimana ilmu sosial pada umumnya, ekonomi tidak dapat memberikan gambaran yang eksak, seperti matematika. Sekalipun demikian, akan sangat membantu apabila otoritas

keuangan dapat memberikan penjelasan yang tuntas tentang kemungkinan resesi dan langkah mitigasi yang diambil pemerintah dengan menggunakan bahasa dan terutama istilah yang mudah dipahami oleh masyarakat awam.

Definisi yang paling sederhana tentang resesi adalah adanya penurunan pertumbuhan ekonomi selama dua kuartal berturut-turut. Sesuatu yang sebenarnya bukanlah hal yang luar biasa karena tidak selamanya ekonomi akan terus menerus tumbuh. Hal yang telah kita alami dan dapat diatasi dengan baik oleh pemerintah adalah dampak pandemi COVID-19 terhadap perekonomian yang mengalami penurunan jauh lebih lama daripada dua kuartal.

Keberhasilan mengatasi dampak ekonomi, selain dampak kesehatan, dari pandemi COVID-19 telah memberikan kepercayaan atas kemampuan pemerintah mengelola perekonomian negara dengan tetap memperhitungkan kemungkinan semakin parahnya situasi yang tidak dapat diantisipasi sebelumnya. Mengutip pernyataan Menteri Keuangan Sri Mulyani, kita harus optimis, namun tetap waspada menghadapi tahun 2023.

Suatu hal yang belum banyak terlihat adalah upaya dunia usaha atau perusahaan pada umumnya untuk memberikan ketenangan kepada para karyawan dalam menghadapi pemberitaan-pemberitaan tentang resesi. Dalam menghadapi ketidakpastian, reaksi pimpinan perusahaan sesuai dengan

kaidah-kaidah manajemen yang baik adalah bersikap hati-hati dan bersiap menghadapi keadaan yang paling parah (*prepare for the worst*).

Dalam situasi seperti ini, perusahaan pada umumnya akan menunda rencana-rencana besar, termasuk rekrutmen karyawan. Sampai adanya tanda-tanda positif yang memberikan keyakinan kepada mereka bahwa situasi tidak separah yang dikhawatirkan atau yang terburuk sudah dilewati.

## Komunikasi ke Dalam

Yang penting adalah bahwa kehati-hatian ini tidak menjerumuskan kepada tindakan drastis berupa pemotongan anggaran yang berlebihan. Jika sebagian besar perusahaan melakukan tindakan tersebut,

maka ada kemungkinan menyebabkan *self-fulfilling prophecy* atau membuat suatu ramalan benar-benar terjadi karena langkah-langkah yang diambil justru mendukung pencapaian hal yang dikhawatirkan.

Oleh karena itu, sangat penting bahwa dunia usaha memperoleh keyakinan bahwa pemerintah telah mengambil langkah-langkah yang benar untuk mencegah dan memitigasi imbas dari resesi global, kalau memang itulah yang terjadi.

Hal lain yang harus dipersiapkan oleh pimpinan perusahaan adalah komunikasi internal. Sama halnya seperti kita mempunyai ekspektasi bahwa pemerintah sudah merancang langkah-langkah mengatasi resesi, para karyawan perusahaan tentunya juga memiliki ekspektasi yang sama. Yakni, bahwa pimpinan perusahaan sudah memiliki rencana untuk menghadapi situasi yang terburuk.

Sama halnya seperti menghadapi krisis pada umumnya. Transparansi dan kejujuran dalam berkomunikasi ke dalam menjadi kunci dari langkah apa pun yang akan diambil. Dukungan karyawan dalam situasi sulit hanya dapat diperoleh kalau mereka memiliki keyakinan dan kepercayaan penuh terhadap kemampuan dan integritas pimpinan. ●



ILUSTRASI: detikcom.

Mendengar perkataan “resesi”, bayangan yang muncul di dalam benak kita adalah keadaan ekonomi yang parah, pengangguran yang merajalela dan harga barang-barang kebutuhan pokok yang merayap naik.

