

JENI WULANDARI, SUPRIHATIN ALI, &
K. BAGUS WARDIANTO
(Editor)

COVID-19: PELUANG DAN TANTANGAN DALAM PERSPEKTIF BISNIS

(Sebuah Catatan Dari Generasi Z)

Basri Wijaya Pakpahan | Yohanes Apik Lumban Batu | Trizka
Kinanti Dewi | Siti Mailani | Winda Hasdita ZA | Intan Herlinawati |
Sayyidatul 'Izza | Destri Griselda Saragih | Nicole Mitchell Santoso |
Rahmat Azi Maulana | Anggun Pratiwi | Fransiskus Adi Santoso |
Saepudin | Fatwah Ina Aulisaina | Muhammad Arif Rahman Hakim |
Nurhidayat | Gita Putri Prastiwi | Septian Adi Putra | Risa Aulia |
Andreas Kevin Santoso | Devi Novita Sari | Atika Nur Royyanah |
Muhammad Zulva Zeta Zaidan | Carina Melinya | Muna Farah
Azzahra | Rily Yunita

Covid-19: Peluang dan Tantangan dalam Perspektif Bisnis

(Sebuah Catatan dari Generasi Z)

JENI WULANDARI, SUPRIHATIN ALI
K. BAGUS WARDIANTO
(Editor)

Basri Wijaya Pakpahan | Yohanes Apik Lumban Batu | Trizka Kinanti
Dewi | Siti Mailani | Winda Hasdita ZA | Intan Herlinawati | Sayyidatul
'Izza | Destri Griselda Saragih | Nicole Mitchell Santoso | Rahmat Azi
Maulana | Anggun Pratiwi | Fransiskus Adi Santoso | Saepudin | Fatwah
Ina Aulisaina | Muhamad Arif Rahman Hakim | Nurhidayat | Gita Putri
Prastiwi | Septian Adi Putra | Risa Aulia | Andreas Kevin Santoso | Devi
Novita Sari | Atika Nur Royyanah | Muhammad Zulva Zeta Zaidan |
Carina Melinya | Muna Farah Azzahra | Rily Yunita

Perpustakaan Nasional RI:
Katalog Dalam Terbitan (KDT)

Covid-19: Peluang dan Tantangan dalam Perspektif Bisnis

(Sebuah Catatan dari Generasi Z)

Penulis:

Basri Wijaya Pakpahan | Yohanes Apik Lumban Batu | Trizka Kinanti Dewi | Siti Mailani | Winda Hasdita ZA | Intan Herlinawati | Sayyidatul 'Izza | Destri Griselda Saragih | Nicole Mitchell Santoso | Rahmat Azi Maulana | Anggun Pratiwi | Fransiskus Adi Santoso | Saepudin | Fatwah Ina Aulisaina | Muhamad Arif Rahman Hakim | Nurhidayat | Gita Putri Prastiwi | Septian Adi Putra | Risa Aulia | Andreas Kevin Santoso | Devi Novita Sari | Atika Nur Royyanah | Muhammad Zulva Zeta Zaidan | Carina Melinya | Muna Farah Azzahra | Rily Yunita

Editor:

Jeni Wulandari | Suprihatin Ali | K. Bagus Wardianto

Desain Cover & Layout:

Gagaspana Pujanguti

VII + 116 hal : 14 x 21 cm

Cetakan Oktober 2021

ISBN:

Penerbit:

FISIP Universitas Lampung

Penerbitan Bersama Laboratorium Bisnis dan UKM (BuSME)

Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis

FISIP Universitas Lampung

Alamat:

Jln. Prof. Dr. Soemantri Brodjonegoro No. 1, Gedongmeneng, Rajabasa, Bandar Lampung

Email: unitpublikasi@fisip.unila.ac.id

Website: fisip.unila.ac.id

HP. 08154019877

Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari penerbit

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kepada Allah SWT, pemilik kuasa yang maha mengetahui setiap jengkal dalam putaran waktu dan pergerakan alam semesta. Hadirnya buku ini merupakan catatan perjalanan melewati masa pandemi Covid-19 yang terjadi sedemikian rupa, mengubah tatanan 'keajegan' yang selama ini tidak pernah dibayangkan. Buku ini merupakan buku pertama hasil Kerjasama Laboratorium Bisnis dan UKM (BuSME) dan HMJ Ilmu Administrasi Binis.

Dorongan untuk menyusun karya ini didasari oleh momentum pandemi Covid-19 yang akan menjadi catatan sejarah bagi generasi di masa yang akan datang. Khususnya dalam tatanan dunia usaha, pandemi ini menimbulkan gejala yang signifikan, baik pada proses bisnis, maupun pengelolaan sumberdaya manusia yang belum pernah terjadi sebelumnya. Kondisi ini memberikan stimulus untuk memotret bagaimana tantangan bisnis yang terjadi, dan gagasan kreatif yang dapat menjadi peluang dalam menjalani masa pandemi Covid-19 yang belum berakhir sampai saat ini.

Potret terhadap kondisi hari ini disajikan secara kritis oleh generasi Z. Mengutip kategori usia dari Pew Research Center, generasi Z merupakan generasi yang lahir dalam rentang tahun 1997 sampai 2012. Generasi Z dalam buku ini diwakili oleh mahasiswa Universitas Lampung, yakni FISIP, khususnya jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Beberapa hasil karya juga datang dari mahasiswa UIN Raden Intan Lampung, Institut Teknologi Sumatera, Universitas Prasetiya Mulya, IAI Tazkia, Universitas Diponegoro, Universitas Katolik Soegijapranta, Universitas Negeri Malang, dan Institut Teknologi Sepuluh Nopember.

Terima kasih kepada Dekan FISIP Unila, Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, penerbit, dan tim editor. Terutama terima kasih kepada para penulis yang sudah bersedia menuangkan gagasannya dan berpartisipasi dalam penyusunan buku ini. Semoga yang tertulis tidak hanya menjadi catatan dalam lembaran kertas, tetapi juga terselip 'lembaran' doa agar pandemi Covid-19 segera berlalu.

Akhir kata, mengambil kutipan dari Jess Conrad, "*learn the past, watch the present, and create the future.*" Semoga catatan sederhana ini dapat memberikan potret yang menarik mengenai kondisi saat ini, dan membawa hikmah kebaikan di masa yang akan datang.

Universitas Lampung, Oktober 2021
Ketua Laboratorium Bisnis dan UKM BuSME,

Dr. Jeni Wulandari, S.A.B., M.Si.

DAFTAR ISI

COVER.....	I
SAMPUL	II
KETERANGAN PENERBIT	IV
KATA PENGANTAR	V
DAFTAR ISI.....	VI
BAGIAN PERTAMA: TANTANGAN PENGELOLAAN SDM DI MASA PANDEMI COVID-19	
1. Dunia Kerja Saat Pandemi Covid-19 Dalam Persepektif Gender Basri Wijaya Pakpahan	2
2. Pandemi Covid-19 dan Perubahan Budaya Kerja Yohanes Apik Lumban Batu.....	7
3. Tantangan Ketenagakerjaan Di Indonesia Pada Masa Pandemi Covid-19 Trizka Kinanti Dewi	11
4. Pandemi Covid-19 Tantangan Menuju SDM Cakap Digital dan Berkompeten Siti Mailani.....	15
5. WFH dan Tantangan Human Resources Development Di Masa Pandemi Winda Hasdita ZA.....	20
6. PHK Era Covid-19: "ALIBI" Perusahaan? Intan Herlinawati	25
7. Stres Dan Kecemasan Pekerja Di Masa Pandemi Covid-19 Sayyidatul 'Izza	30
BAGIAN KEDUA: TANTANGAN PENGELOLAAN UMKM DI MASA PANDEMI COVID-19	
1. Relevansi Teori Darwin Di Masa Pandemi Covid-19 Tentang Sektor Bisnis Di Indonesia Destri Griselda Saragih.....	36
2. Kontribusi Mencegah Resesi: Langkah Kreatif Generasi Z Memulihkan Ekonomi Indonesia Nicole Mitchell Santoso	40
3. Pemanfaatan Sosial Media Untuk Kuliner di Masa Pandemi Rahmat Azi Maulana.....	47
4. Ekonomi Bangkit Pasca Pandemi: Meningkatkan Penjualan Usaha Mikro Kecil Menengah Dengan Inovasi Digital Anggun Pratiwi.....	51
5. <i>Market Place</i> Digital Sebagai Penyelamat Pedagang Konvensional Fransiskus Adi Santoso.....	57
BAGIAN KETIGA: PELUANG INOVATIF DI MASA PANDEMI COVID-19	
1. Main.id: Sarana Pendidikan Karakter Melalui Pelestarian Kearifan Lokal Di Era Disrupsi Teknologi Saepudin dan Nova Elia	61
2. <i>Cermath</i> : Digitalisasi Pembelajaran Matematika Dengan Konsep <i>ProblemBASED Learning</i> Sebagai Solusi Tantangan Pembelajaran Matematika Sekaligus Peningkatan kesejahteraan Guru Honorer di Era Pendidikan <i>New Normal</i> Fatwah Inna Aulisaina dan Muhamad Arif Rahman Hakim.....	65

3. <i>Mind-Palace VR</i> : Induksi Hipnotis Berbasis Teknologi <i>Virtua Reality</i> Sebagai Upaya Peningkatan Kesehatan mental dan Kolaborasi Digitalisasi Sumber Daya Manusia Di Era New Normal Nurhidayat dan Gita Putri Prastiwi	70
4. Jejamo Lampung: Aplikasi sentra Penjualan UMKM Lampung Dalam Upaya Meningkatkan Perekonomian Pasca Pandemi Covid-19 Septian Adi Putra	75
5. Si Japri: Kolaborasi teknologi Dengan Digitalisasi Ekonomi Dalam Bentuk Apliasi untuk Transaksi Belanja Di pasar tradisional Risa Aulia	80
6. Pemanenan Air dDari Air Asam Tambang industri Baturaja Dengan Membran Nanofiltrasi; solusi air Bersih dan pelestarian lingkungan Dunia Kerja Saat Pasca Pandemi Covid-19 Dalam Persepektif Gender Andreas Kevin Santoso dan M. Zulfikar Milus	85
7. “Ada Tukang”: <i>Market Place jasa perbaikan dan</i> Pemeliharaan Bangunann sebagai Perluasaan Kesempatan Kerja Pasca Pandemi Di Sektor Ketenagakerjaan Devi Novita Sari dan Atika Nur Royyanah	91
8. Inovasi Digital :Transformasi Pendidikan Era Digital Muhammad Zulva Zeta Zaidan	95
9. RK-GI (Rumah Kebaikan <i>Gadget</i> Indonesia): Inovasi Program Beli Juga Beri Berbasis <i>Sociopreneurship</i> Guna Memperkuat Eksistensi Generasi Z dalam Mengoptimalkan Penggunaan Teknologi Pasca Pandemi Covid-19 Carina Melinya dan Muna Farah Azzahra	99
10.GO-SMES: <i>Smart Platform</i> Berbasis Aplikasi digital Sebgai Upaya Untuk Memulihkan UMKM Pasca Pandemi Covid-19 Rily Yunita	104
PROFIL PENULIS	110

**BAGIAN PERTAMA
TANTANGAN PENGELOLAAN SDM
DI MASA PANDEMI COVID-19**

DUNIA KERJA SAAT PANDEMI COVID-19 DALAM PERSPEKTIF GENDER

Basri Wijaya Pakpahan

Pandemi dan Dunia Kerja

Pandemi Covid-19 memiliki efek yang luar biasa pada lingkungan di dunia kerja. Selain ancaman terhadap kesehatan masyarakat, gangguan ekonomi dan sosial mengancam mata pencaharian dan kesejahteraan jutaan orang dalam jangka panjang. Aturan baru untuk meminimalisir penyebaran Covid-19 pun diberlakukan. Mulai dari pembatasan waktu kerja, pemutusan hubungan kerja, hingga adanya aturan bekerja dari rumah atau *Work From Home* (WFH), dan larangan perjalanan telah menjungkirbalikkan asumsi tentang sifat pekerjaan dan interaksi perusahaan (Titan, *et al.* 2020).

Organisasi Perburuhan Internasional (ILO) telah menerbitkan penilaian awal (Maret dan April) tentang dampak COVID-19 pada dunia kerja. Hasilnya diketahui adanya peningkatan pengangguran dan melebarnya kesenjangan dengan dampak yang tidak proporsional.

Dampak pandemi terhadap lapangan kerja sangat dalam, luas dan belum pernah terjadi sebelumnya dan paling parah sejak Perang Dunia Kedua. Adanya kebijakan *lockdown* atau sebagian memengaruhi 2,7 miliar pekerja dan 1,25 miliar diantara pekerja dipekerjakan di sektor-sektor yang sekarang menghadapi penurunan parah. Pandemi tidak hanya berdampak pada kuantitas pekerjaan, tetapi juga kualitas pekerjaan. Selain kerugian pendapatan yang diperkirakan, ketidaksetaraan dan kemiskinan akan memburuk dengan meningkatnya jumlah pekerja miskin (Titan, *et al.* 2020).

Pandemi Covid-19 dan Kesenjangan Gender

Secara global, perempuan memang memiliki lebih sedikit peluang untuk berpartisipasi dalam ekonomi daripada laki-laki. Mulai dari lebih sedikit akses ke pendidikan dasar dan tinggi, risiko kesehatan dan keselamatan yang lebih besar, dan perwakilan di kancah politik yang lebih sedikit. Pada negara-negara berkembang seperti Asia, tingkat partisipasi angkatan kerja perempuan adalah 50 persen dibandingkan dengan 82 persen untuk laki-laki. Perempuan terus melakukan sebagian besar pekerjaan rumah tangga dan perawatan yang tidak dibayar, dan mereka juga memiliki peran pengambilan keputusan yang terlalu sedikit di pemerintahan dan bisnis (Steven, 2020).

Di banyak belahan negara di dunia, kaum perempuan cenderung berpenghasilan lebih sedikit, menabung lebih sedikit, memiliki pekerjaan yang kurang aman, dan tentunya minim pengaruhnya dibandingkan laki-laki dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. Apalagi jika melihat bahwa sekitar 740 juta penduduk wanita dunia bekerja dalam sektor informal (Florence, *et al.* 2019). Pandemi Covid-19 jelas semakin memperparah keadaan. Pandemi Covid-19 memiliki efek negatif yang tidak proporsional pada perempuan dan peluang kerja yang akan dicapai.

Berkaca pada negara berkembang, pekerjaan informal menjadi kelompok pekerjaan yang banyak diduduki oleh kaum perempuan (UN Women, 2020). Namun, pekerjaan di sektor informal inilah yang paling banyak terdampak saat pandemi menyerang. Bahkan, sektor yang paling terkena dampak dari pandemi adalah pekerjaan yang banyak digandrungi oleh perempuan, mulai dari sektor pariwisata, maupun layanan akomodasi lainnya. Padahal, sektor pekerjaan informal telah menjadi sumber pekerjaan dan pendapatan yang signifikan bagi perempuan, khususnya di Indonesia, dan banyak terlibat dalam pekerjaan paruh waktu (Tri, 2021).

Hal ini menunjukkan bahwa perempuan telah melakukan sebagian besar pekerjaan bergaji rendah, bahkan saat pandemi. Sayangnya, kaum perempuan yang bergerak di sektor informal ini sering diabaikan. Mulai dari pengakuan hukum, dan perlindungan yang memadai atas pekerjaannya (Tri, 2021). Kondisi tersebut membuat kaum perempuan rentan terhadap dampak ekonomi dari Covid-19.

Studi ILO menunjukkan bahwa bahwa selama pandemi, perempuan kehilangan pekerjaan mereka. Keterlibatan mereka dalam pekerjaan yang tidak dibayar meningkat. Ketika pekerjaan langka, perempuan sering tidak diberikan kesempatan kerja yang tersedia bagi laki-laki. Kesempatan kehilangan pekerjaan semakin tinggi saat penerapan dan pembatasan kerja, dan semakin besar kelangkaan pekerjaan setelah krisis Covid-19, semakin sulit bagi pekerjaan perempuan untuk pulih (WEF, 2021).

Pandemi memang memiliki dampak yang lebih nyata bagi kaum perempuan ketimbang laki-laki. Kaum perempuan kehilangan pekerjaan pada tingkat yang lebih tinggi dengan 5persen dari total keseluruhan. Persentase ini berbeda dengan kaum laki-laki yang ada di posisi 3,9persen. ILO menunjukkan bahwa meskipun secara absolut 64 juta perempuan dari 80 juta laki-laki telah kehilangan pekerjaan, dampak yang relatif tinggi ada pada perempuan (WEF, 2021). Sebagian karena representasi mereka yang tidak proporsional di sektor-sektor yang secara langsung terganggu oleh kebijakan *lockdown* dan pembatasan kegiatan, seperti pada sektor konsumsi (Adiyanto, 2021).

Di masa pandemi Covid-19, pekerja perempuan yang telah berkeluarga juga semakin menghadapi banyak kesulitan membagi waktu antara bekerja, mengurus rumah, dan mengurus anak. Ini menyebabkan pekerja perempuan terpaksa harus mengurangi jam kerja hingga lima persen atau setara dengan dua jam per minggu, karena harus melakukan pekerjaan domestik tatkala aturan *stay at home* berlaku. Sementara para suami, berkerja dari rumah seperti biasa dengan jam kerja yang sama dengan bekerja di kantor. Dengan penutupan sekolah dan pusat penitipan anak, pandemi juga memberikan tekanan yang lebih besar pada perempuan untuk mengatasi meningkatnya permintaan akan pengasuhan anak di atas tanggung jawab rumah tangga lainnya.

Kondisi demikian membuat perusahaan menilai ketidakefektifan pekerja perempuan yang harus bekerja di rumah. Imbasnya, banyak perusahaan melihat pengurangan jam kerja, yang berarti mengurangi upah perempuan. Tentunya dalam jangka waktu yang semakin panjang, pekerja perempuan yang telah menjadi ibu, dan harus melakukan pekerjaan domestik, terancam kehilangan kesempatan mendapatkan promosi hingga pemecatan (Arie 2020). Kondisi sistemik yang terjadi selama pandemi ini menyebabkan Covid-19 bukan hanya krisis kesehatan global, tetapi juga masalah ekonomi, hingga mental.

Bagaimanapun, ketidaksetaraan gender dalam organisasi merupakan fenomena kompleks yang dapat dilihat dalam struktur, proses, dan praktik organisasi. Bagi perempuan, beberapa masalah ketidaksetaraan gender yang paling berbahaya terjadi dalam praktik sumber daya manusia (SDM). Ini karena praktik SDM (yaitu, kebijakan, pengambilan keputusan, dan pemberlakuannya) memengaruhi perekrutan, pelatihan, pembayaran, dan promosi pada perempuan (Cailin & Leanne, 2015).

Mengatasi Masalah Kesenjangan Gender

Latar belakang fenomena yang muncul sebagai efek dari pandemi global Covid-19, menghentikan kemajuan menuju kesetaraan gender, dan sebaliknya, memperburuk ketidaksetaraan gender yang ada di seluruh domain—dari pembagian kerja berdasarkan gender, hingga stabilitas ekonomi (Alexandra & Michelle, 2021). Sementara jika menengok ke belakang, sebagian besar resesi ekonomi dilihat sebagai “*he-cession*,” lalu diikuti oleh “*she-recoveries*,” dimana industri yang didominasi perempuan menjadi tulang punggung pemulihan ekonomi (Alini, 2020).

Apabila kita berkaca pada negara yang tidak berkuat lagi pada isu kesetaraan gender, terdapat bukti bahwa kesetaraan gender akan mengarah pada pertumbuhan ekonomi yang lebih besar (Steven, 2020). Dengan melibatkan lebih banyak partisipasi kaum perempuan ke dalam bursa tenaga kerja yang lebih kompeten, dan tidak muluk di sektor informal, akan meningkatkan pada keragaman pemikiran di tempat kerja, dan tentunya secara jangka panjang meningkatkan kinerja dan laba suatu usaha.

Di Asia dan Pasifik, pendapatan per kapita akan meningkat sebesar 30,6persen setelah satu generasi, dan 71,1persen setelah dua generasi, dengan mengurangi waktu yang terbuang untuk perempuan dan anak perempuan, mempromosikan pendidikan dan pelatihan, dan meningkatkan partisipasi pasar tenaga kerja perempuan. Data tersebut menunjukkan bahwa kesetaraan gender dan pemberdayaan perempuan sangat penting untuk memenuhi ambisi negara berkembang di Asia untuk pertumbuhan inklusif dan pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan. Kesetaraan gender perlu diupayakan tidak hanya untuk masyarakat yang adil dan setara, tetapi juga untuk pertumbuhan yang inklusif dan pengentasan kemiskinan yang lebih cepat (Steven, 2020).

Begitu pula di Indonesia, sudah seharusnya perempuan memiliki kesempatan yang banyak untuk berkembang. Namun, apabila menilik pada data, keadaan sebenarnya tidak banyak berubah. Indonesia menjadi negara dengan ketimpangan gender menempati peringkat ke-101 dari 156 negara, dan peringkat 99 dalam dimensi partisipasi dan kesempatan ekonomi perempuan pada Indeks berdasarkan Indeks Ketimpangan Gender Sedunia 2021 (Alyaa, 2021).

Mengingat kondisi tersebut dan pentingnya isu kesetaraan gender dalam mewujudkan pertumbuhan yang inklusif, sangat penting upaya untuk meningkatkan tenaga kerja sebagai tempat di mana perempuan dapat berkembang, terutama setelah kondisi kembali ke keadaan yang lebih normal. Pekerjaan di bidang keuangan seperti di bank adalah tempat yang baik untuk memulai perbaikan kesetaraan gender. Sebab sektor ini adalah salah satu pekerjaan yang paling dicari di negara-negara berkembang di Asia, khususnya Indonesia (Steven, 2020). Umumnya, tenaga kerja yang dipekerjakan di bank

lokal adalah kaum terpelajar dan elit di masyarakat. Kemajuan dalam isu gender di perbankan dapat menjadi contoh bagi sektor lain untuk mengikuti dan memperbaiki bank itu sendiri dalam prosesnya.

Metode lain yang perlu diperhatikan adalah, pelacakan data mengenai dampak regresif gender oleh para pemimpin bisnis di dalam perusahaan mereka. Beberapa hal yang patut dianalisis adalah: Apakah kehilangan pekerjaan atau permintaan cuti lebih tinggi di kalangan perempuan? Apakah tingkat promosi wanita melambat? Dengan perekrutan baru, apakah tingkat keseimbangan gender pra-Covid dipertahankan? (Deepa, *et al.* 2020).

Perusahaan yang melakukan perekrutan kembali juga perlu memastikan bahwa praktik perekrutan mempertimbangkan keragaman gender. Sebab kesetaraan gender yang lebih besar baik untuk ekonomi dan masyarakat secara keseluruhan. Baik itu peningkatan kestabilan di dunia kerja, ataupun menciptakan komunitas pekerja perempuan yang sehat (Deepa, *et al.* 2020).

Referensi

- Adiyanto (2021, April 1). Pandemi Covid-19 Kian Memicu Kesenjangan Gender. *Media Indonesia*. <https://m.mediaindonesia.com/weekend/394904/pandemi-covid-19-kian-memicu-kesenjangan-gender>
- Alyaa, N. Z. (2021, Juni 18). Perempuan dalam Sektor Bisnis. *INFID*. <https://www.infid.org/news/read/perempuan-dalam-sektor-bisnis>
- Amanda, C. (2020, Juli 30). Want a full economic recovery? Childcare is critical, reports say. *Global News*. <https://globalnews.ca/news/7230073/child-care-coronavirus-recovery-canada/amp>
- Arie, M. P. (2020, Agustus 26). Tantangan Kesetaraan Gender di Masa Pandemi. *Katadata.com*. <https://katadata.co.id/amp/padjar/berita/5f46075138625/tantangan-kesetaraan-gender-di-masa-pandemi>
- Cailin S.T & Leanne S. (2015, September 16). Gender inequalities in the workplace: the effects of organizational structures, processes, practices, and decision makers' sexism. *Frontiersin.org*. <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2015.01400/full>
- Deepa, M. Olivia, P. Anu, M. & Mekala, K. (2020, September 16). Don't Let the Pandemic Set Back Gender Equality. *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/2020/09/dont-let-the-pandemic-set-back-gender-equality>
- Heejung, C. Holly, B. Sarah, F. & Hyojin, S. 2020. Covid-19, Flexible Working, and Implications for Gender Equality in the United Kingdom: *Sage Journals*, 35 : No. 2, 218–232;
- McKensey & Company. (2020, 15 Juli). COVID-19 and gender equality: Countering the regressive effects. *McKensey.com* <https://www.mckinsey.com/featured-insights/future-of-work/covid-19-and-gender-equality-countering-the-regressive-effects>
- Mona, A. (2020, 3 Agustus) Gender Equality In The Midst Of A Pandemic. *Forbes.com* <https://www.forbes.com/sites/forbesbusinesscouncil/2020/08/03/gender-equality-in-the-midst-of-a-pandemic/>

- Steven, B. (2020, 23 November). Gender equality in the workplace is key to post-pandemic economic recovery. *wbcsd*. <https://www.wbcsd.org/Overview/Panorama/Articles/Gender-equality-in-the-workplace-is-key-to-post-pandemic-economic-recovery>.
- Steven, B. (2020, 8 Juli) How to help women workers affected by COVID-19. *Asian Development Blog*. <https://blogs.adb.org/blog/how-help-women-workers-affected-by-covid-19>
- Titan, A. Matthias, D. Jane, O. R. & Michèle, T. 2020, Maret. The Impact of COVID-19 on Gender Equality," CRC TR 224 Discussion Paper Series crctr 224_2020_163
- Tri, I. O. (2021, Maret 3) A year in COVID-19 : Woman in informal work prove mettle against pandemic blues. *TheJakartaPost*. <https://www.thejakartapost.com/news/2021/03/03/a-year-in-covid-19-women-in-informal-work-prove-mettle-against-pandemic-blues.html>
- UN Women (2020, Juli 7) Women in the informal economy. *UN Women*. <https://www.endvawnow.org/en/articles/1957-women-in-the-informal-economy.html#:~:text=Emergingpersen20andpersen20developingpersen20countriespersen20represent,bypersen20apersen20disproportionatepersen20femalepersen20workforce>.
- World Economy Forum. (2021, Maret 30) Global Gender Gap Report 2021. *Weforum.org*. <https://www.weforum.org/reports/global-gender-gap-report-2021>

PANDEMI COVID-19 DAN PERUBAHAN BUDAYA KERJA

Yohanes Apik Lumban Batu

Covid-19 dan *Work from Home* (WFH)

Lahirnya sistem kerja baru, yaitu WFH, merupakan skenario yang telah dimainkan di seluruh dunia, termasuk Indonesia, ketika jumlah kasus virus corona membengkak. Tentunya pemerintah dan para pengusaha sadar akan hal ini, dan beberapa siap berkomitmen pada praktik jarak sosial yang akan membantu memperlambat penyebaran COVID-19 (Rita, 2020).

Perusahaan-perusahaan yang bisa melakukan sistem WFH, mulai memberlakukan WFH. Pembatasan pelayanan publik juga mulai diberlakukan pemerintah dengan melihat perkembangan penyebaran virus. Presiden Joko Widodo memberikan instruksi pada tanggal 15 Maret 2020, agar seluruh instansi baik negeri maupun swasta menghindari kontak dekat, dan menghindari kerumunan manusia. Pemberlakuan bekerja dari rumah, belajar dari rumah, dan beribadah dari rumah. Tentunya ini menjadi awalan baru dimana dengan meliburkan anak sekolah dan mahasiswa dengan meminta untuk belajar di rumah, dan kemudian meminta kepada pegawai-pegawai untuk melakukan WFH.

Pemberlakuan WFH ini memang tidak diberlakukan kepada seluruh penyelenggara pelayanan publik, dikarenakan ada beberapa bidang yang tidak dapat melakukan WFH. Walaupun demikian, ada pembatasan ruang interaksi diantara orang-orang yang ada dengan pemasangan sekat dan jarak. Tentunya bagi yang melakukan WFH, akan menciptakan hambatan yang memaksa orang-orang harus bisa beradaptasi. Sehingga terciptalah inovasi-inovasi dalam memberikan pelayanan agar pelayanan tidak terhambat, seperti memberikan pelayanan melalui sistem daring (Tegar, 2020).

WFH dan Perubahan Budaya Kerja

Pandemi Covid-19 memiliki efek yang luar biasa dan cepat pada budaya di tempat kerja. Penguncian global dan larangan perjalanan telah mengubah asumsi tentang sifat pekerjaan dan interaksi perusahaan. WFH telah menjadi prioritas kebijakan bagi sebagian besar pemerintah di seluruh dunia. Situasi saat ini memberikan wawasan unik tentang seberapa baik bekerja dari rumah dapat berjalan, dan mungkin memainkan peran penting dalam kebijakan masa depan untuk membentuk kembali struktur jam kerja yang memungkinkan lebih banyak fleksibilitas (Lina & Nantapong, 2021).

Perubahan terhadap lingkungan kerja sebagai efek dari pandemi, membuat pekerja harus bisa bekerja dari rumah, dan penilaian kinerja dilakukan melalui alat atau aplikasi (Kristin, 2021). Orang-orang telah menemukan bahwa mereka tidak harus berada di kantor, bahwa mereka dapat menyelesaikan banyak hal dari jarak jauh. Mereka tidak perlu bolak-balik ke tempat kerja. Beberapa perusahaan telah beralih dari *jet-set* ke *home-bound*, dengan sedikit pengaruh pada bisnis mereka. Saat mereka menyesuaikan diri untuk beroperasi selama pandemi dan bersiap untuk pemulihan, para pemimpin organisasi perlu mempertimbangkan perubahan budaya mana yang ingin mereka

pertahankan, dan mana yang harus mereka lawan. Cepatnya perubahan ini menjadi masalah.

Budaya organisasi didefinisikan oleh norma-norma kolektif perilaku yang ditunjukkan oleh individu-individu dalam suatu organisasi. Umumnya, budaya tempat kerja tidak berubah terlalu banyak atau sangat cepat, melainkan menyesuaikan secara perlahan, dalam jangka waktu yang lama, sebagai respons terhadap akumulasi beberapa dorongan kecil dan pencerahan. Namun, tahun ini, organisasi secara global telah meninggalkan bagaimana konsep dari kerja yang sebenarnya.

Budaya Kerja dengan Teknologi

Banyak perusahaan menyadari dan telah memutuskan bahwa paradigma lama di kantor tidak akan kembali pascapandemi. Beberapa sudah mulai mengurangi ruang kantor mereka sebelum COVID, yang berarti karyawan yang pernah bekerja di sana tidak akan lagi memiliki ruang kerja penuh waktu khusus. Perusahaan-perusahaan ini beralih ke pekerjaan jarak jauh permanen atau menerapkan lingkungan hibrida, di mana staf bekerja beberapa hari di kantor dan beberapa hari dari jarak jauh, serta adanya fleksibilitas yang cukup besar (Lin & Pophal, 2021).

Teknologi yang semakin canggih dengan kemudahan dalam mengaksesnya dapat memberikan kesan bahwa kehadiran fisik di kantor tidak diperlukan lagi. Tentu sebagian besar pekerjaan profesional dapat dilakukan dari jarak jauh. Teknologi kolaboratif modern—konferensi video seperti *Zoom*, *Gmeet*, berbagi layar, penyimpanan file bersama secara digital, multi-penulisan dokumen secara simultan, papan tulis digital, grup obrolan ponsel cerdas—tersedia secara gratis dan canggih. Organisasi telah menjatuhkan dogma “lebih baik melakukannya secara tatap muka” (James, 2020). Sebanyak 60 persen dari karyawan muda ini mengatakan bahwa mereka lebih suka bekerja dari jarak jauh, dan menggunakan panggilan konferensi video setelah krisis pandemi, daripada harus pergi ke kantor (Kristin, 2021).

Tentunya hal ini punya dasar yang kuat. Adanya manfaat langsung dari sistem kerja jarak jauh yaitu penghematan biaya hidup, dan akses yang semakin cepat via virtual. Namun selain faktor ekonomi, karyawan milenial juga merasakan faktor psikologis. Manfaat lain dari kerja jarak jauh adalah dapat menyeimbangkan pekerjaan dan *work life balance* yang lebih baik (Nick, 2020).

Adanya konsep WFH dalam menanggapi ancaman virus corona menjadi pengingat bahwa teknologi dapat membantu pengusaha mengelola risiko lain juga. Misalnya, kerja jarak jauh dapat memungkinkan perusahaan mengurangi risiko kehilangan produktivitas akibat gangguan lalu lintas reguler atau bencana. Kerja jarak jauh menawarkan keuntungan pada pemberi kerja dalam hal biaya perekrutan tenaga kerja berketerampilan tinggi, dan membuat para pekerja ini tetap terhubung ke kantor satu sama lain di mana pun mereka berada. Jangkauan kerja jarak jauh memungkinkan pengusaha mengakses kelompok pekerja potensial yang lebih besar, dan pada gilirannya, memungkinkan pekerja mengakses lebih banyak pilihan pekerjaan (Tracy & Lara, 2020).

Pemimpin dan Budaya Perusahaan

Budaya perusahaan, yang didukung oleh kepemimpinan yang kuat, tidak pernah lebih penting bagi organisasi daripada tahun lalu, karena COVID-19 memaksa perubahan drastis di tempat kerja. Namun, kepemimpinan itu tidak hanya dari orang-orang yang berada di posisi puncak, tetapi sama pentingnya bagi pemimpin informal, sampai ke bawah, melalui jajaran yang mewujudkan budaya organisasi, membantu menyatukan tim, dan memotivasi orang untuk menyelesaikan sesuatu (Reid, *et al.*, 2020).

Perubahan dalam lingkungan kerja saat ini mendorong pemimpin untuk mengganti pesan implisit yang dikirim di kantor, dengan arahan eksplisit yang dikomunikasikan dari jarak jauh. Pemimpin dapat mengatur lebih banyak konteks, dan memberikan lebih banyak panduan di awal tugas atau proyek. Yang terpenting, pemimpin dapat membangun kepercayaan. Mereka dapat memberi orang-orang mereka ruang untuk mengambil kepemilikan atas pekerjaan mereka, dan memungkinkan mereka untuk menyelesaikan pekerjaan mereka dengan cara yang menurut mereka terbaik. Sekarang merupakan saatnya untuk pemberdayaan karyawan dilakukan.

Walaupun demikian, pemimpin juga perlu mengomunikasikan pentingnya disiplin dan batasan. Orang yang bekerja sendirian cenderung menjadi kurang produktif dari waktu ke waktu, meskipun mereka mungkin bekerja lebih lama daripada di kantor. Mereka kehilangan kerangka acuan dan orientasi tugas. Selain itu, batas antara bekerja dan tidak bekerja menjadi terkikis. Pekerja rumahan tidak menerima sinyal tentang kapan harus berhenti, seperti yang dilakukan pekerja kantoran ketika mereka keluar dari gedung kantor mereka pada akhir hari kerja. Oleh karena itu, pemimpin dapat mengomunikasikan bahwa ada waktu untuk bekerja dan waktu untuk bermain, dan mereka dapat mencontohkan hal ini dalam perilaku mereka sendiri.

Dinamika ini bisa lebih menantang bagi pembentukan budaya perusahaan, dimana semua staf berada jauh dari kantor. Tentunya, kondisi keberadaan karyawan di kantor dan karyawan yang bekerja dari jarak jauh memiliki pengalaman kerja yang sangat berbeda. Pertimbangan penting disini adalah memastikan bahwa semua karyawan berbagi rasa memiliki dan persahabatan dimana pun mereka berada. Pemimpin tidak boleh menganggap karyawan *off-site* dan *on-site* (Lin & Pophal, 2021).

Saat pandemi mereda dan pemulihan dimulai, pemimpin dapat menilai bagaimana budaya mereka merespon. Karena orang berperilaku berbeda dalam krisis. Terkadang bisa positif, seperti ketika sebuah kelompok memiliki tekad yang kuat dan sikap yang menunjukkan "bisa melakukan". Di lain waktu, ketidakberdayaan dan kepanikan mengambil alih, melumpuhkan tindakan. Tujuan dari penilaian ini untuk mencegah 'kekambuhan' dalam kebiasaan lama, dan terkadang buruk. Sehingga menemukan unsur-unsur baik dari perubahan budaya yang tiba-tiba, dapat memperkuat perubahan perilaku untuk jangka panjang. Selanjutnya, tugas pemimpin adalah mempertahankan kepercayaan, pemberdayaan, dan kolaborasi (James, 2020).

Perubahan budaya itu sulit tetapi bermanfaat. Ketika perubahan itu didorong oleh kondisi seperti yang telah terjadi pada organisasi dalam beberapa bulan terakhir ini, hal itu bisa terasa tiba-tiba dan luar biasa. Namun, dengan refleksi dan pertimbangan, para

pemimpin organisasi dapat mengambil banyak hal positif dari apa yang telah kita lalui selama beberapa bulan terakhir dalam masa pandemic covid-19.

Referensi

- During and After the Pandemic. *HR Daily Advisor*.
<https://hrdailyadvisor.blr.com/2021/04/27/maintaining-refining-company-culture-during-and-after-the-pandemic/>
- James, T. (2020). How the pandemic can change workplace culture for the better. *Strategyand.pwc.com*.
<https://www.strategyand.pwc.com/m1/en/articles/2020/how-the-pandemic-can-change-workplace-culture-for-the-better.html>
- Kristin, Y. (2021, Juni 6) Dampak Pandemi Covid-19: Perubahan Budaya Kerja di Perusahaan. *Yoursay.id*.
<https://yoursay.suara.com/kolom/2021/06/06/103804/dampak-pandemi-covid-19-perubahan-budaya-kerja-di-perusahaan>
- Lina, V. & Nantapong, B. 2020. The impact of working from home during COVID-19 on work and life domains: an Exploratory study on Hong Kong. *Policy Design and Practice*, 4:1, 59-76.
- Lin, G. & Pophal. (2021, April 27) Maintaining, or Refining, Company Culture
- Nick, U. (2020, Juni 23) How to Maintain Work-Life Balance When Working from Home. *Forbes.com*.
<https://www.forbes.com/sites/forbestechcouncil/2020/06/23/how-to-maintain-work-life-balance-when-working-from-home/?sh=590f3e7176e8>
- Rita, Z. (2020, Maret 23) Employers and workers adapt to new ways of getting work done. *SHRM*. <https://www.shrm.org/hr-today/news/all-things-work/pages/remote-work-has-become-the-new-normal.aspx>
- Reid, C., Varva, D. & Christopher, H. (2021, Maret 5) Is organizational culture the hero or villain of your pandemic story? *S+B*. <https://www.strategy-business.com/article/Is-organizational-culture-the-hero-or-villain-of-your-pandemic-story>
- Sabrena, K. (2021, Maret 8) Why a strong company culture is the key to post-pandemic success. *Slack*. <https://slack.com/intl/en-in/blog/collaboration/company-culture-key-post-pandemic-success>
- Tegar, A. (2020, Maret 26) Virus Corona dan Pembatasan Pelayanan Publik. *Ombudsman*. <https://ombudsman.go.id/artikel/r/artikel--virus-corona-dan-pembatasan-pelayanan-publik>
- Tracy, H. L. & Lara, F. (2020, Maret 17) COVID-19 makes the benefits of telework obvious. *BRONGKINGS*. <https://www.brookings.edu/blog/the-avenue/2020/03/17/covid-19-makes-the-benefits-of-telework-obvious/>

TANTANGAN KETENAGAKERJAAN DI INDONESIA PADA MASA PANDEMI COVID-19

Trizka Kinanti Dewi

Covid-19 dan Respon Sosial

Saat ini, dunia termasuk Indonesia sedang dilanda penyakit virus berbahaya yaitu *Corona Virus Disease* atau Covid-19 yang menyerang semua orang di dunia secara tiba-tiba, dan menyebar cepat secara luas. Awal mulanya, virus ini pertama kali muncul di Wuhan, salah satu kota di China pada akhir 2019. Beberapa kasus awal terkait dengan pasar basah di kota Wuhan, tempat klaster pertama infeksi Covid-19 tercatat. Pada hari ini tercatat total kasus yang terjangkit virus covid-19 sebanyak 185 juta, dan 4 juta dinyatakan meninggal dunia. Sedangkan di Indonesia sendiri memiliki total kasus 2,94 juta, dan 65.457 dinyatakan meninggal dunia, dan diperkirakan jumlahnya akan terus bertambah. (Our World in Data dan JHU CSSE COVID-19, 2021).

Selama pandemi Covid-19 ini, masyarakat terpaksa untuk tetap dirumah saja demi memutus rantai penyebaran virus. Hal ini berdampak pada makin bertambahnya jumlah orang yang menghabiskan waktunya dengan berselancar di media sosial. Berdasarkan data dari 170 industri di lebih dari 50 negara, April 2020 lalu konsumsi media sosial, seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* naik hingga 44 persen (Berty & Yulianingsih, 2020). Konsumsi berita pun menjadi sangat mudah untuk dapat diakses. Selain itu, penelitian pada 4827 partisipan yang dilakukan Gao et al. (2020), juga ditemukan 82 persen partisipan sering mengonsumsi berita tentang Covid-19 di media sosial.

Di awal kemunculannya, virus ini mendapat beragam respons yang muncul dari masyarakat Indonesia. Sebagian mulai berhati-hati dan menerapkan pola hidup sehat, tetapi lebih banyak yang tidak peduli dan terkesan meremehkan bahkan menjadikan virus ini sebagai bahan candaan. Sebenarnya, orang-orang yang bersikap masa bodoh dengan kemunculan virus Corona jumlahnya lebih sedikit daripada orang yang peduli dengan pencegahan virus ini. Namun, ketidakpedulian mereka itulah yang kemudian mempercepat penyebaran virus. Orang-orang dalam kelompok ini biasanya adalah orang-orang yang merasa dirinya kebal dan orang yang menganggap bahwa sains tidak sepenuhnya benar (Ghaemi, 2020).

Di sisi lain, Covid-19 juga mendorong sebagian orang untuk bertindak secara salah dalam rangka bertahan hidup. Fenomena *panic buying* dan merupakan salah satu contohnya. Tindakan *panic buying* dan menimbun barang-barang kebutuhan sehari-hari merupakan bentuk ketidakmampuan sebagian dari kita untuk menoleransi stres yang timbul karena ketidakpastian yang muncul akibat adanya virus Corona. Isolasi mandiri yang dilakukan sebagai tindakan preventif terhadap infeksi Covid-19 juga merupakan faktor pendorong psikologis sebagian dari kita akhirnya melakukan penimbunan (Norberg&Rucker, 2020).

Dampak Covid-19 Pada Industri dan Tenaga Kerja

Terlepas dari polemik tentang asal muasal virus, total kasus terkini, dan penjelasan singkat mengenai Covid-19, dampak covid-19 pun terhadap kehidupan masyarakat

dunia sangat luar biasa. Salah satunya dalam dunia industri dan juga persaingan dunia kerja di Indonesia. Pada akhir Juli 2020, kementerian ketenagakerjaan (Kemnaker), mencatat jumlah pekerja yang terkena Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) maupun yang dirumahkan mencapai 3,5 juta lebih. Kemudian dari data Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) sampai dengan bulan Juli, ada sekitar 1,1 juta orang yang di rumahkan, 380.000 orang terkena Pemutusan Hubungan Kerja (PHK), dan sekitar 630.000 orang pekerja sektor informal terkena dampak Covid-19 (Ruspendi, 2021).

Pandemi Covid-19 menyebabkan terhentinya kegiatan usaha dan rendahnya kemampuan bertahan pengusaha. Hasil survei mencatat 39,4 persen usaha terhenti, dan 57,1 persen usaha mengalami penurunan produksi. Hanya 3,5 persen tidak terdampak. Kemampuan bertahan oleh kalangan dunia usaha juga mengalami keterbatasan. Sebanyak 41persen pengusaha hanya dapat bertahan kurang dari tiga bulan. Artinya bulan Agustus usaha mereka akan terhenti. Sebanyak 24 persen pengusaha mampu bertahan selama 3-6 bulan, 11 persen mampu bertahan selama 6-12 bulan ke depan, dan 24 persen mampu bertahan lebih dari 12 bulan (Ngadi, 2020). Hal ini membuat tantangan pembangunan ketenagakerjaan menjadi semakin kompleks. Karena dampak Covid-19 terhadap perekonomian akhirnya juga berimbas kepada para pekerja, terutama pada empat sektor utama perekonomian Indonesia, yaitu pariwisata, perdagangan, manufaktur dan pertanian.

Banyaknya dampak dari pandemi Covid-19 dalam dunia industri dan ketenagakerjaan, membuat perusahaan harus dengan sigap memperbaiki kondisi bisnis mereka agar tidak menjadi bisnis yang mati suri, bahkan mati permanen. Mengubah taktik perusahaan dan membuat strategi baru adalah solusi utama perusahaan untuk dapat menjadi bisnis yang tetap bertahan di situasi pandemi ini.

Respon Adaptif dalam Pandemi Covid-19

Kondisi seperti ini harus dilalui, bukan malah menjadi penghambat bagi pengusaha, karena tidak bisa terus-menerus menyalahkan pandemi. Para *entrepreneur* perlu bangkit untuk memulihkan ekonomi. Maka sebaiknya mereka perlu melihat ke depan, karena dari kondisi pandemi ini menyimpan peluang bisnis bagi pengusaha yang kreatif dan inovatif.

Tidak bisa dipungkiri bahwa pandemi ini membawa dua perubahan besar, yaitu meningkatkan keterlibatan teknologi digital dalam kehidupan, dan perubahan psikologis konsumen. Banyak bisnis digital yang bertumbuh pesat di masa pandemi. Kita sudah seharusnya melihat ini sebagai peluang

Ada tiga tips dalam merespon pandemi bagi sebuah usaha (Albinsaid, 2021), pertama, *solving the now*, menumbuhkan bisnis yang ada, memaksimalkan keuntungan, dan merespons tantangan langsung yang kita hadapi; Kedua, *exploring the next*, merespon tantangan dan peluang jangka menengah, sebagian besar dari terobosan di sektor Anda; Ketiga, *imaging the beyond*, merespons untuk transformasi, peluang, dan tantangan jangka panjang dari global, megatrend lintas sektor.

Respon lain dari sisi pemerintah, sebagaimana dikemukakan Menteri Ketenagakerjaan (Menaker) Ida Fauziyah pada Januari lalu, terdapat sembilan jurus dalam menghadapi tantangan ketenagakerjaan saat ini, antara lain yakni reformasi birokrasi, ekosistem

digital siap kerja, transformasi BLK, *link and match* ketenagakerjaan, transformasi kewirausahaan, pengembangan talenta muda, perluasan penempatan PMI, visi baru hubungan industrial, dan reformasi pengawasan.

Dari sembilan lompatan tersebut, ada beberapa langkah yang implementasinya ada di Balai Latihan Kerja (BLK), yaitu transformasi BLK dan *link and match* ketenagakerjaan. BLK juga sudah melaksanakan transformasi melalui program 3R yaitu Reorientasi, Revitalisasi dan Rebranding. BLK yang semula melaksanakan pelatihan dengan program yang dasar kini mulai berkembang dengan program-program unggulan didukung dengan instruktur yang kompeten dibidangnya serta sarana prasarana yang sesuai dengan perkembangan teknologi.

Intinya bahwa, kompetensi merupakan kata kunci penting di dunia kerja saat ini. Selain berguna untuk meningkatkan daya saing dan produktivitas nasional, peningkatan kompetensi juga merupakan salah satu cara untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Rantung, 2021). Dengan SDM yang kompeten dan produktif, penyerapan tenaga kerja dan produktivitas akan meningkat, yang pada akhirnya akan meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan. Oleh karena itu, saat ini pemerintah terus mendorong program percepatan peningkatan kompetensi dan serifikasi profesi. Program ini bertujuan untuk membantu masyarakat yang memiliki keterbatasan latar belakang pendidikan maupun ekonomi, sehingga mereka mampu meningkatkan keterampilan serta kompetensi dan mendapatkan serifikasi profesi yang diakui di dunia kerja.

Program peningkatan kompetensi dan sertifikasi profesi juga sangat penting untuk menghadapi tantangan ketenagakerjaan yang semakin kompleks di masa pandemi dan revolusi industri 4.0. Pada Agustus 2020, Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat terdapat 29,12 juta penduduk usia kerja terdampak pandemi Covid-19. Adapun jumlah pengangguran pada Agustus 2020 mencapai 9,77 juta orang, meningkat secara signifikan dibanding sebelum pandemi. Banyak dari pengangguran tersebut yang membutuhkan peningkatan kompetensi agar bisa kembali ke dunia kerja yang telah berubah akibat pandemi. Selain itu, revolusi industri 4.0 yang salah satu dampaknya adalah proses otomatisasi industri juga telah menimbulkan disrupsi di sektor ketenagakerjaan (Rantung, 2021).

Pandemi Covid-19 ini memang merupakan suatu wabah yang sangat berpengaruh besar terhadap berbagai sektor di dunia hingga di kehidupan sehari-hari, bahkan pandemi ini bisa dikatakan telah merubah dunia. Tidak ada yang menyangka suatu epidemi ini dapat terjadi secara tiba-tiba dengan cepat menyerang masyarakat dunia, dari sekolah menjadi daring, perusahaan mengalami penurunan yang sangat signifikan, pekerja kehilangan pekerjaan karna perusahaan mengalami kebangkrutan, bekerja dari rumah, dan sebagainya.

Pemerintah berperan besar untuk memberikan solusi dan mengatur bagaimana sebaiknya yang harus dilakukan demi menyejahterakan masyarakat dan memperbaiki laju perekonomian Indonesia, memperluas lapangan kerja, memberikan pelatihan kerja, agar memudahkan masyarakat yang mengalami PHK untuk kembali bekerja, mendukung UMKM, dan membuat program pembangunan SDM.

Pemerintah sebaiknya mendorong semua sektor untuk memberikan akses dan keleluasaan bagi SDM untuk lebih berkembang dan mandiri, terutama dalam hal ekonomi, melalui berbagai stimulus dan program pemberdayaan yang membuka akses bagi para pekerja produktif untuk beralih menjadi pekerja mandiri atau wirausaha. Dengan demikian, diharapkan dapat sekaligus mengurangi, serta menahan laju peningkatan jumlah pengangguran yang ditaksir akan lebih banyak selama pandemi belum berakhir. Walaupun demikian, pandemi ini juga bukan hanya menjadi tanggung jawab pemerintah saja. Berharap semua sektor ketenagakerjaan, pengusaha dan teman-teman pekerja atau buruh, untuk sama-sama menjadikan ini sebagai tanggung jawab bersama.

Referensi

- Albinsaid, G. (2020, Juni 18). Bagaimana Perusahaan Bertahan dan Tumbuh Selama Covid-19?. *Kumparan.com*. Diakses dari [Bagaimana Perusahaan Bertahan dan Tumbuh Selama Covid-19? | kumparan.com](https://www.kumparan.com/berita/2020/06/18/bagaimana-perusahaan-bertahan-dan-tumbuh-selama-covid-19)
- Berty, T.T.S &Yulianingsih, T. 19 Mei 2020. Media Sosial Jadi Teman Selama Ramadan di Tengah Pandemi Corona COVID-19. *Liputan6.com*. Diakses dari <https://www.liputan6.com/ramadan/read/4257616/media-sosial-jadi-temanselama-ramadan-di-tengah-pandemi-corona-covid-19> Pada tanggal 12 Juli 2021
- Kemnaker. 2020. Pemerintah Antisipasi Penambahan Pengangguran di Masa Pandemi Covid-19. Diakses dari <https://kemnaker.go.id/news/detail/pemerintah-antisipasi-penambahan-pengangguran-di-masa-pandemi-covid-19> Pada tanggal 13 Juli 2021
- Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia. 19 Mei 2020. Survei Dampak Darurat Virus Corona terhadap Tenaga Kerja Indonesia. Diakses dari <http://lipi.go.id/siaranpress/survei-dampak-darurat-virus-corona-terhadap--tenaga-kerja-indonesia/22030> Pada tanggal 12 Juli 2021
- Mutiara, P. 03 Desember 2020. Optimalisasi SDM di Tengan Pandemi. Diakses dari <https://www.kemenkopmk.go.id/optimalisasi-sdm-di-tengah-pandemi> Pada tanggal 12 Juli 2021
- Rantung, F. 26 Januari 2021. MenakerSiapkan Sembilan Jurusan Hadapi Tantangan Ketenagakerjaan. Diakses dari <https://ekbis.sindonews.com/read/314342/34/menaker-siapkan-sembilan-jurus-hadapi-tantangan-ketenagakerjaan-1611644514?showpage=all> Pada tanggal 12 Juli 2021
- Ruspendi. 18 Februari 2021. Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Dunia Usaha dan Persaingan Tenaga Kerja. Diakses dari <http://industri.unpam.ac.id/?p=1878> Pada tanggal 12 Juli 2021
- Salsabila, N. 2020. Perubahan yang Terjadi Dalam Masyarakat Sebagai Dampak dari Covid-19. Diakses dari <https://fisip.ub.ac.id/?p=10282&lang=id> Pada tanggal 12 Juli 2021

PANDEMI COVID-19: TANTANGAN BARU MENUJU SDM CAKAP DIGITAL DAN BERKOMPETEN

Siti Mailani

Tekanan Perusahaan di Era *New Normal*

Istilah *new normal* atau kenormalan baru digunakan untuk menyelesaikan masalah kehidupan selama pandemi Covid-19, yang dapat diartikan sebagai alternatif dasar kebijakan nasional (Habibi *et al.*, 2020). Tak dapat dipungkiri bahwa *new normal* membicarakan hal-hal yang kemungkinan besar terjadi berdasarkan konfigurasi dari nasional dan internasional. Adapun gejala yang timbul dari fenomena ini yaitu perkembangan ekonomi yang stagnan di negara-negara industri, terutama meningkatnya jumlah pengangguran, penjualan aset sektor privat yang berkelanjutan, hutang dan defisit di sektor publik besar, serta pengaruh politik terhadap ekonomi dalam jumlah tinggi (Meylinda, 2020).

Realistisnya perusahaan diberikan banyak tantangan dalam menghadapi era *new normal*. Perusahaan juga diharapkan mampu untuk *survive* dengan mengubah pola kerja agar bisnis perusahaan tetap *profitable*, memaksa transformasi digital, melakukan *culture assessment*, hingga mempersiapkan *workplaces setting* yang memenuhi standar protokol kesehatan Covid-19 di lingkungan kerja (Nurhayat, 2020).

Berangkat dari kompleksitas tersebut, sektor industri memiliki tantangan untuk adaptif dan inovatif dalam mengelola elemen penting di internal perusahaan. Kondisi saat ini yang serba sulit mengakibatkan kondisi internal perusahaan tidak stabil, sehingga membuat banyak perusahaan melakukan efisiensi, salah satunya mengurangi karyawan dengan melakukan Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) (Nurchayadi, 2020).

Bekerja dari rumah (*work from home*), pengurangan gaji dan jam kerja, hingga Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) menjadi kebijakan alternatif yang diberlakukan oleh pemerintah, dan PHK menjadi langkah yang paling banyak diambil oleh beberapa perusahaan di Indonesia sebagai bentuk pertahanan hidup perusahaan. Berdasarkan survei Kemnaker pada 2020, terdapat 88 persen perusahaan yang terdampak pandemi, hal ini mengakibatkan kerugian operasional dan berkurangnya volume produksi. Tercatat 17,8 persen perusahaan melakukan PHK, 25,6 persen merumahkan pekerja, dan 10 persen melakukan keduanya (Sulaeman & Santia, 2020).

Kondisi tersebut secara hukum berkaitan dengan pasal 164 dan 165 Undang-Undang No. 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan, yang menyatakan bahwa jika suatu perusahaan mengalami kerugian, maka perusahaan memiliki hak untuk melakukan pemutusan hubungan kerja. Tidak dapat dipungkiri bahwa dengan adanya situasi pandemi COVID-19 yang tak kunjung usai, banyak perusahaan terdampak, dan secara umum, terjadi pelemahan terhadap sektor perekonomian nasional. Hal ini menjadi tantangan bagi perusahaan untuk mengelola kebijakan yang sesuai, agar produktivitas perusahaan tetap berjalan di masa pandemi, dan cepat beradaptasi dengan kondisi yang

dinamis dan *agile* terhadap perubahan, hingga era *new normal* menjadi struktur kerja baru dalam lingkungan perusahaan.

Tantangan Baru Manajemen SDM: SDM Cakap Digital

Pembangunan ketenagakerjaan nasional menjadi lebih kompleks akibat dampak yang ditimbulkan karena pandemi Covid-19, dan menjadi tantangan baru bagi manajemen SDM perusahaan untuk menciptakan kinerja yang unggul, dengan menghadirkan kualitas SDM yang juga unggul (Jualika, 2020).

Untuk menciptakan kinerja yang unggul, tantangan yang harus dihadapi para pemimpin perusahaan, khususnya manajer SDM, yakni bagaimana cara pemimpin mengeksekusi strategi dan kebijakan *Work from Home* (WFH)? Bagaimana langkah keberhasilan pemimpin SDM dalam mengelola sumber daya manusia saat WFH? Bagaimana mengutamakan program penting yang dimiliki, khususnya yang mengandalkan kolaborasi tatap muka? Yang terpenting adalah bagaimana pemimpin mengelola ketakutan dan kecemasan para stakeholders (baik dari sisi karyawan, manajemen, pelanggan), dan kemampuan setiap elemen-elemen penting di perusahaan dalam belajar dan menyesuaikan diri dengan era *new normal* (Esthi, 2020).

Dengan hadirnya tantangan tersebut, tujuan akhirnya adalah tetap menjadi “manusia” di dunia yang sarat oleh teknologi. Kemajuan teknologi yang dalam waktu singkat telah membawa perubahan besar. Namun, hendaknya perusahaan tetap memperhatikan hubungan manusia baik antara individu dan organisasi, serta hubungan organisasi dengan masyarakat. Sehingga teknologi dapat menjadi peluang bagi perusahaan dalam mengembangkan SDM yang selaras di lingkungan kerja perusahaan (INDIKATOR, 2020).

Program pengembangan SDM tentunya memerlukan biaya yang cukup signifikan bagi perusahaan, karena bagian dari strategi jangka panjang, terlebih proses pelaksanaannya lebih banyak menggunakan komunikasi secara virtual. Seperti halnya dalam pelaksanaan WFH, manajer SDM perlu melakukan *remote working* serta meningkatkan kemampuan karyawan dalam penggunaan digital (Esthi, 2020). *Remote working* atau pekerjaan jarak jauh mengacu pada praktik kerja yang mendorong para profesional untuk bekerja di luar kantor pada umumnya, dan bisa dilakukan dimana saja, yang dapat meningkatkan produktivitas, *work-life balance*, serta memberikan gaya hidup yang lebih fleksibel (Publication, 2020).

Menurut Moritz, penggunaan digital atau *upskilling for digital* fokusnya tidak hanya bagaimana mengajarkan seseorang dalam menggunakan perangkat baru. Perangkat tersebut mungkin akan menjadi barang usang di masa mendatang, akan tetapi hal yang paling penting adalah meningkatkan pengalaman dan melibatkan bagaimana seseorang berpikir, bertindak, dan berkembang di dunia digital yang berkelanjutan dari waktu ke waktu. Oleh karena itu, dalam prosesnya, perusahaan hendaknya menjadi motivator utama para karyawannya untuk cepat beradaptasi dengan teknologi modern (Esthi, 2020).

Salah satunya dengan mengadakan *training/learning tools*, dengan cara meningkatkan konsumsi konten dari *learning tools* untuk mendorong peningkatan nyata menuju tenaga kerja yang terampil dan siap menghadapi pasar yang kompetitif (Esthi, 2020).

Akan tetapi, dalam mempersiapkan suatu pelatihan virtual, diperlukan beberapa pengetahuan mendasar, seperti bagaimana pola perilaku individu selama melakukan kegiatan tersebut, serta keahlian dalam mendesain sebuah program pelatihan yang tepat sasaran (Setiawan, 2020).

Tanpa SDM yang profesional, sasaran kerja tidak dapat dicapai walaupun perusahaan memfasilitasi alat kerja yang canggih. Oleh karena itu, suatu organisasi harus memiliki strategi, kebijakan dan program kerja yang sesuai dengan kemampuan SDM untuk mengoperasikan alat kerja untuk mencapai sasaran kerja (Suswardji *et al.*, 2020). Meskipun sudah memasuki masa transisi dan *new normal*, para pelaku bisnis dan industri harus tetap fokus mengelola SDM dengan segala bentuk perubahannya, dan kemungkinan-kemungkinan yang dapat terjadi. Dengan melihat tantangan dan peluang yang ada, kiranya SDM perusahaan di masa mendatang memiliki keharusan untuk adaptif terhadap perkembangan teknologi.

Kompetensi SDM di Era Digitalisasi

Digitalisasi merupakan bagian dari era revolusi industri 4.0 yang menjadikan manusia tetap memiliki peranan yang relevan di era otomatisasi teknologi saat ini, bahkan di masa yang akan datang. Tak dapat dipungkiri bahwa kondisi pandemi menjadi sebuah momentum yang tepat bagi berbagai sektor kehidupan untuk lebih memanfaatkan era digitalisasi. Digitalisasi mempunyai peran penting dalam pemulihan bisnis, yang mampu mengolah dan menganalisis segala aktivitas bisnis dalam rangka untuk mengubah tatanan bisnis sebuah organisasi agar dapat berjalan dengan proses digital, demi terciptanya tujuan yang lebih efektif dan efisien (Suswardji *et al.*, 2020).

Sudah selangkahnya jika diperlukan peningkatan kompetensi SDM perusahaan untuk dapat berdaya saing. SDM yang berkompentensi merupakan aset utama perusahaan dalam menghadapi pola kerja baru di era digitalisasi. Kompetensi adalah kemampuan (*ability*) atau kapasitas seseorang untuk mengerjakan berbagai tugas dalam suatu pekerjaan, dimana kemampuan ini ditentukan oleh dua faktor, yaitu kemampuan intelektual dan kemampuan fisik (Adiawaty, 2019).

SDM yang berkompentensi diisi oleh setiap orang yang tepat untuk mengisi jabatan, baik pada level manajemen tingkat *lower level* maupun pada *top management*, untuk mendukung transformasi dan pertumbuhan digital perusahaan. Para pemimpin di era ini dituntut untuk memiliki kompetensi yang mampu memotivasi orang lain, memiliki perspektif yang berbeda, berorientasi pada masa depan, dapat melakukan pendekatan baru, menjadi inovatif, bertindak berbeda, belajar dan belajar, serta memiliki empati, karena mereka yang akan bekerja di lingkungan digital, tempat komunikasi, sains, dan pemikiran dan penalaran, pemecahan masalah, dan disiplin diri akan menjadi penting bagi pertumbuhan dan peningkatan kerja perusahaan (Adiawaty, 2019).

Memang tidaklah mudah bagi seorang pimpinan perusahaan untuk membentuk SDM yang berkompentensi jika kurangnya dukungan berupa talenta dan keterampilan pada SDM yang ada. Sebab kompetensi sangat mempengaruhi lingkungan perusahaan dan berjalan beriringan dengan perkembangan perusahaan, terutama dalam menghadapi dunia yang serba digital saat ini, sehingga perlu adanya kesinambungan diantara elemen-elemen

penting perusahaan untuk menciptakan lingkungan kerja yang diisi oleh sumber daya manusia yang cakap digital dan berkompeten.

Referensi

- Adiawaty, S. (2019) 'KOMPETENSI PRAKTISI SDM MENGHADAPI ERA INDUSTRI 4.0', *ESENSI: Jurnal Manajemen Bisnis*, 22(2), pp. 115–120.
- Esthi, R. B. (2020) 'Strategi Sumber Daya Manusia di Masa Pandemi dan New Normal Melalui Remote Working , Employee Productivity , dan Upskilling for Digital', *JPM: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 1(1), pp. 22–24.
- Habibi, A. *et al.* (2020) 'Normal Baru Pasca Covid-19', *Adalah: Buletin Hukum dan Keadilan*, 4(1), pp. 197–204.
- INDIKATOR (2020) *Human Capital Sebagai Kunci Pasca Pandemi*, *indikator.indikaenergy.co.id*. <https://indikator.indikaenergy.co.id/fokud/human-capital-sebagai-kunci-pascapandemi/>.
- Jualika, H. (2020) 'Pandemi Covid-19 Timbulkan Tantangan Baru Ketenagakerjaan', *mediaindonesia.com*. <https://m.mediaindonesia.com/ekonomi/328159/pandemi-covid-19-timbulkan-tantangan-baru-ketenagakerjaan>.
- Meylinda, D. (2020) 'Apa Itu New Normal yang Harus Diketahui Perusahaan Setelah Pandemi?', *talenta.co*. <https://www.talenta.co/administrasi-hr/apa-itu-new-normal-yang-harus-diketahui-perusahaan/>.
- Nurchayadi, G. (2020) 'Pengelolaan SDM Perusahaan saat Pandemi Penting Dilakukan', *mediaindonesia.com*. <https://m.mediaindonesia.com/ekonomi/340037/pengelolaan-sdm-perusahaan-saat-pandemi-penting-dilakukan>.
- Nurhayat, W. (2020) 'Opini: Tantangan dan Strategi HR Hadapi New Normal Saat Pandemi Covid-19', *talenta.co*. <https://www.talenta.co/administrasi-hr/tantangan-dan-strategi-hr-hadapi-new-normal-saat-pandemi-covid-19/>.
- Perdana, R. C. *et al.* (2020) 'Adaptasi dan Kesejahteraan Pekerja di Era COVID-19: Implikasi bagi Manajemen Sumber Daya Manusia di Indonesia', *Business Innovation & Entrepreneurship Journal*, 2(4), pp. 288–295.
- Publication, I. (2020) 'ORGANIZATIONAL CLIMATE , OPPORTUNITIES , CHALLENGES AND PSYCHOLOGICAL WELLBEING OF THE REMOTE WORKING EMPLOYEES DU ... COVID-19 PANDEMIC : A GENERAL LINEAR', *International Journal of Advanced Research in Engineering and Technology (IJARET)*, 11(4), pp. 372–389.
- Rahman, M. R. (2019) 'Konsultan: kekurangan SDM ahli dampak dari era digitalisasi', *antaranews.com*. <https://www.google.com/amp/s/m.antaranews.com/amp/berita/952282/konsultan-kekurangan-sdm-ahli-dampak-dari-era-digitalisasi>.
- Savić, D. (2020) 'COVID-19 and Work from Home: Digital Transformation of the Workforce', *The Grey Journal (TGJ)*, 16(2), pp. 2020–2023.
- Setiawan, C. (2020) *Memanfaatkan Peluang Pelatihan Virtual di Tengah Pandemi*, *ppm-manajemen.ac.id*. https://accounts.ppm-manajemen.ac.id/id_ID/blog/acaramanajemen-17/post/memanfaatkan-peluang-pelatihan-virtual-di-tengah-pandemi-1819.
- Sugiat, M. A. (2020) 'PENGEMBANGAN SDM UNGGUL BERBASIS COLLABORATIVE STRATEGIC MANAGEMENT', *SULTANIST: Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 4328(April), pp. 1–8.

- Sulaeman, & Santia, T. (2020) 'Menaker: 17 Persen Perusahaan PHK Karyawan Selama Pandemi Covid-19', *Merdeka.com*. <https://m.merdeka.com/uang/menaker-178-perusahaan-phk-karyawan-selama-pandemi-covid-19.html>.
- Suswardji, E. *et al.* (2020) 'ANALISIS OPTIMALISASI KINERJA KARYAWAN MELALUI DIGITALISASI BISNIS DENGAN BUDAYA ORGANISASI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PERUSAHAAN UMUM PERCETAKAN UANG REPUBLIK INDONESIA (PERUM PERURI) DIREKTORAT SDM DAN UMUM', *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(2).

WFH DAN TANTANGAN *HUMAN RESOURCES DEVELOPMENT* DI MASA PANDEMI

Winda Hasdita ZA

Sejak awal tahun 2019, kemunculan pandemi covid-19 membawa perubahan yang sangat signifikan terhadap hampir seluruh aspek berkehidupan yang biasa dilakukan. Keterbatasan atas segala aktivitas, serta rutinitas, menjadi hal yang dapat menurunkan produktivitas setiap orang demi pencegahan penyebaran virus yang dapat semakin meluas. Upaya-upaya pemerintah pun telah dilakukan dengan mengeluarkan kebijakan pembatasan aktivitas berkerumun, yang diimplementasikan berupa kebijakan beribadah dari rumah, belajar dari rumah, serta bekerja yang dilakukan dari rumah. Tuntutan dari kebijakan tersebut adalah dimana seluruh masyarakat untuk dapat merespon dengan baik serta adaptif, agar tercapainya aktivitas yang tetap dapat terus berjalan meskipun dengan ancaman virus corona yang sampai saat ini belum juga dapat teratasi.

WFH Cara Kerja Era Digital

Fleksibilitas dalam pengaturan kerja atau biasa disebut *Flexible Work Arrangement* (FWA) merupakan suatu prinsip, dimana mencakup aspek waktu, serta tempat. Suatu kelebihan yang dimiliki oleh para karyawan yang dapat dilakukan secara fleksibel dalam menyelesaikan target kinerjanya, dengan leluasa dapat memilih skema waktu bekerja, serta tempat mereka untuk menyelesaikan tugasnya sesuai dengan waktu yang telah disepakati. Para karyawan pun banyak memanfaatkan kondisi ini untuk dapat menyeimbangkan pekerjaan profesi dengan tugas rumah dan kehidupan secara luas. Para pegiat manajemen SDM juga sudah mulai menghargai *work-life balance* dalam pengelolaan karyawan (Junjunan, 2020).

FWA sangatlah membantu para karyawan yang memiliki anak pada usia balita atau para karyawan yang harus mengurus orang tuanya. Bagi para karyawan yang telah berusia di atas lima puluh tahun, dan juga harus menempuh perjalanan yang relatif jauh untuk sampai ke tempat kerja, maka FWA juga merupakan solusi (Junjunan A, 2020).

Jika dikaitkan pada kondisi pandemi saat ini, FWA menjadi metode kerja yang dapat membantu. Istilah lain yang dipopulerkan pada masa pandemi ini adalah *Work from Home* (WFH). Microsoft misalnya, telah mengeluarkan protokol khusus WFH pada era pandemi. Manajemen SDM *Microsoft* menyusun pedoman WFH ini guna menjaga para karyawan untuk tetap sehat, dan dapat menyelesaikan pekerjaan dengan nyaman bekerja dari rumah. Selain itu, menjadi suatu perhatian khusus dari pihak manajemen, bagaimana pegawai secara seimbang dapat membagi pekerjaan, urusan rumah, anak-anak, dan tentunya kesehatan diri karyawan.

Dampak Positif dan Negatif WFH Terhadap Produktivitas Karyawan

Sejalan dengan pemberlakuan WFH, terdapat manfaat yang dirasakan ketika perusahaan/organisasi mengadopsi metode kerja ini selama pandemi. Pemerintah dapat menghemat anggaran untuk perjalanan dinas luar kota dan luar negeri, serta biaya

konsumsi, karena rapat dan pertemuan dilakukan secara virtual (Bisnis, 2020). Bagi perusahaan, WFH memberikan keuntungan, berbagai biaya dapat dipotong, seperti biaya sewa gedung, asrama pegawai, dan fasilitas pendukung kerja lainnya yang digunakan untuk karyawan yang bekerja (Mustajab et al., 2020).

Terdapat beberapa dampak positif dari penerapan WFH, diantaranya yakni (Mustajab, et al., 2020):

- a. Fleksibilitas, adanya WFH membuat karyawan dapat secara fleksibel menentukan jam mulai kerja sesuai dengan yang dibutuhkan. Selain itu, pengaturan jam kerja tersebut tidak berpengaruh terhadap gaji yang diterima.
- b. Menghemat waktu, selama menjalankan WFH, para karyawan dapat menggunakan waktu yang awalnya dihabiskan dalam perjalanan menuju dan dari kantor, untuk melakukan pekerjaan kantor maupun pekerjaan rumah. Hal ini tentu memberikan keuntungan bagi para karyawan karena waktu mereka tidak ada yang terbuang habis di perjalanan.
- c. Waktu yang berkualitas, karyawan yang bekerja dari rumah akan memiliki waktu yang berkualitas terhadap keluarga. Waktu berkualitas yang dimiliki oleh para karyawan tersebut akan lebih memiliki dampak positif terhadap perusahaan, *mood* yang baik setelah bersama dengan keluarga mendukung penyelesaian pekerjaan dengan lebih baik.
- d. Kenyamanan, WFH membuat karyawan merasakan kebebasan dalam menyelesaikan pekerjaan, karena tidak adanya pengawasan langsung dari atasan seperti saat mereka bekerja di kantor. Para karyawan menyelesaikan pekerjaan dengan menyesuaikan gaya dan kebiasaan mereka dalam bekerja, tanpa harus secara formal menjaga sikap dan perilaku mereka.

Walaupun demikian, tidak semua perusahaan dapat menerapkan WFH sebagai metode kerja selama pandemi berlangsung. Terdapat beberapa jenis pekerjaan yang tidak dapat dilakukan secara WFH karena masih mengandalkan berkas fisik, dan juga peralatan kerja kantor, sehingga membuat para karyawan tetap harus datang dan menyelesaikan pekerjaan di kantor. Penerapan sistem digital secara mendadak dalam perusahaan, juga menimbulkan masalah baru mengenai kecakapan dan kesiapan individu untuk mengadopsi penggunaan teknologi tertentu. Kondisi ini menimbulkan beberapa dampak negatif dari penerapan WFH, diantaranya yakni (Mustajab, et al., 2020):

- a. *Multitasking*, khususnya lebih banyak berlaku pada karyawan perempuan yang sudah berkeluarga atau sudah memiliki anak. Tak jarang karyawan perempuan merasakan beban kerja yang lebih berat, sehingga dapat menimbulkan stres kerja. Namun, hal ini dapat diantisipasi jika terdapat peran pasangan yang juga turut serta dalam menyelesaikan pekerjaan rumah tersebut, dan hal tersebut akan menjadi sebaliknya jika tidak adanya kerjasama yang baik.
- b. Semangat kerja menurun, semangat kerja ini akan menurun jika dihadapkan oleh karyawan yang memiliki persepsi bahwa rumah merupakan tempat untuk beristirahat, dan bukanlah tempat untuk bekerja. Hal ini juga dapat disebabkan karena tidak terlihat batasan jelas antara kantor dan rumah, bahkan cenderung waktu kerja menjadi tanpa batasan (Mungkasa, 2020).
- c. Biaya yang bertambah, hal pasti yang dirasakan oleh karyawan yang bekerja dari rumah adalah meningkatnya biaya/pengeluaran seperti biaya listrik, biaya pulsa untuk berkomunikasi, dan penyedia jaringan internet.

- d. Distraksi selama bekerja, WFH membuat karyawan merasakan adanya distraksi atau gangguan yang menghambat penyelesaian pekerjaan mereka, seperti distraksi teknis dan distraksi sosial. Contoh distraksi teknis adalah gangguan peralatan kerja yang tidak mendukung serta gangguan jaringan komunikasi. Distraksi sosial contohnya adalah distraksi yang berasal dari keluarga di rumah.
- e. Keterbatasan komunikasi, sistem kerja WFH membuat karyawan tidak bertemu langsung dengan atasan (Mungkasa, 2020), dan rekan kerja mereka, sehingga membuat komunikasi sering mengalami gangguan, khususnya karena jaringan komunikasi dan peralatan kerja yang kurang mendukung, sehingga membuat pekerjaan terlambat diselesaikan, terlambat dalam pengiriman laporan hasil kerja, dan pengiriman informasi penting lainnya (Sabitha & Susilo, 2017).
- f. Ketidakpercayaan antar pihak, resiko lain dari pelaksanaan WFH adalah adanya ketidakpercayaan yang timbul antar karyawan dengan atasannya, atau bahkan instansinya, dikarenakan konsep WFH kurang dipahami oleh kedua belah pihak, dan terdapat karyawan yang menganggap bahwa WFH sama dengan cuti, yang berarti tidak melakukan pekerjaan apapun.

Bagaimanapun, kerangka fleksibilitas kerja akan berjalan dengan baik apabila terdapat *mutual-trust* antara karyawan dengan pihak manajemen. Sikap transparan serta partisipatif dalam menetapkan target kinerja dengan karyawan. Karyawan pun juga memiliki komitmen kuat untuk menyelesaikan target-target pekerjaan sesuai kualitas yang diharapkan oleh atasan dan perusahaan. Adapun faktor lain yang dapat menjadi penunjang utama dalam efektivitas WFH adalah ketersediaan sarana dan prasarana kerja yang baik, seperti tempat duduk, meja, serta fasilitas komputer dengan keadaan yang baik.

Human Resources Development (HRD) di Masa Pandemi

Sejatinya divisi HR atau HRD menjadi bagian penting bagi perusahaan di tengah kondisi pandemi Covid-19, serta atas ketidakpastian ekonomi saat ini. Perusahaan bergantung pada HRD guna membantu untuk merencanakan *business continuity*, kebijakan, serta menenangkan kecemasan karyawan selama WFH apabila berkepanjangan. Penyebaran virus covid-19 yang sangat cepat, serta penerapan kebijakan pemerintah yang dapat menyebabkan banyaknya perusahaan merasa kewalahan untuk beradaptasi. Disinilah peran HRD memiliki peran yang sangat krusial untuk memimpin serta membaca perusahaan, guna memitigasi resiko, serta memastikan keamanan juga kesejahteraan karyawan di perusahaan.

Berdasarkan beberapa penelitian, terdapat langkah-langkah yang dapat diambil oleh seorang manajer HR untuk mengoptimalkan kinerja karyawan di masa pandemi ini (Radika, 2020):

1. Utamakan kesehatan dan keselamatan karyawan
Sumber daya manusia merupakan aset yang paling penting dalam perusahaan. Kesehatan serta keselamatan karyawan harus diprioritaskan. Manajer HR harus membuat *checklist* bagi perusahaan terkait apa saja hal yang mesti diperhatikan pada kondisi krisis.
2. Ciptakan alur komunikasi yang sederhana dan sering
Komunikasi merupakan faktor penting guna memberikan pesan bahwa perusahaan peduli dengan kondisi karyawannya. HR harus menjadi jembatan

bagi komunikasi ini. Berbagai *platform* dapat direkomendasikan untuk sekedar memberikan motivasi atau membuka *sharing section* rutin setiap pekan, dan hal ini berdampak positif bagi karyawan selama WFH.

3. Pastikan status terkait ketenagakerjaan dan pengupahan karyawan jelas
Seorang manajer HR haruslah melakukan kajian terkait peraturan perusahaan, adapun pedoman pada sistem pengupahan ini berdasarkan pada Undang-Undang No.13 tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan, serta kebijakan terbaru yang diterapkan oleh pemerintah. Hal ini dapat dilakukan demi menyalurkan antar peraturan yang harus ditaati serta kondisi perusahaan.
4. Survey kecemasan karyawan
Tekanan serta dampak psikologis negatif, seperti kecemasan, serta *WFH burnout* dapat terjadi pada karyawan sebagai efek dari WFH yang berkepanjangan. Salah satu cara yang dapat manajer HR implementasikan adalah dengan survey kecemasan karyawan melalui *Google Forms* dengan skoring sederhana.

Dalam upaya memastikan stabilitas kondisi perusahaan, dimana karyawan merupakan aset bagi perusahaan, tentunya kesehatan dan keselamatan karyawan merupakan hal yang sangat penting. Pengambilan kebijakan perusahaan yang dibantu oleh seorang manajer HR harus dapat menyalurkan kepentingan antara perusahaan dan juga karyawan, serta menjadi penentu atas keberhasilan sebuah perusahaan dalam beradaptasi. Beberapa langkah di atas dapat menjadi solusi untuk diterapkan dalam lingkungan perusahaan, sembari berharap agar pandemi Covid-19 segera berakhir.

Referensi

- Widyastuti, A. Y. (2020, Juni 22). Wamenkeu: Rapat Virtual Efektif Tekang Anggaran Perjalanan Dinas. <https://bisnis.tempo.co/read/1356328/wamenkeu-rapat-virtual-efektif-tekan-anggaran-perjalanan-dinas>
- Junjunaan, Adi. (2020, Juni 10). WFH Dari “Terpaksa” Menuju Pola Kerja Baru. <https://kumparan.com/adi-junjunaan-mustafa/wfh-dari-terpaksa-menuju-pola-kerja-baru-1taLI1DUrk9>
- Ma’rifah, Diana. 2020. IMPLEMENTASI WORK FROM HOME: KAJIAN TENTANG DAMPAK POSITIF, DAMPAK NEGATIF DAN PRODUKTIVITAS PEGAWAI. Civil Service, Vol. 14, 2, 58-60.
- Mungkasa, Oswar. 2021. MAKALAH: Bekerja Jarak Jauh (Telecommuting/Working from home/WFH). Konsep, Penerapan dan Pembelajaran. https://www.academia.edu/42398433/MAKALAH_Bekerja_Jarak_Jauh_Telecom_muting_Working_from_home_WFH_Konsep_Penerapan_dan_Pembelajaran
- Pusat Penelitian dan Pengembangan Perkebunan, 2 April 2020. Memacu Efektivitas Work from Home (WFH). Bogor: Pusat Penelitian dan Pengembangan Perkebunan. <https://perkebunan.litbang.pertanian.go.id/memacu-efektivitas-work-from-home-wfh/>
- Radika, KC. 2020. Pentingnya HR Dikala Pandemi Covid-19. <https://www.hadirr.com/blog/pentingnya-hrd-pandemi-covid-19/>
- Sabitah, N. M., & Susilo, H. (2017). Implementasi Metode Penilaian Kinerja 360 Degree Feedback Untuk Mengukur Soft Competence Karyawan (Studi pada PT Petrokimia Gresik). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 47(1), 56–62.

Sunarta. 2010. Perencanaan Sumber Daya Manusia (Kunci Keberhasilan Organisasi). FISE Universitas negeri Yogyakarta. http://staff.uny.ac.id/sites/default/files/PERENCANAANpersen20SDM_0.pdf

Susan, Eri. (2019, Agustus 2). Manajemen Sumber Daya Manusia. ADAARA: Jurnal Manajemen Islam. 9, 956-57.

PHK ERA COVID-19: “ALIBI” PERUSAHAAN?

Intan Herlinawati

PSBB dan PHK

Covid-19 diketahui masuk ke Indonesia pertama kali dibawa oleh 2 orang WNI yang dinyatakan positif covid setelah berkontak langsung dengan WNA asal Jepang. Sejak saat itu, kasus baru terus bertambah setiap harinya, hingga Presiden Joko Widodo mengumumkan keadaan darurat. Sejak saat itu, pemerintah mulai memberlakukan beberapa kebijakan baru untuk mengatasi masa darurat ini seperti :

1. *Sosial distancing* hingga Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB);
2. Pajak penghasilan ditanggung pemerintah;
3. Kelonggaran membayar kredit dan memberi insentif untuk kelompok usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM);
4. Subsidi Listrik kepada pelanggan PLN di tengah pandemi Covid-19;
5. Belajar dan bekerja dari rumah.

Jika dilihat dari kelima kebijakan yang dikeluarkan pemerintah, PSBB merupakan kebijakan yang membawa dampak cukup besar bagi kelangsungan tatanan hidup masyarakat. Mungkin dengan tidak bersosialisasi secara langsung dapat memutus rantai penyebaran covid-19. Namun, selain aspek kesehatan yang menjadi sorotan, aspek ekonomi adalah salah satu yang paling berdampak akan kebijakan ini.

Perekonomian Indonesia porak poranda pada pertengahan 2020, hingga menyebabkan pengusaha harus memutar otak untuk mempertahankan bisnisnya. Banyak dari mereka yang mengeluarkan kebijakan sesuai anjuran pemerintah dengan memberlakukan WFH bagi karyawan, atau merumahkan sementara para pekerjanya. Namun sayang, tidak semua subjek dalam perusahaan dapat mengerjakan pekerjaannya dari rumah, karena ada berbagai perusahaan yang harus berkaitan dengan operasional secara langsung, misalnya pada sektor konstruksi dan pariwisata, sehingga di Indonesia pemutusan hubungan kerja (PHK) sepihak mencapai jutaan orang.

Pertanyaannya sekarang adalah apakah setelah penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) diseluruh Indonesia, kasus positif covid-19 berhenti begitu saja? Tentu tidak. Karena banyak masyarakat yang masih acuh dengan kebijakan ini, dan terkesan menyepelekan protokol kesehatan. Faktor lainnya, berdasarkan hasil sensus penduduk, diketahui bahwa Indonesia memiliki jumlah penduduk mencapai 270,2 juta jiwa pada sensus penduduk 2019, dan kurang lebih 9,8persen nya merupakan kategori penduduk miskin (BPS, 2021). Jadi, dengan berdiam diri di rumah saja, itu tidak mungkin bagi mereka yang rata rata mendapat penghasilan dari pekerjaan harian. Jika mereka berdiam diri tanpa ada penghasilan selama masa PSBB, mungkin mereka tidak akan mati karena covid-19, tapi mati karena keparan (Ristyawati, 2020). Sehingga, dapat disimpulkan realisasi PSBB pertama dapat dikatakan belum efektif, karena selain tidak menekan angka kasus harian, kebijakan ini membuat perekonomian Indonesia justru memburuk, dan PHK massal merupakan salah satu dampaknya.

Alasan dan Dampak PHK

Pemutusan hubungan kerja sepihak menjadi salah satu yang tidak diharapkan karena dapat berimbas pada menurunnya kesejahteraan masyarakat, sehingga meningkatkan angka kemiskinan di Indonesia. Maka dari itu, diharapkan semua subjek dalam hubungan industrial sebelum PHK itu terjadi dapat bersama-sama melakukan berbagai upaya untuk memecahkan masalah atau menyelamatkan perusahaan dari krisis. Meskipun pada akhirnya, covid-19 membawa pengaruh yang begitu besar sehingga menjadi dasar kuat bagi beberapa perusahaan untuk melakukan PHK karyawan atau buruhnya secara massal dengan alasan efisiensi.

Menurut Menteri Ketenagakerjaan, Ida Fauziyah, berdasarkan data sampai 20 April 2020, jumlah pekerja yang terdampak Covid19 sebanyak 2.084.593 pekerja dari sektor formal, dan informal yang berasal dari 116.370 perusahaan. Adapun jumlah pekerja formal yang di-PHK sebanyak 241.431 orang pekerja dari 41.236 perusahaan. Selain itu, sektor informal memang menjadi salah satu yang mengalami dampak cukup besar. Khususnya pengusaha Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang telah kehilangan 538.385 pekerja (Hartomo, 2020). Angka tersebut bukan jumlah yang sedikit dan tidak dapat dibiarkan naik pesat begitu saja.

Jika ditinjau dari pekerja, dampak yang dirasakan dari PHK massal tidak kecil. Otomatis orang yang tidak di PHK akan melakukan *effort* lebih untuk melakukan pekerjaannya akibat berkurangnya pekerja/buruh, dan mereka yang di PHK juga jadi kehilangan sumber pendapatan untuk pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Apalagi jika orang – orang yang terkena PHK merupakan tulang punggung keluarga, itu artinya ia memiliki tanggungan 2 orang atau lebih yang bergantung pada hasil gajinya ikut merasakan dampaknya.

Jika ditinjau dari sisi perusahaan, PHK ini dilakukan karena banyak pengusaha yang mengalami penurunan pendapatan usaha secara drastic, sehingga kesulitan membayar tanggungan biaya operasional, ditambah dengan beban gaji karyawan serta tunjangan-tunjangan. Jika dipaksakan mempertahankan karyawan, mereka khawatir akan mengalami kebangkrutan.

Sebenarnya PHK merupakan rutinitas yang sudah sangat sering terjadi dalam hubungan industrial, dan sah saja dilakukan apabila pihak pekerja/buruh melanggar kontrak kerja, melakukan kesalahan yang merugikan perusahaan secara finansial, kesalahan kecil yang diulangi terus menerus, misalnya tidak datang tepat waktu, kinerja karyawan yang menurun, sehingga tidak memenuhi target. Namun, yang saat ini marak terjadi adalah alasan PHK untuk efisiensi era covid-19 yang dilakukan secara massal.

***Force Majeure* dan PHK**

Putusan MK Nomor 19/PUU-IX/2011 disini dikatakan dengan tegas bahwa “Pengusaha dapat melakukan pemutusan hubungan kerja terhadap pekerja/buruh karena perusahaan tutup, yang disebabkan perusahaan mengalami kerugian secara terus menerus selama 2 (dua) tahun, atau keadaan memaksa (*force majeure*), dengan ketentuan pekerja/buruh berhak atas uang pesangon sebesar 1 (satu) kali, berdasarkan ketentuan pasal 156 ayat (2); uang penghargaan masa kerja sebesar 1 (satu) kali,

berdasarkan ketentuan pasal 156 ayat (3); dan uang penggantian hak sesuai ketentuan Pasal 156 ayat (4).” Itu artinya, PHK boleh dilakukan oleh perusahaan terdampak pandemi covid-19 apabila perusahaan tutup secara permanen atau tutup tidak untuk sementara waktu. Kemudian MK juga memperjelas bahwa PHK juga diperbolehkan bagi perusahaan yang terpaksa melakukannya karena *force Majeure*. Mengingat covid-19 termasuk bencana nasional yang muncul tidak terduga sebelumnya, maka PHK dapat dilakukan agar operasional perusahaan dapat terus berjalan. Pasal 1245 KUH Perdata juga menyebutkan bahwa unsur-unsur yang mampu dianggap menjadi *force majeure* yaitu:

1. Peristiwa yang terjadi akibat suatu kejadian alam;
2. Peristiwa yang tidak dapat diperkirakan akan terjadi; dan
3. Peristiwa yang menunjukkan ketidakmampuan untuk melaksanakan kewajiban terhadap suatu kontrak, baik secara keseluruhan, maupun hanya untuk waktu tertentu.

Namun, pada kenyataannya, makin berjalannya waktu, alasan pemutusan hubungan kerja sepihak karena terdampak covid-19 seperti menjadi alasan yang dibenarkan para pelaku usaha. Karena selain PHK, sebenarnya ada alternatif lain yang dapat diupayakan terlebih dahulu oleh perusahaan. Sebagaimana terdapat dalam pasal 151 ayat (1) Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan, yakni mengurangi gaji pokok karyawan/buruh dan fasilitas bagi pekerja tingkat atas, mengurangi jam kerja, menghapuskan kerja lembur, mengurangi hari kerja, dan merumahkan para pekerja secara bergantian. Jadi, ada banyak cara upaya menyelamatkan perusahaan dan pekerja sekaligus sesuai pasal tersebut.

PHK dan Pesangon

Berdasarkan data pada bulan April 2020, ada sebanyak 15,6 persen pekerja di Indonesia terkena PHK, dan 13,8 persennya tidak mendapatkan pesangon. Selain itu, mirisnya adalah, pekerja yang di PHK ini mayoritas dari kalangan pekerja usia muda usia 15-24 tahun. Usia tersebut merupakan golongan orang-orang berusia produktif yang masa depannya masih panjang (Ngadi, *et al.* 2020). Contoh pemutusan hubungan kerja sepihak ini terjadi pada Badan Usaha Milik Negara (BUMN), yaitu PT Garuda Indonesia (Persero), Tbk. yang melakukan PHK kepada sekitar 700 karyawan kontrak. Pemutusan kontrak kerja dilakukan setelah para pekerja itu dirumahkan tanpa gaji sejak Mei 2020 lalu. Melalui penyelesaian kontrak lebih awal tersebut, Garuda Indonesia memastikan akan memenuhi seluruh hak karyawan yang terdampak sesuai dengan peraturan yang berlaku, termasuk pembayaran di awal atas kewajiban perusahaan terhadap sisa masa kontrak karyawan (Utami, 2020). Namun, bisa bayangkan 700 orang akan menjadi pengangguran baru di masa pandemi?

Perusahaan lain yang melakukan pemutusan kerja (PHK) sepihak tanpa pesangon adalah karyawan Hotel Garden Palace Surabaya, ada sekitar 100 karyawan di PHK secara sepihak tanpa diberikan pesangon dengan alasan perusahaan mengalami kerugian. Kejadian serupa juga terjadi pada karyawan Hotel Sanjaya, di mana 74 karyawannya di PHK secara sepihak tanpa adanya kesepakatan terkait pembayaran uang pesangon (Hasanah, 2021).

Sementara sudah jelas tertuang dalam ketentuan pasal 156 ayat (2), bahwa pengusaha harus membayarkan pesangon, atau pembayaran dalam bentuk uang dari pengusaha kepada buruh/pekerja sebagai akibat adanya PHK, yang jumlahnya disesuaikan dengan masa kerja buruh/pekerja. Selain uang pesangon, pekerja juga berhak atas uang penghargaan terkait lamanya masa kerja, hal ini diatur dalam Pasal 156 ayat 3, dan terakhir, pekerja juga berhak atas uang pembayaran dari pengusaha kepada pekerja sebagai pengganti istirahat tahunan, istirahat panjang, biaya perjalanan ke tempat di mana pekerja diterima bekerja, fasilitas pengobatan, fasilitas perumahan, dan lainnya sebagai akibat PHK sebagaimana bunyi Pasal 156 ayat 4.

Tidak memberikan uang pesangon kepada para pekerja yang di PHK merupakan salah satu dari tindakan *industrial abuse* yaitu tindakan menyimpang dari undang-undang. hukum ini dapat menjadi tameng bagi pekerja/buruh untuk melapor kepada pihak yang berwajib atas dasar pelanggaran pada kewajiban, dan hak yang tidak dapat dipenuhi oleh perusahaan.

Perundingan Keputusan PHK

Perusahaan-perusahaan yang tidak dalam keadaan terdampak parah covid-19, masih dapat melakukan aktivitas seperti biasa, dan belum tutup selama dua tahun, sebagaimana yang dijelaskan pasal 164 ayat 1, maka perusahaan tidak bisa melakukan PHK dengan alasan covid-19 (*force majeure*) lagi, karena akan bertentangan dengan undang undang. Namun, apabila berbagai upaya telah dilakukan untuk menghindari pemutusan hubungan kerja, dan ternyata ini merupakan jalan terakhir karena pengusaha benar-benar tidak dapat lagi mempertahankan para pekerjanya, maka boleh diadakan pemutusan hubungan kerja. Meskipun begitu, pemutusan hubungan kerja tidak boleh dilakukan secara sepihak. Langkah selanjutnya yang dapat dilakukan adalah upaya perundingan antara pengusaha dan pekerja atau serikat pekerja.

Menurut pasal 151 ayat 3, apabila perundingan tersebut belum juga menghasilkan persetujuan, pengusaha dapat melakukan pemutusan hubungan kerja setelah mendapatkan penetapan dari lembaga penyelesaian perselisihan hubungan industrial, dengan syarat pemenuhan kewajiban kepada pekerja/buruh seperti pembayaran pesangon sesuai UU dan kontrak kerja.

Jadi, pada dasarnya PHK sebenarnya sudah menjadi kebijakan yang umum bagi perusahaan. Namun, semua keputusan yang diambil harus selalu merujuk pada Undang - Undang yang berlaku, sehingga tidak ada yang merasa dirugikan. Untuk kasus PHK karena covid-19 ini banyak dipermasalahkan, karena PHK terjadi secara massal dengan alasan *force majeure*, sehingga menyebabkan hilangnya mata pencaharian utama para tulang punggung keluarga, dan menyebabkan meningkatnya angka pengangguran. Ada baiknya, sebelum terjadinya PHK kedua belah pihak mengusahakan untuk menghadapi krisis

Referensi

- Badan Pusat Statistik. 2021. Hasil Sensus Penduduk 2020. *BPS.go.id*
<https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/01/21/1854/hasil-sensus-penduduk-2020.html>
- Hasanah, I. 2021. Pemenuhan Hak Pekerja Setelah Pemutusan Hubungan Kerja Dimasa Sebelum Dan Pada Saat Pandemi Covid-19. *Gorontalo Law Review*, 4(1):20-32
- Hartomo, G. 2020. Sudah 2,08 Juta Pekerja Formal dan 116 Ribu Informal Dirumahkan dan PHK. *Economy.okezone.com*.
<https://economy.okezone.com/read/2020/04/23/320/2203890/sudah-2-08-juta-pekerja-formal-dan-116-ribu-informal-dirumahkan-dan-phk>
- Ngadi, Meilianna, R., & Purba, Y. A. 2020. Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap PHK dan Pendapatan Pekerja di Indonesia. *Jurnal Kependudukan Indonesia*, Juli 2020, 43-48.
- Utami, S. S. 2020. Garuda Indonesia PHK 700 Karyawan per 1 November. *Medcom.id*.
<https://www.medcom.id/ekonomi/bisnis/VNxv6Ogk-garuda-indonesia-phk-700-karyawan-per-1-november>

STRES DAN KECEMASAN PEKERJA DI MASA PANDEMI COVID-19

Sayyidatul 'Izza

Kondisi Pekerja di Masa Pandemi Covid-19

Pandemi Covid-19 menyebabkan sebagian orang merasakan takut atau kekhawatiran yang berlebihan, sehingga terkadang berpikir hal-hal yang tidak masuk di akal. Tidak jarang pula kita memiliki prasangka dan kecurigaan pada setiap orang yang kita temui. Terjadinya hal tersebut membuat orang mencari berita mengenai adanya covid-19, dan tidak dapat menentukan kabar mana yang akurat juga terpercaya, sehingga menimbulkan adanya kecemasan.

"Kebijakan belajar dari rumah, bekerja dari rumah, dan ibadah di rumah perlu terus digencarkan untuk mengurangi penyebaran Covid-19," demikian sesuai dengan apa yang dibicarakan presiden Joko Widodo. Hal ini dilakukan untuk dapat mengurangi bahkan memutus adanya rantai infeksi virus covid-19. Kebijakan darurat yang diambil tersebut sangat berdampak pesat terhadap aktivitas kehidupan manusia, dimana mereka harus mengurangi aktivitas yang dilakukan di luar rumah. Sementara, sebagian besar aktivitas penunjang kehidupan manusia sendiri ada di luar rumah.

Karantina, penutupan sekolah, larangan bepergian, goyahnya dunia usaha, dan beberapa penutupan lainnya, membuat dampak yang bersifat mendadak, juga drastis terhadap para pekerja dan perusahaan. Lembaga ilmu pengetahuan Indonesia (LIPI) pernah melakukan survei *online* pada pertengahan tahun 2020, saat kasus covid masih menjadi berita hangat bagi masyarakat. Hasil survey yang diperoleh, 15,6 persen pekerja mengalami pemutusan hubungan kerja (PHK), dan 40 persen mengalami penurunan pada pendapatan mereka. Sedangkan pada Februari 2021, tercatat sudah 24 juta pekerja yang kehilangan jam kerja akibat adanya pandemi Covid-19 (Triatmojo, 2021).

Selain adanya pengangguran dan setengah pengangguran, kondisi buruk lainnya juga berdampak pada kondisi kerja, upah dan akses atas perlindungan sosial, serta dampak negatif lainnya. Sehingga, bisa dilihat para pekerja menjadi kelompok masyarakat yang paling terpukul akibat wabah covid-19. Sementara sebagian besar pekerja merupakan tulang punggung keluarga. Sedangkan bagi pekerja yang masih diberi kesempatan untuk bekerja, terutama bagi pekerja yang tidak melakukan *Work from Home* (WFH), juga mengalami keresahan, mereka takut tertular virus pada saat berlangsungnya jam kerja.

Stres dan Kecemasan Pekerja Menghadapi Covid-19

Stres merupakan suatu kondisi yang menekan keadaan psikis seseorang dalam mencapai sesuatu kesempatan, dimana untuk mencapai kesempatan tersebut terdapat batasan atau penghalang (Robbins, 2001). Selain itu, stres juga didefinisikan sebagai "*a substantial imbalance between demand (physical and psychological) and response capability, under condition where failure to meet that demand has importance consequences*". Artinya, ada ketidakseimbangan antara tuntutan (fisik dan psikis) dan

kemampuan memenuhinya (Weinberg & Gould, 2003). Berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan secara singkat bahwa stres adalah keadaan seseorang yang dituntut untuk melakukan penyesuaian diri dari tekanan yang ada.

Berbeda dengan stres, kecemasan didefinisikan sebagai suatu keadaan emosional yang mempunyai ciri keterangsangan fisiologis, perasaan tegang yang tidak menyenangkan, dan perasaan aprehensif (takut) bahwa sesuatu yang buruk akan terjadi (Nevid, 2003). Kecemasan merupakan reaksi emosi tidak menyenangkan yang ditandai dengan ketakutan. Perasaan takut itu timbul karena adanya ancaman atau gangguan terhadap suatu objek yang masih abstrak, dan juga takut yang bersifat subjektif, hal ini ditandai adanya perasaan tegang, khawatir, dan sebagainya (Kartono, 2003).

Pandemi covid-19 memunculkan kondisi keduanya bagi pekerja, stres dan kecemasan. Tidak hanya secara teknis menghadapi virus covid-19, tetapi juga kebijakan yang dapat mempengaruhi kehidupan pekerja. Berbagai kebijakan yang sifatnya responsif akibat meluasnya penyebaran virus, membuat sebagian orang merasakan frustrasi dan stress, karena beban dan tanggung jawab mereka sebagai pekerja justru bertambah. Para pekerja harus berpikir keras bagaimana dapat tetap bertahan dalam kondisi yang sulit seperti ini. Sebelum pandemi saja, berdasarkan hasil penelitian di Jakarta, stres pada kelompok pekerja sudah lebih tinggi daripada populasi umum, pada eksekutif muda kejadian stres mencapai 25 persen (Kamsu, *et al.*, 2011). Apalagi ditambah dengan kondisi tidak pasti di masa pandemi covid-19 ini.

Penyebab Stres dan Kecemasan Kerja

Pusat pengendalian dan pencegahan penyakit Amerika (CDC) menyebutkan bahwa ada beberapa hal yang menjadi penyebab utama terjadinya kekhawatiran masalah mental yang muncul di kalangan para pegawai yang akan kembali bekerja di kantor pada masa pandemi Covid-19 (Azmi, 2021), seperti:

1. Khawatir terpapar virus Covid-19 di kantor
Manusia adalah makhluk hidup yang biasa melakukan interaksi dengan orang lain. Mau disadari ataupun tidak, keberlangsungan kehidupan manusia tentu akan bergantung satu sama lain. Dalam dunia kerja di tengah masa pandemi ini, walaupun setiap orang sudah melakukan hal maksimal dalam menaati adanya protokol kesehatan dan sudah melakukan jaga jarak (*social distancing*), bukan hal yang mustahil bila virus ini dapat menyerang insan yang sedang melakukan aktivitas kerja di luar rumah. Melihat lagi terkadang gejala dari Covid-19 masih terlihat samar ataupun tidak memiliki gejala yang terlihat dengan mata telanjang. Sehingga, timbulnya kekhawatiran akan terpapar virus setelah adanya pemberlakuan kembali kerja di kantor mengganggu mental pikiran para pekerja.
2. Mengurus beban kerja yang berbeda
Kembalinya para pekerja ke kantor, bukan berarti dapat dengan mudah menjalankan pekerjaan seperti bagaimana biasanya mereka lakukan sehari-hari saat tidak adanya virus Covid-19. Hadirnya virus ini memberi banyak batasan yang hadir bagi para pekerja, sehingga menambah beban kerja. Misalnya saja pada bidang pendidikan, dimana kegiatan belajar mengajar belum dilakukan secara tatap muka atau masih dilakukan daring. Walaupun para guru, dosen atau pengajar lainnya dapat melakukan pekerjaan secara langsung di tempat kerja masing-masing, tetapi mereka harus memutar otak untuk dapat melakukan

pengajaran terhadap kegiatan belajar yang masih diadakan daring (*online*) agar apa yang mereka sampaikan tetap dapat tersalurkan dengan baik.

3. Ketidakpastian dengan masa depan pekerjaan saat ini

Setiap perusahaan pasti sudah memiliki kebijakan sendiri dalam mempertimbangkan kehidupan para pekerjanya. Seperti melakukan dua pembagian kerja untuk mengurangi banyaknya kerumunan dan menerapkan *social distancing*, mereka akan menetapkan para pekerja yang dapat masuk bekerja di kantor dan pekerjaan yang bisa dilakukan di rumah. Mereka yang melakukan kerja di rumah akan merasakan kurang produktifnya dalam bekerja, dan merasakan kecemasan akan terjadinya PHK. Nasib para pekerja yang dapat bekerja di kantor pun masih di ambang batas, karena kurangnya tenaga kerja yang membantu mereka secara langsung. Beberapa kendala dan tekanan yang terjadi di tengah pandemi saat ini tentu membuat semakin ambigunya keadaan dunia kerja untuk sekarang ini, bahkan masa depan nantinya.

4. Kesulitan dalam beradaptasi terhadap ruang kerja dan waktu kerja yang baru

Walaupun kecemasan ini tidak terlalu berpengaruh, tetapi tentu saja berubahnya keadaan ruangan dan juga jam kerja yang semakin sempit, menjadikan para pekerja akan kurang merasa produktif dalam menyelesaikan pekerjaannya.

Selain adanya kecemasan yang dirasakan pekerja saat sudah melakukan aktivitas kembali di kantor, ada lagi kecemasan di tengah pandemi yang sangat sering menjadi beban pikiran para pekerja saat melaksanakan WFH. WFH cenderung membuat takut akan dampak pengurangan kompensasi, atau bahkan masa kerja, yang akhir ceritanya adalah terjadinya PHK. Hal ini berkaitan dengan pelemahan kondisi ekonomi, menjadikan para pengusaha harus mengambil tindakan, seperti melakukan pengurangan kompensasi atau PHK sebagai jalan keluar, demi terus mengangkat dan menghidupi usahanya. Para pengusaha yang merasa produktivitas pekerjaannya berkurang, mau atau tidak harus menerapkan kebijakan pahit tersebut.

Mengelola Stres dan Kecemasan Pekerja

Berbagai dilema yang dirasakan pekerja, semakin menumpuknya permasalahan potensial yang akan muncul di kemudian hari, menjadikan mereka berada dalam ancaman stres, yang kemudian diikuti oleh terjadinya perubahan dalam perilaku pekerja, seperti sulit tidur, lebih menarik diri, murung, kehilangan minat untuk saling berinteraksi satu sama lain, merasa tidak berguna dan keputusasaan.

Kondisi Covid-19 yang masih belum dapat diperkirakan sampai kapan akan berakhir, dan pola kehidupan yang juga terus berubah-ubah, membentuk kecemasan dan tekanan yang berkepanjangan. Konsekuensi psikologis akibat adanya stres yang dialami oleh pekerja adalah mereka akan cenderung muncul perasaan negatif. Selain itu, secara fisiologis, stres membuat mereka mengalami kesulitan dalam pengambilan keputusan.

Hal ini sejalan dengan fakta yang terjadi di lapangan, dengan keluhan gejala yang dikategorikan sebagai stres di masa pandemi covid-19 ini, diantaranya yakni (RS Awal Bros, 2020): Memiliki rasa khawatir atau takut yang berlebihan sehingga tidak rasional dalam berpikir; Terlalu memandang berlebih kepada mereka yang dinyatakan positif covid; Sakit kepala dan sakit fisik lainnya; Mencari berita tentang covid-19 secara

berlebihan, sehingga sulit dalam memilih dan menentukan mana berita yang akurat, akibatnya menimbulkan kecemasan dan sulit untuk tidur.

Untuk itu, untuk mengurangi stres dan kecemasan menghadapi covid-19, pekerja seyogyanya menyerahkan kendali, dengan harapan percaya segala sesuatu akan berjalan sebagaimana mestinya. Kurangi rasa cemas berlebih yang dapat menggiring opini isi pikiran kita untuk terus berpikir dengan hal-hal buruk yang akan terjadi. Isi kegiatan dengan melakukan berbagai aktivitas di rumah, melakukan sesuatu yang disenangi (hobi) untuk menimbulkan perasaan bahagia, dan mengisi pikiran dengan hal-hal positif, serta optimis, untuk menjaga kesehatan mental pekerja dalam menghadapi pandemi Covid-19.

Selain itu, untuk mengurangi rasa beban yang berlebih, pekerja juga dapat melakukan *sharing session* dengan rekan kerjanya, agar tidak merasa sendiri. Walaupun *social distancing* diberlakukan, tetapi, kita tetap dapat menjaga hubungan baik dengan orang-orang terdekat secara virtual. Hal lain yang juga harus diperhatikan adalah tidak mudah terpengaruh dengan berita penyebaran Covid-19 dari sumber yang tidak terpercaya, karena semua info yang didapat belum tentu semua benar.

Sejalan dengan apa yang disampaikan oleh WHO (Kamilah, 2021), beberapa strategi yang dapat diterapkan bagi siapa saja termasuk para pekerja, untuk menghilangkan stres di tengah wabah, yakni: berdiam diri di dalam rumah lebih dianjurkan guna untuk meminimalisir adanya virus yang tersebar, dan menjaga gaya hidup sehat bersama anggota keluarga di dalam rumah; Berbincang dengan orang-orang yang tepat dan dapat dipercaya. Jika kita merasakan sedih, bingung, tertekan, takut dan marah, ini dapat dilakukan di tengah pandemi guna mengurangi rasa tertekan yang dialami; Mencari fakta dan info terbaru yang dapat membantu dalam tahap pencegahan yang tepat serta membantu menghindari dari adanya berita yang tidak valid dan kredibel; Mengurangi rasa cemas; Lebih kuat dalam mengontrol emosi dan mengoptimalkan kemampuan; Menghindari rokok, alkohol dan narkotika untuk dapat menghilangkan permasalahan dalam emosi.

Apapun solusinya, pekerja harus lebih mengenali diri sendiri, dan menentukan pilihan cara terbaik mana yang dapat dilakukan untuk mengontrol tingkat stres dan kecemasan yang mereka alami. Jika membutuhkan dukungan fisik maupun mental, tidak ada salahnya meminta bantuan pihak lain untuk memastikan kondisi pekerja. Faktor lain, sebagai bentuk ikhtiar, dengan mematuhi protokol kesehatan, memakai masker, mencuci tangan, menjaga jarak, menjauhi kerumunan, dan mengurangi mobilitas.

Referensi

- Azmi, N. (2021, April 28). Cara Atasi Rasa Cemas Kembali ke Kantor di Tengah Pandemi. *Hellosehat*. <https://hellosehat.com/infeksi/covid19/mengatasi-cemas-kantor-covid-19/>
- Triatmojo, D. (2021, Maret 27). Kemnaker : 29,4 Juta Pekerja Terdampak Pandemi Covid-19, di-PHK Hingga dirumahkan. *Tribun bisnis*. <https://www.tribunnews.com/bisnis/2021/03/27/kemnaker-294-juta-pekerja-terdampak-pandemi-covid-19-di-phk-hingga-dirumahkan>

- Kamso, S, Purwastyastuti, Lubis, D. U., Juwita, R, Robbi, Y.K., & Besral. 2011. Prevalensi dan determinan sindrom metabolik pada kelompok eksekutif di Jakarta dan Sekitarnya. *Jurnal Kesehatan Masyarakat Nasional*. 6(2): 85-90.
- Kamilah, S. N. (2021, April 9). Strategi Coping Memerangi Stress Akademik di Masa Pandemi Covid-19. *Pkim Uin*. <https://kegiatan.pkimuin-suka.ac.id/single/strategi-coping-stress-memerangi-stress-akademik-di-masa-pandemi-covid-192021-04-0902-21-58>
- Nevid, S.F, Rathus, A.S., & Greene, B. 2003. *Psikologi Abnormal Edisi Kelima*, Erlangga: Jakarta.
- Robbins, S. P. 2001. *Perilaku Organisasi: Konsep, Kontroversi, Aplikasi*, Jilid I, Edisi 8, Prenhallindo Jakarta
- RS Awal Bros. (2020, Juni 2020). Manajemen Stres di Masa Pandemi Covid-19. *RS Awal Bros*. <http://awalbros.com/kejiwaan/manajemen-stres-di-masa-pandemi-covid-19/>
- Weinberg, R. S, & Gould, D. 2003. *Foundations of Sport & Exercise Psychology*. Champaign, IL: Human Kinetics

**BAGIAN KEDUA
TANTANGAN PENGELOLAAN UMKM
DI MASA PANDEMI COVID-19**

RELEVANSI TEORI DARWIN DI MASA PANDEMI COVID-19 TERHADAP SEKTOR BISNIS DI INDONESIA

Destri Griselda Saragih

Dampak Covid-19

Penyebaran Covid-19 di seluruh penjuru dunia menyebabkan perubahan yang sangat signifikan terhadap pola kehidupan manusia. Ragam persoalan baru pun bermunculan, mulai dari persoalan di bidang ekonomi, kesehatan, pendidikan, politik dan sosial budaya. Sehingga, hal tersebut menjadi tantangan tersendiri bagi setiap individu untuk sama-sama berjuang dalam mengatasi persoalan tersebut.

Pada tahun kedua penyebaran Covid-19 ini, masyarakat di seluruh penjuru dunia sudah mulai mampu beradaptasi dengan keberadaan virus Covid-19. Masyarakat mulai terbiasa melakukan aktivitas dengan menerapkan protokol kesehatan 5M seperti, mencuci tangan, memakai masker, menjaga jarak, menjauhi kerumunan, dan mengurangi mobilitas. Namun, kejenuhan masyarakat menerapkan protokol kesehatan dan euforia telah adanya vaksinasi Covid-19 menjadi penyebab masih meningkatnya angka kasus harian Covid-19, sehingga ketidakpastian akan berakhirnya masa pandemi ini menyebabkan ketakutan tersendiri bagi masyarakat. Dalam hal ini, pemerintah harus lebih sigap lagi dalam melakukan upaya dan mengambil kebijakan dalam menangani virus Covid-19.

Dari kasus pertama Covid-19 di Indonesia secara resmi diumumkan oleh Presiden Joko Widodo (Jokowi), bangsa Indonesia dengan segenap sumber daya yang ada terus berupaya untuk bertahan dan bangkit dari pandemi Covid-19 yang berdampak pada seluruh sendi kehidupan. Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS, 2020) tahun 2020, ekonomi Indonesia triwulan I-2020 terhadap triwulan I-2019 tumbuh sebesar 2,97 persen (y-on-y), melambat dibanding capaian triwulan I-2019 yang sebesar 5,07 persen. Sehingga perekonomian di Indonesia dikatakan memasuki fase resesi. Penurunan tajam dalam pendapatan masyarakat pada masa resesi ini tentu saja akan melemahkan daya beli masyarakat dan menyebabkan turunnya konsumsi. Dalam menyikapi hal tersebut, masyarakat Indonesia tidak memiliki pilihan lagi selain melakukan transformasi dan adaptasi.

Teori Evolusi Darwin

Fenomena yang terjadi dewasa ini memberikan pemahaman dan pandangan baru mengenai bagaimana teori Charles Darwin dalam bukunya yang berjudul *On The Origin of Species* pada tahun 1859 tentang evolusi berlaku di masa pandemi saat ini. Dalam teori tersebut, dijelaskan mengenai “seleksi alam”, di mana makhluk yang bertahan hidup adalah makhluk yang mampu beradaptasi dengan lingkungannya. Seleksi alam terus berlangsung karena lingkungan terus berubah. Untuk itu, kepunahan dapat terjadi bila proses adaptasi tidak sejalan dengan perubahan lingkungan. Hal ini menunjukkan adanya kompetisi di dalam kehidupan.

Dalam konteks adaptasi manusia, Charles Darwin berpendapat bahwa pada evolusi bersifat gradual. Berdasarkan pandangan ini, kemampuan adaptasi manusia terhadap

lingkungannya lebih tinggi dibandingkan makhluk hidup lain. Hal ini dikarenakan manusia mempunyai syarat-syarat yang cukup untuk menopang hidupnya secara berkelanjutan dibandingkan makhluk hidup lain.

Untuk merespons perubahan alam dan persaingan ini mengharuskan kita untuk memiliki kemampuan dalam berinovasi dengan berpikir kreatif. Berpikir kreatif dalam hal ini bukan hanya sekedar berpikir bebas, namun suatu cara berpikir yang memerlukan kemampuan untuk melihat sesuatu dan mengaplikasikan apa yang kita bayangkan, yang bertujuan untuk menemukan solusi. Salah satunya berpikir kreatif dalam menciptakan strategi bisnis agar dapat bertahan, meski sedang berada di masa sulit seperti sekarang.

Yang Kuat Yang Bertahan

Pandemi Covid-19 secara tidak langsung dapat diartikan sebagai uji ketahanan sebuah bangsa. Dampak kemunculan Covid-19 ini membawa keterpurukan bagi bangsa-bangsa di dunia, khususnya Indonesia. Meskipun Indonesia memiliki pengalaman baik tentang bagaimana Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mampu bertahan di masa krisis. Namun, dampak pandemi Covid-19 ini terhadap perekonomian lebih parah dibandingkan krisis pada 1997-1988.

Penurunan skala ekonomi UMKM ini dinilai berbahaya karena dapat menciptakan angka pengangguran yang besar, penurunan daya beli yang mengakibatkan peningkatan kemiskinan dan kelaparan (Syafri & Utami, 2020). Akibat pandemi Covid-19 banyak dari UMKM yang berhenti dan kebingungan harus melakukan apa dan bagaimana. Krisis yang terjadi di masa pandemi Covid-19 ini juga menjadi salah satu bentuk “seleksi alam” yang telah dijelaskan oleh Teori Darwin. Untuk dapat bertahan, diperlukan sikap proaktif, kreatif, dan inovatif dalam upaya dapat bertahan dan berkelanjutan dalam usaha atau bisnis.

Menurut Departemen Pengembangan UMKM dan Perlindungan Konsumen BI, Bandoe Widiarto, terdapat 370 dari 2.970 UMKM yang telah dilakukan survey, tidak terdampak pandemi Covid-19 lantaran mampu beradaptasi di masa pandemi, sisanya, tidak mampu bertahan, dan akhirnya mengalami gulung tikar. Bisnis-bisnis tersebut kebanyakan adalah sektor bisnis *offline*; seperti sektor pariwisata, kebugaran, perhotelan, dan pasar konvensional. Pada pusat kebugaran contohnya, aktivitas di ruang tertutup, kontak fisik dan terutama peralatan *fitness* yang dipergunakan secara bergantian menjadi media penularan virus Covid-19 yang sangat rentan. Hal ini menjadi kesulitan dan tantangan tersendiri bagi pengelola bisnis kebugaran di masa pandemi Covid-19 dalam mempertahankan bisnisnya, di samping keikutsertaan untuk mendukung program pemerintah dalam memutus rantai penyebaran virus Covid-19 (Victoria, 2021).

Dalam situasi dan kondisi saat ini, UMKM yang bertahan di masa pandemi Covid-19 adalah UMKM yang mampu mengadaptasikan bisnisnya dengan produk-produk inovasi sesuai dengan kebutuhan di masa pandemi Covid-19. Pada industri kesehatan, pandemi secara nyata menyebabkan kurangnya tenaga perawat dan dokter, ruang rawat inap, peningkatan permintaan obat-obatan, dan perlengkapan medis lainnya, sehingga hal ini dapat memunculkan peluang baru pada sektor bisnis. Contohnya, terdapat perusahaan konveksi yang biasanya memproduksi pakaian, kini berubah menjadi memproduksi Alat

Pelindung Diri (APD) untuk tenaga medis dan masker yang kini menjadi kebutuhan penting untuk mencegah penularan Covid-19. Industri lain yang mampu bertahan di masa pandemi Covid-19 ini adalah industri yang terkait dengan pemenuhan kebutuhan dasar seperti listrik, air bersih, peternakan, perkebunan, pertanian, perikanan, otomotif, dan perbankan.

Digitalisasi dan Keberlangsungan UMMKM

Seiring berjalannya waktu, dengan kemajuan teknologi dan informasi, pandemic covid-19 memunculkan peluang bisnis baru, seperti peluang bisnis digital. Agar bisa bertahan di masa sulit sekarang, pelaku UMKM harus dapat memanfaatkan teknologi digital dalam usahanya, termasuk pemanfaatan internet untuk memasarkan produk mereka di tengah perubahan perilaku konsumen dan persaingan usaha yang semakin ketat akibat pandemi Covid-19.

Adanya peraturan *social distancing* dan *physcal distancing* mempengaruhi kemunculan peluang bisnis tersebut. Hal ini karena masyarakat mulai berpindah ke belanja virtual atau *online*, dengan mulai membatasi pembelian yang penting saja. Beberapa faktor yang menyebabkan hal ini adalah karena kondisi keuangan keluarga yang mulai menurun, tingginya angka pemutusan hubungan kerja, dan himbauan pemerintah untuk mengurangi mobilitas.

Perubahan perilaku masyarakat yang mulai meninggalkan pasar konvensional dan berpindah ke pasar digital membuka peluang baru untuk digitalisasi bisnis yang menjanjikan. Pengembangan bisnis secara digital akan meningkatkan kinerja UMKM, terutama pada peningkatan akses ke pelanggan baru, khususnya pelanggan dalam negeri (Slamet *et al.* 2016).

Salah satu bentuk bisnis digital yaitu dengan memanfaatkan *e-commerce* yang berhubungan dengan kegiatan jual-beli barang atau jasa melalui internet. *E-commerce* akan memotong kegiatan pemasaran dan juga sekaligus memangkas biaya-biaya operasional untuk kegiatan perdagangan. Tahun 2012, *e-commerce* terus menanjak, dibuktikan dengan jumlah pembeli *online* meningkat sebesar 5 persen dan jumlah transaksi *online* meningkat 7persen (Laudon & Laudon, 2014). *E-Commerce*, merupakan jenis bisnis baru, dimana penjual menggunakan dua saluran, baik itu *online* maupun *offline*. Penjual akan memanfaatkan jaringan *online* untuk melakukan promosi dan menemukan konsumen, lalu diteruskan dengan melakukan pembelian di toko *offline*. Contoh bisnis jenis ini adalah Gojek, Grab, dan Airbnb.

E-commerce dapat menjadi solusi bagi pelaku bisnis untuk memenuhi permintaan konsumen selama masa pandemi (Alfonsius, 2020). Sejalan dengan penelitian Bhatti *et.al.* (2020) yang menemukan *bahwa e-commerce* tumbuh pesat selama Covid-19, dan dijadikan sebagai sumber pengganti, serta dianggap sebagai penggerak ekonomi teratas dalam kondisi ini.

Sebelum pandemi Covid-19, *e-commerce* hanyalah sebuah pilihan. Namun untuk sekarang, penting sekali bagi toko retail dan produsen untuk menjual produk melalui platform *e-commerce*, agar mampu mempertahankan bisnis mereka di tengah ketidakpastian kapan pandemi ini akan berakhir. Hal ini akan memberikan dampak

jangka panjang yang positif karena konsumen akan semakin terbiasa berbelanja secara *online*. Hasil studi McKinsey (2018) menyatakan bahwa proyeksi pertumbuhan pasar *e-commerce* Indonesia akan naik sebesar 138 persen. Potensi ini merupakan peluang besar bagi UKM dan *start-up* untuk terus mengembangkan bisnis dan berinovasi.

Namun, ditengah peluang bisnis tersebut terdapat kompetisi digitalisasi yang ketat. Kemampuan untuk melakukan analisis kekuatan dan kelemahan, baik di internal (*Corporation*), maupun pesaing (*Competitor*), serta peluang yang muncul dari permintaan pelanggan (*Customer*), menjadi senjata untuk bisa bertahan dan bahkan memenangkan persaingan (Kertajaya, 1999). Begitu pula diperlukan pembenahan dalam pengelolaan SDM yang memiliki kompetensi digital. Karena pada akhirnya, sebuah perusahaan atau organisasi akan bergantung pada manusia-manusia yang terlibat dalam organisasi tersebut untuk mencapai keberhasilan bisnisnya, terutama di masa sekarang (pandemi Covid-19), dan di masa yang akan datang.

Referensi

- Kemenperin. (2020, Oktober 22) Kemenperin: Transformasi Industri 4.0 Pacu Produktivitas Saat Pandemi. *Kemenperin.go.id*. <https://kemenperin.go.id/artikel/22075/Kemenperin:-Transformasi-Industri-4.0-Pacu-Produktivitas-Saat-Pandemi>
- Syafri, W., & Alwi. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi Publik*. Sumedang: Insitut Pemerintahan Dalam Negeri (IPDN) PRESS. <http://eprints.ipdn.ac.id/2491/1/Manajemenpersen20Sumberpersen20Dyapersen20Manusia.pdf>
- Jamil, I. R. (2021, April 6) Adaptasi Digital : Menapaki Babak Baru Sektor Informal di Indonesia. *Rised.or.id*. <https://rised.or.id/adaptasi-digital-menapaki-babak-baru-sektor-informal-di-indonesia/>
- Utami, S. N., & Nailufar (2021, Januari 21) Teori Darwin. Kompas.com. <https://www.kompas.com/skola/read/2021/01/21/164323269/teori-darwin>
- Victoria, A. O. (2021, Maret 26) Hanya 125 persen UMKM di Indonesia yang Kebal dari Pandemi Covid-19. Katadata.co.id. [umkm-di-indonesia-yang-kebal-dari-pandemi-covid-19](https://katadata.co.id/umkm-di-indonesia-yang-kebal-dari-pandemi-covid-19)
- Pratama (2020, Oktober 05) Digitalisasi Bisnis Kurangi Dampak Pandemi. Ika.um.ac.id. <http://ika.um.ac.id/digitalisasi-bisnis-kurangi-dampak-pandemi/>
- Barus, H. (2020, April 17) Selama Pandemi Covid-19 Bisnis E-Commerce Tingkatkan Perekonomian Nasional. Industry.co.id. <https://www.industry.co.id/read/64637/selama-pandemi-covid-19-bisnis-e-commerce-tingkatkan-perekonomian-nasional>
- BPS (2020, Mei 05) Ekonomi Indonesia Triwulan I 2020 Tumbuh 2,97 Persen. Bps.go.id. <https://www.bps.go.id/pressrelease/2020/05/05/1736/ekonomi-indonesia-triwulan-i-2020-tumbuh-2-97-persen.html>

KONTRIBUSI MENCEGAH RESESI: LANGKAH KREATIF GENERASI Z MEMULIHKAN EKONOMI INDONESIA

Nicole Mitchell Santoso

Latar Belakang

Pandemi COVID-19 tidak asing terdengar bagi kita semua pada tahun 2021. Penjagaan jarak dan pengurangan mobilitas merupakan tindakan yang semula asing, namun perlahan menjadi kebiasaan. Satu dampak yang timbul oleh pandemi ini merupakan kehancuran ekonomi negara. Menurut data dari hasil survei Badan Pusat Statistik, ditemukan sebanyak 21 persen perusahaan di Indonesia melakukan pemutusan hubungan kerja dengan karyawannya. Alhasil, jumlah angka pengangguran di Indonesia meningkat 3,7 juta orang (Monoarfa, 2020).

Uniknya, pada era pandemi yang mengakibatkan pengurangan tenaga kerja, Indonesia didominasi usia produktif. Hasil Sensus Penduduk 2020 oleh BPS menyebut Generasi Z mendominasi sebanyak 27.94 persen. Menurut ekonom Institute Development Economics and Finance Bhima Yudhistira, kelas produktif dapat mendorong Indonesia masuk ke revolusi industri 4.0.

Melihat potensi Generasi Z sebagai bonus demografi mengembangkan ekonomi Indonesia, dalam artikel ini saya akan paparkan dampak pandemi COVID-19 terhadap perekonomian dan juga tanggapan tepat bagi Generasi Z untuk menanggulangi krisis ekonomi ini. Ada dua permasalahan yang akan diangkat:

1. Apakah dampak pandemi COVID-19 terhadap perilaku masyarakat dan perekonomian negara?
2. Apa saja langkah yang dapat dilakukan oleh Generasi Z untuk menanggulangi krisis ekonomi negara?

Perekonomian Indonesia

Sebelum pandemi, perekonomian Indonesia bertumbuh secara konstan, sebesar 5.02 persen pada 2019, dan 5.17 persen pada 2018. Selibhnya, UMKM berkontribusi sebesar 60 persen dari PDB negara (Ikhsan, 2019). Sementara, investasi asing mencapai Rp. 601.3 Triliun, yang merupakan 75.9 persen dari target investasi pada 2019 (CNBC, 2019).

Sayangnya, kini kondisi perekonomian Indonesia mengalami banyak perubahan. Sebanyak 47 persen UMKM bangkrut semenjak pandemi melanda, dikarenakan masalah terganggunya distribusi (Masduki, 2020). Jumlah investor asing menurun, dengan Indeks Harga Saham Gabungan mencatat net sell sebesar US\$ 1,58 miliar pada Januari-Agustus 2020 (Kontan, 2020). Tingkat pengangguran di Indonesia meningkat 3.7 juta, dengan berbagai sektor mengalami kerugian, seperti sektor pariwisata, dengan wisatawan ke Indonesia pada Juni 2020 mengalami penurunan sebesar 88.82 persen dibandingkan Juni 2019 (BPS, 2020). Sebaliknya, Laporan Biro Statistik Indonesia mencatat pertumbuhan sebesar 10.58 persen pada sektor teknologi informasi dan komunikasi pada tahun 2020.

Generasi Z

Generasi Z merupakan sebutan bagi kumpulan orang terlahir pada tahun 1997-2012. Sensus tahun 2020 menunjukkan bahwa komposisi penduduk Indonesia mayoritas Generasi Z (Gambar 1), sebesar 27.94 persen (BPS, 2020). Fenomena ini disebut bonus demografi, dan dapat memicu pertumbuhan ekonomi negara (Arviana, 2021). Generasi ini identik dengan kreativitas dan mahir teknologi (Widyananda, 2020). Selain itu, perilaku Generasi Z dalam dunia kerja termasuk pandai *multitasking*, keinginan menjadi pengusaha, dan menginginkan keseimbangan finansial (Utami, 2019).



Gambar 1. Sensus Penduduk BPS tahun 2020

Contoh nyata dari keinginan keseimbangan finansial ini sudah mulai terlihat. Literasi keuangan usia 10-25 sudah mencapai 44.04 persen (Ardianto, 2021). Meningkatnya literasi keuangan dapat menaikkan permintaan kredit atau investasi yang mendorong daya beli dan menumbuhkan perekonomian Indonesia. Sayangnya, tingkat literasi keuangan terhadap produk pasar modal hanya 4.4 persen (Febrianti, 2020). Produk pasar modal merupakan instrumen investasi untuk membiayai perusahaan besar di Indonesia. Terlebih, Bursa Efek Indonesia menyatakan bahwa kontribusi pasar modal terhadap pertumbuhan ekonomi nasional dapat bertumbuh sebesar 50 persen.

Perilaku Konsumen pasca Pandemi

Berlakunya protokol kesehatan COVID-19 memaksa perubahan perilaku konsumen yang menyebabkan beberapa sektor di Indonesia mengalami kerugian. Berdasarkan survei oleh lembaga McKinsey (2020), perubahan pada sikap konsumen termasuk kecenderungan memilih aktivitas jual-beli secara digital, hilangnya loyalitas pada merek favorit, serta kecenderungan memilih produk yang terlihat higienis. Sektor pariwisata mengalami kerugian cukup besar, karena sulit beradaptasi terhadap perubahan-perubahan perilaku konsumen tersebut.

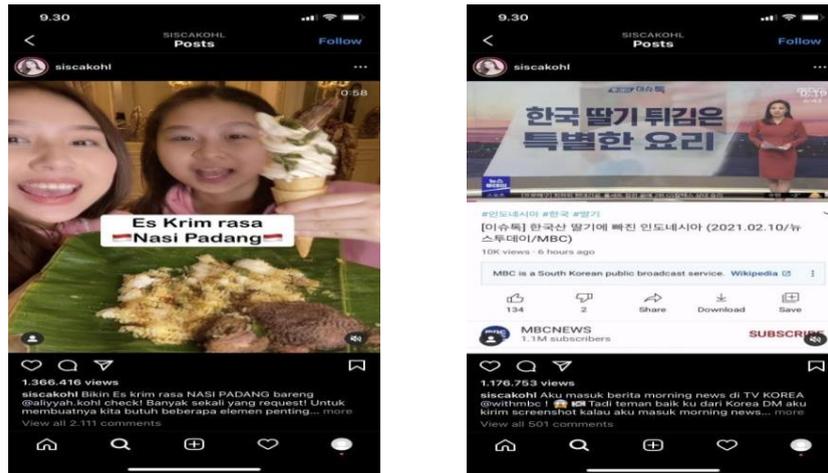
Sebaliknya, sektor teknologi informasi dan komunikasi mengalami pertumbuhan sangat cepat karena sejalan dengan perubahan perilaku konsumen yang cenderung memilih bertransaksi digital. Pertumbuhan sebesar 10,58 persen dalam sektor ini mencerminkan potensi berkembang lebih lanjut kedepannya. Contoh nyatanya merupakan peningkatan penggunaan teknologi digital sebanyak 87 persen diantara orang muda di Indonesia berumur antara 16-35 (Sathirathai, 2020).

Gagasan Penyelesaian

Berikut merupakan beberapa gagasan berupa tindakan yang dapat dilakukan Generasi Z sebagai mayoritas penduduk dan pada usia produktif untuk memulihkan ekonomi Indonesia yang menyusut akibat pandemi:

1. **Membangun Usaha yang Bergerak Secara Digital**
Perilaku Generasi Z yang memiliki keinginan tinggi menjadi pengusaha membuka peluang usaha yang dapat dibangun dalam bentuk UMKM. Sifat pandai *multitasking* serta sisi kreatif yang cenderung dimiliki Generasi Z merupakan kombinasi yang baik untuk membuat UMKM yang inovatif. UMKM yang dibentuk disarankan bergerak di sektor teknologi informasi dan komunikasi atau berbasis digital, mengikuti pertumbuhan sektor tersebut yang cepat dan mengingat kembali perilaku konsumen yang cenderung memilih produk digital. Pembuatan UMKM berpotensi memulihkan perekonomian Indonesia dengan meningkatkan lapangan pekerjaan yang mengurangi angka pengangguran. Selain itu, hadirnya UMKM mengakibatkan konsumen dapat menikmati produk lokal serta meningkatkan PDB perkapita negara.
2. **Memanfaatkan Media Sosial Sebagai Sarana Perhatian**
Meningkatnya penggunaan media sosial semenjak pandemi COVID-19 mengungkapkan potensinya selain sebagai sarana komunikasi dan edukasi, juga menjadi sarana perhatian masyarakat yang tidak dibatasi jarak. Generasi Z harus cermat menarik kesempatan ini, memanfaatkan sifatnya yang pandai teknologi serta kreatif untuk memanfaatkan media sosial dengan pembuatan konten kreatif yang mampu menarik perhatian masyarakat bahkan secara internasional, sehingga Indonesia mendapat perhatian. Perekonomian dapat pulih dengan minat global pada budaya Indonesia. Contoh konten dapat berisi kebudayaan Indonesia, seperti video berupa ulasan makanan Indonesia atau konten edukatif yang memperkenalkan penonton akan kearifan lokal (Gambar 2).

Selain paparan internasional, budaya *influencer* pada media sosial yang merajalela mampu meningkatkan transaksi jual-beli dengan menawarkan produk kepada pengikutnya dalam bentuk *endorsement* dan meningkatkan perekonomian Indonesia. Contoh nyata merupakan pertumbuhan penggunaan *e-commerce* Indonesia sebesar 91 persen selama pandemi (Kemkominfo, 2021). Perkembangan industri muda ini esensial memulihkan perekonomian Indonesia kembali dengan menutup kerugian industri lain seperti pariwisata.



Gambar 2. *Influencer* media sosial (Sisca Kohl) mempromosikan budaya Indonesia dan mendapat sorotan internasional

3. Meningkatkan Literasi Keuangan dan Berinvestasi

Walaupun dalam beberapa tahun terakhir Indonesia banyak menarik investor asing, namun negara sebaiknya tidak bergantung padanya. Cepatnya investor asing mengeluarkan uangnya dari Indonesia semenjak pandemi COVID-19 menunjukkan betapa rapuhnya loyalitas mereka terhadap perekonomian Indonesia. Di sisi lain, salah satu karakteristik yang menggambarkan Generasi Z dalam dunia kerja merupakan keinginan mencapai keseimbangan finansial, digambarkan oleh literasi keuangan Generasi Z yang mencapai 44.04 persen. Namun, hanya 4.4 persen yang sadar akan produk pasar modal untuk berinvestasi. Kesenjangan antara keinginan mendapatkan literasi keuangan dengan kesadaran akan produk pasar modal ini membuka potensi untuk Generasi Z berinvestasi di pasar modal dan meningkatkan investasi lokal.

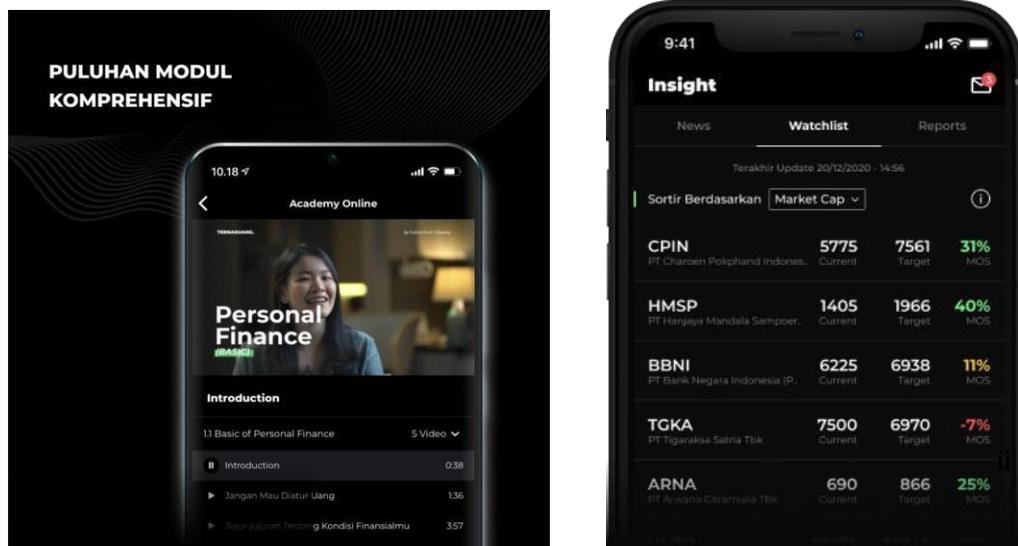
Selain meningkatnya investasi lokal, meningkatnya literasi keuangan masyarakat Indonesia tentunya juga akan meningkatkan perekonomian Indonesia karena meningkatkan rasio kredit terhadap PDB Indonesia, yang menunjukkan banyaknya transaksi yang dilakukan oleh masyarakat. Aktivitas investasi secara perorangan juga dapat mengembangkan perekonomian Indonesia dengan menyediakan modal bagi perusahaan dalam negeri serta mengurangi ketergantungan negara terhadap modal asing.

Solusi Kreatif

Gagasan-gagasan di atas dapat digabungkan untuk menggambarkan sebuah solusi kreatif; yakni pembuatan UMKM yang memproduksi konten kreatif dan edukatif guna meningkatkan literasi keuangan masyarakat Indonesia serta mengajak berinvestasi yang berbasis digital. Selain menyediakan lapangan pekerjaan, UMKM ini dengan menumbuhkan literasi keuangan dan mengajak Generasi Z berinvestasi juga dapat memulihkan perekonomian Indonesia, karena berarti investasi domestik yang lebih banyak untuk digunakan perusahaan lokal dan juga transaksi kredit yang juga meningkat. Contohnya merupakan aplikasi edukasi Ternak Uang (Gambar 1). Ternak Uang merupakan UMKM yang menawarkan aplikasi berisi video kreatif mengenai pasar modal dengan tujuan mengedukasi mengenai kegiatan berinvestasi. Usahnya yang

berbentuk digital memperbolehkan jangkauan pasar luas sekaligus searah dengan perilaku konsumen yang berubah memilih bisnis berbasis digital. Berikut merupakan kerangka bisnis ini sebagai panduan bagi Generasi Z:

1. Segmentasi Konsumen: Mengacu pada keinginan Generasi Z untuk mendapatkan literasi keuangan namun masih sedikit yang mengetahui tentang pasar modal, usaha ini dapat menargetkan pasar Generasi Z.
2. Proporsi Nilai Konsumen: Konsumen dapat menerima konten edukatif berupa video kreatif mengenai pasar modal yang dapat diakses dimanapun dan kapanpun, dengan hanya menggunakan *gadget* berupa *handphone*.
3. Kerjasama: Untuk melancarkan inovasi ini, dibutuhkan kerja sama dengan narasumber ahli pasar modal, editor video, dan *app developer* untuk memproduksi konten edukatif dan juga memelihara aplikasi tersebut.
4. Aktivitas yang Dilakukan: Konsumen mengunduh aplikasi serta mendaftarkan diri untuk berlangganan dan membayar menggunakan metode online. Setelah itu, konsumen diberi akses kepada konten edukatif dengan jangka waktu sesuai dengan jangka berlangganan yang dipilih.
5. Hubungan Konsumen: Demi menjaga hubungan baik antara UMKM dengan konsumen, dapat disediakan paket dan promosi menarik. Layanan pelanggan juga tersedia untuk mengatasi ketidaknyamanan yang terjadi.



Gambar 1. Aplikasi Edukatif mengenai Pasar Modal *Ternak Uang*

Kesimpulan

Pandemi COVID-19 telah membawa banyak perubahan, diantaranya terhadap perekonomian negara dan perilaku konsumen. Dari sisi perekonomian negara, hampir mayoritas UMKM bangkrut, jumlah investor asing menurun, serta tingkat pengangguran yang melambung. Perilaku konsumen yang berubah juga beragam, seperti kecenderungan konsumen memilih usaha berbasis digital serta penggunaan media sosial yang meningkat drastis.

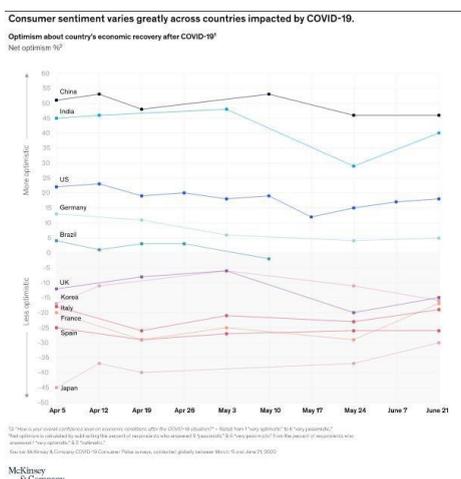
Menariknya, pandemi yang mengakibatkan produktivitas menurun didominasi oleh Generasi Z yang berada pada usia produktif. Pada situasi yang luar biasa ini, Generasi Z yang menjadi mayoritas memiliki kewajiban membantu memulihkan perekonomian. Hal ini dapat dilakukan dengan beberapa tindakan, diantaranya merupakan pembangunan UMKM, memanfaatkan industri sosial media dengan membuat konten kreatif, serta meningkatkan literasi keuangan dan berinvestasi. Dimulainya Generasi Z berinovasi, diharapkan perekonomian Indonesia dapat pulih dan menjadi normal kembali.

Referensi

- Charm, T., Grimmelt, A., & Kim, H. (2020, November 19). Consumer sentiment and behavior continue to reflect the uncertainty of the COVID-19 crisis.
- McKinsey & Company. <https://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/our-insights/a-global-view-of-how-consumer-behavior-is-changing-amid-covid-19#>.
- Purnomo, A. K. & H. (2019, August 14). 'Ekonomi RI Cukup Berat, Bahkan Berat Sekali!'. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20190813184207-4-91813/ekonomi-ri-cukup-berat-bahkan-berat-sekali>.
- Sari, Y. (2019, September 20). UMKM Mampu Dorong Pertumbuhan Ekonomi PelakuBisnis.com.<http://pelakubisnis.com/2019/09/umkm-mampu-dorong-pertumbuhan-ekonomi/>.
- Sebayang, R. (2020, July 24). Di Tengah Pandemi, Penggunaan Teknologi Meningkat Pesat. [tech. https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200723190647-37-175009/di-tengah-pandemi-penggunaan-teknologi-meningkat-pesat](https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200723190647-37-175009/di-tengah-pandemi-penggunaan-teknologi-meningkat-pesat).
- Utami, N. W. (2020, December 28). Memahami Lebih Lanjut Perilaku Generasi Z dalam Dunia Kerja. <https://www.talenta.co/blog/insight-talenta/perilaku-generasi-z-dalam-dunia-kerja/>.

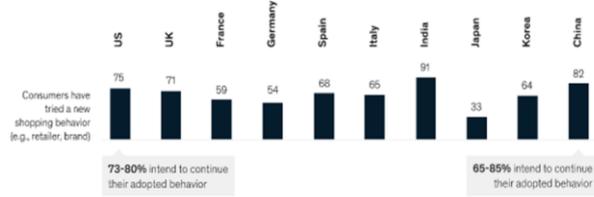
Lampiran

a) Grafik mengenai perilaku konsumen dari survei *McKinsey*



Over 60 percent of global consumers have changed shopping behavior, many of them for convenience and value.

Customers who have tried new shopping behaviors since COVID-19¹
% of respondents

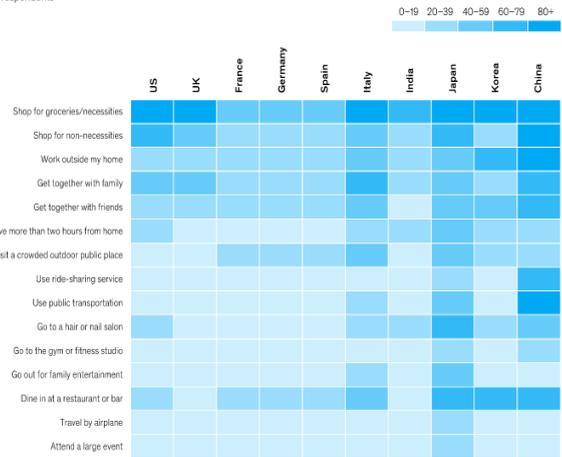


Top 3 reasons for shopping a new brand²



Intent to pursue out-of-home activities varies by category and country.

Intended engagement with activities outside home for the next two weeks¹
% of respondents²



¹ For which of the following activities do you intend to leave your home to do in the next two weeks?
² Color represents percent of respondents who intend to leave their home to do the activity during the next two weeks.
Source: McKinsey & Company COVID-19 Consumer Pulse surveys, conducted globally between June 9 and June 21, 2020

PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA UNTUK KULINER DI MASA PANDEMI

Rahmat Azi Maulana

Pada bulan Maret 2020, secara resmi WHO (*World Health Organization*) menyatakan, bahwa virus covid-19 menjadi sebuah pandemi yang mendunia. Persebaran yang cepat dan virus mematikan membuat dunia sangat terbebani dari segi ekonomi dan kesehatan. Bagaimana tidak, dengan persebaran yang begitu cepat dan global, dunia membutuhkan banyak sumber daya medis untuk mengobatinya. Masyarakat pun sempat mengalami *panic attack* ketika virus tersebut dikenalkan oleh WHO.

Pada 16 Maret 2020, Joko Widodo, Presiden Indonesia turut mengambil langkah untuk menyatakan bahwa segala sesuatu kegiatan, seperti pembelajaran dan pekerjaan kantor dilaksanakan dari rumah masing-masing. Begitu pula dengan cepat seluruh dunia mengonfirmasikan untuk *lockdown* selama 2 minggu sebagai bentuk pencegahan dan penanggulangan virus tersebut. Indonesia juga melakukan hal tersebut, walaupun tidak sepenuhnya *lockdown*, Indonesia melaksanakan kegiatan dari rumah, sedangkan hanya tempat perbelanjaan yang buka dan juga tetap dibatasi waktu. Dengan hitungan hari seluruh perkantoran, dan proses pendidikan di seluruh dunia mengumumkan untuk melakukan kegiatan mereka masing- masing dari rumah.

Tentu dengan perubahan pola berkegiatan yang sangat singkat seperti itu berdampak besar bagi berbagai aspek, salah satunya dalam perekonomian dunia. Menurut *World Bank*, prospek perekonomian dunia dalam jangka pendek di bulan Juli 2020 sangat menurun. Dan jika tidak ada perubahan, dalam jangka panjang hal tersebut akan meninggalkan bekas luka yang cukup parah pada perekonomian dunia. *World Bank* juga mengatakan bahwa pandemi ini dapat menjerumuskan banyak negara di dunia. Di Indonesia sendiri lapangan pekerjaan pun semakin sempit, banyak karyawan swasta yang mengalami PHK (Pemutusan Hubungan Kerja) akibat tidak adanya pemasukan selama WFH (*Work from Home*) terjadi. Dampak nyata tersebut membawa luka pula bagi pihak- pihak yang mengalami hal tersebut.

Namun di lain sisi, dengan adanya kegiatan WFH terdapat perkembangan pula dari sisi digital. Dengan cepat digital menjadi alat yang sangat diperlukan dalam melakukan kegiatan dari rumah. Segala sesuatunya mulai dari berbelanja keperluan pasar hingga rapat-rapat penting dan beribadah dilaksanakan melalui aplikasi digital. Banyaknya aplikasi-aplikasi baru yang bermunculan, menjadi pengganti bagi masyarakat untuk berlindung di rumah masing-masing dan menjalankannya secara online. Maka dari itu digital menjadi alat yang tepat pula untuk memperbaiki keadaan pasar ekonomi dunia pada saat ini, pandemi Covid-19. Penting di masa seperti ini terbuka untuk kita menguasai digital, walaupun terlihat lebih mudah dan cepat, tetap diperlukan ketekunan dalam mempelajari dunia digital saat ini.

Begitu pula dalam menumbuhkan perekonomian pasar di Indonesia, khususnya di bidang kuliner. Saat ini karena banyaknya pihak yang terkena PHK mulai banyak UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) bidang kuliner bermunculan, namun sayangnya banyak dari mereka pula yang belum memahami bagaimana digitalisasi dapat

menumbuhkan pasar mereka. Teknik *digital marketing* ini perlu menjadi topik yang serius yang dikembangkan oleh pemerintah saat ini. Pemahaman yang baik akan hal tersebut di masyarakat dapat menjadi peluang besar pula dalam menumbuhkan perekonomian pasar di Indonesia.

Dalam dunia bisnis, *digital marketing* menjadi tantangan tersendiri bagi mereka yang ingin memulai penjualan suatu produk. Menurut studi yang dilakukan oleh MAPP, pemasaran *digital* merupakan strategi dan praktik pemasaran yang terbaik pada saat ini, dengan tercatat lebih dari separuh perusahaan yang menggunakan metode tersebut yang berhasil meningkatkan investasi. *Digital marketing* sendiri adalah sarana untuk mengiklankan dan merencanakan produk kepada konsumen melalui aplikasi *digital*, contohnya seperti Instagram, Twitter, Youtube dan TikTok. Aplikasi- aplikasi ini berhasil mempengaruhi banyak orang di dunia dengan sistem dan fitur yang mereka miliki. Melalui aplikasi tersebut banyak orang dapat mencari dan menemukan apa yang mereka perlukan dengan mudah. Maka, metode pemasaran digital sangatlah berpengaruh pada saat pandemi, yang banyak berkegiatan di rumah.

Fokus pembahasan kali ini adalah pengaruh digital terhadap kuliner yang ada di Indonesia. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, bahwa saat ini penggunaan digital sangat berpengaruh pada perkembangan suatu bisnis. Dalam mengimplementasikan agar usaha kuliner semakin dikenal oleh berbagai kalangan, ada beberapa upaya yang bisa dilakukan, terlebih lagi saat pandemi seperti ini, dilansir dari BFI Finance, diantaranya yaitu (1) membuat layanan pesan-antar, karena saat pandemi seperti ini masyarakat menghindari makan di luar. Tapi sebelum itu, toko atau restoran harus mendaftar terlebih dahulu pada aplikasi yang diinginkan; (2) promosi melalui media sosial. Cara ini sudah banyak dilakukan oleh masyarakat yang mempunyai bisnis. Promosi melalui media sosial ini juga bisa menghemat biaya yang dikeluarkan untuk promosi. Akan tetapi tetap saja, kita perlu koneksi dengan beberapa teman kita dan disesuaikan dengan pasaran *followers* kita; (3) membuat *QR code* untuk pembayaran. Di era digital ini, kita harus sebisa mungkin memaksimalkan penggunaannya. Penggunaan *QR code* ini adalah metode pembayaran *cashless*, yang setidaknya membantu untuk mengurangi kontak satu sama lain dan menekan angka penularan virus.

Masih banyak lagi cara-cara memanfaatkan digital dalam pengelolaan bisnis kuliner. Di era *digital* ini, yang tidak boleh terlewat adalah bagaimana cara untuk membangun branding kuliner kita dan mempertahankannya atau membuatnya semakin lebih baik lagi. Contoh bisnis kuliner yang sudah mencoba untuk memanfaatkan media sosial yaitu “Baso Aci Akang” milik *influencer* yang bernama Arief Muhammad. Di samping Arief Muhammad adalah seorang *influencer* yang namanya sudah dikenal oleh khalayak luas, ia mencoba untuk membangun branding kulinernya. Cara-caranya yaitu seperti yang telah disebutkan sebelumnya, dan dengan tambahan ia memanfaatkan statusnya sebagai *influencer*.

Untuk mempromosikan bisnis kulinernya, masyarakat sudah banyak menggunakan strategi *digital marketing*, seperti memanfaatkan Instagram *advertising*, Facebook *advertising*, *Display advertising*, dan masih banyak lagi cara untuk mempromosikan bisnis. Akan tetapi, tentu saja dalam iklan ada yang berbayar dan tidak berbayar.

Sebagai pebisnis, kita harus pandai-pandai mengatur keuangan. Apabila bisnis kuliner masih baru, usahakan menggunakan iklan yang tidak berbayar. Jika memiliki *budget* lebih, boleh saja menggunakan iklan yang berbayar.

Oleh karena itu, kita sebagai generasi muda harus 'melek' digital. Pemanfaatan digital seperti penggunaan media sosial di masa pandemi ini harus dimanfaatkan sebaik mungkin, karena memiliki manfaat yang tidak sedikit. Untuk membangun sebuah *brand* agar bisa dikenal atau bahkan semakin dikenal oleh khalayak luas ini tentunya tidak mudah. Kita harus selalu aktif dalam menggunakan media sosial, memikirkan konten harus seperti apa agar menarik konsumen dan semakin dikenal, dan masih banyak yang lainnya yang tentu saja membuat perekonomian semakin meningkat dari sebelumnya. Walaupun memang pendapatan tidak sebesar atau sebanyak sebelum masa pandemi, akan tetapi dengan memanfaatkan media sosial di era digital dan masa pandemi ini diharapkan dapat membantu untuk meningkatkan perekonomian.

Referensi

- Augustinah, F. and Widayati (2019). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong Di Kabupaten Sampang*. [online]. Available at: <https://media.neliti.com/media/publications/292594-pemanfaatan-media-sosial-sebagai-sarana-18569ae5.pdf> [Accessed Aug.2021].
- covid19.go.id. (2020). *Tanya Jawab Covid19.go.id*. [online]. Available at: <https://covid19.go.id/tanya-jawab?search=Apa%20yang%20dimaksud%20dengan%20pandemi#:~:text=WHO%20> [Accessed 5 Aug. 2021].
- Ihsanuddin (2020). *Jokowi: Kerja dari Rumah, Belajar dari Rumah, Ibadah di Rumah Perlu Digencarkan*. [online] KOMPAS.com. Available at: <https://nasional.kompas.com/read/2020/03/16/15454571/jokowi-kerja-dari-rumah-belajar-dari-rumah-ibadah-di-rumah-perlu-digencarkan?page=all> [Accessed 4 Aug. 2021].
- Indra, I. (2019). *Tips Digital Marketing Paling Moncer untuk Bisnis Kuliner!* [online] Niagahoster Blog. Available at: <https://www.niagahoster.co.id/blog/digital-marketing-untuk-bisnis-kuliner/> [Accessed 6 Aug. 2021].
- Jurnal Entrepreneur (2020). *Pengertian, Kelebihan, Jenis dan Strategi Digital Marketing*. [online] . Available at: <https://www.jurnal.id/id/blog/mengenal-digital-marketing-konsep-dan-penerapannya/> [Accessed 8 Aug. 2021].
- Jurnal. (2020). *Pengertian, Kelebihan, Jenis dan Strategi Digital Marketing*. [online] Available at: <https://www.jurnal.id/id/blog/mengenal-digital-marketing-konsep-dan-penerapannya/> [Accessed 6 Aug. 2021].
- Mapp Cloud. (2021). *The State of Digital Marketing in 2021: How COVID-19 Has Influenced Strategy-Mapp Cloud*. [online]. Available at: <https://mapp.com/blog/the-state-of-digital-marketing-in-2021-how-covid-19-has-influenced-strategy/> [Accessed 5 Aug. 2021].
- Taruna, J. (2021). *Tips Usaha Kuliner; Peluang Di Era Digital*. [online] BFI Finance. Available at: <https://produk.bfi.co.id/blog/tips-usaha-kuliner-peluang-di-era-digital/> [Accessed 5 Aug. 2021].

World Bank. (2020). *The Global Economic Outlook During the COVID-19 Pandemic: A Changed World*. [online]. Available at: <https://www.worldbank.org/en/news/feature/2020/06/08/the-global-economic-outlook-during-the-covid-19-pandemic-a-changed-world> [Accessed 6 Aug. 2021].

EKONOMI BANGKIT PASCA PANDEMI: MENINGKATKAN PENJUALAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH DENGAN INOVASI DIGITAL

Anggun Pratiwi

Latar Belakang

Penyebaran kasus covid-19 masih menjadi fokus di beberapa negara. Kasus yang diberitakan oleh situs data covid nasional bahwa per-tanggal 22 Agustus 2021, jumlah penderita bertambah hingga 9.604 dalam satu hari, dengan jumlah kematian sampai dengan 842 orang. Meskipun angka kesembuhan terus mengalami peningkatan, tetapi secara statistik, perekonomian nasional mengalami terpaan yang cukup signifikan.

Kebijakan yang diberlakukan pemerintah secara langsung berdampak kepada kegiatan ekonomi masyarakat, terutama Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), dimana aturan pembatasan kegiatan sosial yang berlaku mulai dari Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), hingga Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Aturan terbaru yang dimuat dalam instruksi menteri dalam negeri nomor 22 tahun 2021 diantaranya memuat tentang larangan bagi pusat perbelanjaan untuk beroperasi, dan tempat makan hanya menerima *delivery/take away*. Menurut survei yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) kepada 34.558 responden pelaku usaha, terdapat tiga sektor usaha tertinggi yang mengalami penurunan, yaitu akomodasi dan makanan (97,47%), jasa (90,90%), serta transportasi dan pergudangan (90,34%). Lalu, mengapa UMKM menjadi sektor paling terdampak dari adanya pembatasan sosial?

Secara umum, UMKM memiliki manajemen yang berdiri sendiri, modal yang disediakan sendiri, daerah pemasaran dalam lingkup lokal, memiliki aset perusahaan yang kecil, serta jumlah karyawan yang terbatas (Permadi, 2020). Saat munculnya covid 19, yang disertai dengan pembatasan sosial, UMKM tidak mempunyai modal yang cukup untuk menutupi biaya operasional. Tidak hanya itu, ruang produksi yang terbatas menyebabkan protokol kesehatan yang diwajibkan oleh pemerintah menjadi sulit untuk diterapkan. Saat ini, Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional (PPN) menyampaikan dalam webinar “Pertumbuhan Ekonomi Desa pasca COVID-19 di Pulau Jawa”, bahwa UMKM tergolong paling rentan pada krisis akibat COVID-19. Bagi UMKM, pandemi ini menyebabkan sulitnya pengaturan keuangan, terganggunya proses produksi, terhambatnya operasional usaha, dan bahkan pengurangan jumlah pekerja maupun jam kerja, hingga pemutusan hubungan kerja kepada karyawan (Trisilia, 2020).

Krisis yang terjadi kepada UMKM menjadi sorotan bagi pemerintah, karena mayoritas pelaku usaha di Indonesia, 99,9 persen merupakan pelaku UMKM, dengan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 61 persen, dan penyerapan tenaga kerja sebesar 97 persen. Dengan pertimbangan tersebut, pemerintah pun menggelontorkan dana berupa stimulus yang tidak sedikit kepada para pelaku UMKM, yaitu sebesar 11,79 triliun kepada 9,8 juta penerima, pada bulan Januari hingga Juli 2021, dan akan disalurkan lagi sebanyak 3,6 triliun pada Juli hingga September kepada

3 juta pelaku UMKM (Alatas, 2021). Namun apakah stimulus yang diberikan pemerintah berupa dana merupakan solusi yang akan menaikkan kembali perekonomian nasional? Atau ada hal yang seharusnya lebih diperhatikan, seperti persaingan yang semakin bebas yang disebabkan teknologi 4.0 yang menyebabkan munculnya *disruptive innovation*?

Melewati Masa Resesi Ekonomi Yang Merupakan Dampak Dari Covid-19

Kerentanan ekonomi yang dapat terjadi, termasuk ekonomi Indonesia telah meningkat selama pandemi covid-19. Hal ini disebabkan karena pertumbuhan melambat, yang tidak hanya terjadi di Indonesia, tetapi hampir di seluruh negara. Dikutip dari web riset dan jurnalisme Lokadata (Gambar 1), bahwa Produk Domestik Bruto (PDB) per kapita Indonesia pada 2020 mengalami penurunan Rp2,2 juta menjadi Rp 56,9 juta atau setara dengan US\$ 3.911,7, dari Rp 59,07 juta di tahun sebelumnya. Penurunan ini merupakan dampak dari adanya pandemi Covid-19. Nilai PDB per kapita tersebut masih di bawah US\$ 4.000, yang berarti, Indonesia berada di kategori berpendapatan menengah bawah.



Gambar 1. Pendapatan Per Kapita Indonesia, 2015-2020

UMKM selalu menjadi penyelamat Indonesia dalam melewati krisis ekonomi, seperti krisis ekonomi dan moneter 1998, dan krisis keuangan 2008. Pada tahun 2020, krisis kembali terjadi, namun bukan menasar langsung kepada sektor keuangan, melainkan krisis kesehatan yang menimbulkan krisis keuangan, yang langsung menekan kegiatan ekonomi mikro. Pembatasan kegiatan sosial yang dilakukan pemerintah dari pemberlakuan PSBB hingga PPKM dan peraturan daerah yang mengikutinya, memberikan tekanan yang sangat besar bagi para pelaku usaha, bahkan tidak sedikit yang gulung tikar.

Saat negara di seluruh dunia melakukan *lockdown* total pada tahun 2020, pemerintah takut untuk melakukan hal tersebut. Berbagai cara yang pemerintah lakukan untuk tetap dapat menggerakkan perekonomian Indonesia melalui pembatasan sosial, mulai dari gencar dalam pemberian vaksinasi terhadap masyarakat agar terbentuk *herd immunity*, serta berbagai suntikan dana dan pemberian bantuan sosial, padahal hal tersebut tentunya tidak cukup untuk memastikan rotasi roda ekonomi tetap pada porosnya.

Ekonomi Digital Menjadi Solusi Kebangkitan UMKM

Menteri Perencanaan Pembangunan Nasional (PPN) dan Kepala Bappenas, Suharso Monoarfa, mengatakan jika krisis ekonomi yang disebabkan Covid-19 memerlukan *unprecedented policies* atau kebijakan yang belum pernah terjadi sebelumnya, yaitu gabungan dari kebijakan pemutusan sebaran virus dengan kebijakan ekonomi. Kecepatan pemulihan ekonomi tergantung kepada kombinasi kebijakan yang cocok antara kebijakan pemutusan sebaran virus (*virus containment* secara maksimum) dan kebijakan ekonomi (intervensi kebijakan ekonomi yang maksimum) (Sutrisno, 2021).

Kebijakan pembatasan masyarakat, serta adanya himbauan untuk tetap di rumah, menjadi penyebab masyarakat akhirnya beralih dari belanja langsung menjadi belanja secara daring. Hal ini didukung oleh menjamurnya berbagai situs *e-commerce*, seperti Shoppe, Lazada, Tokopedia, dan situs lainnya yang sejenis selama pandemi. Perkembangan ekonomi digital akan menjadi sangat pesat, sebagaimana dilansir dari perusahaan konsultan McKinsey, bahwa pasar *e-commerce* diproyeksi akan tumbuh menjadi USD\$ 55 miliar sampai US\$ 65 miliar atau jika dirupiahkan akan setara dengan Rp 808 triliun sampai Rp 955 triliun. Proyeksi mengenai peningkatan pasar *e-commerce* tersebut juga dapat dilihat dari jumlah pengguna internet yang terus bertambah dengan pesat.

Walaupun demikian, transformasi digital tidaklah cukup di tengah pasar bebas yang merupakan efek samping dari digitalisasi, dan kebutuhan pelanggan yang berubah, dengan mengecilnya pasar kelas menengah (*market bifurcation*). Menurut survei yang dilakukan oleh lembaga survei Deloitte terhadap lebih 2000 responden, menemukan bahwa para *retailer* yang menjual produk dengan harga 'nanggung', umumnya memiliki kinerja lebih buruk daripada *retailer* yang memberikan harga serendah mungkin, atau yang memiliki penawaran produk dengan memberikan pengalaman unik dengan harga premium. Hal ini selaras dengan kemampuan belanja yang semakin mengecil di kalangan menengah dan rendah, karena meningkatnya biaya yang terus melonjak secara drastis.

Bank dunia mendefinisikan kelompok kelas menengah di Indonesia adalah mereka yang memiliki pengeluaran Rp 100 ribu hingga Rp 530 ribu per hari, dan kelas ini terus tumbuh 12 persen setiap tahun, mewakili lebih dari setengah populasi di Indonesia. Abdul manan selaku kepala ekonomi dan finansial *institute for development of economics and finance* (INDEF) mempertegas bahwa kelas menengah yang tumbuh di Indonesia hanya kuat dalam segi konsumsi, bukan produksi, yang justru menjadi pasar impor. Hal ini memberikan dampak kelas menengah akan mudah goyah, dan pandemi covid-19 membuktikan hal itu. Bank dunia menyebutkan bahwa Indonesia kembali menjadi negara dengan perekonomian menengah ke bawah setelah satu tahun naik menjadi menengah ke atas (Nugroho;2021).

Kondisi tersebut disebabkan adanya perubahan perilaku, serta pola belanja pada masyarakat saat pandemi, dan hal ini akan terus berlanjut hingga pasca pandemi. Pelaku usaha yang sebelumnya sudah hadir secara *online* sebelum krisis covid-19 mengambil banyak keuntungan dari adanya kebijakan yang berlangsung. Sedangkan pelaku usaha yang baru memilih untuk menjual produk secara daring setelah krisis,

berjuang lebih keras untuk masuk ke dalamnya. Digitalisasi seperti membawa angin segar bagi UMKM, tetapi meninjau dari masyarakat Indonesia yang cenderung konsumtif daripada produktif, digitalisasi pada pasar bebas dapat memberikan efek samping lain, seperti kompetisi yang tidak seimbang antara produk lokal dan produk impor yang semakin mudah dijangkau melalui *e-commerce*. Belum lagi pedagang kecil yang hanya mengambil barang dari pabrik (*reseller*) yang kini harus bersaing dengan produsen utama yang tentunya menjual harga jauh lebih murah.

Perilaku pelanggan pada masa pasca pandemi tidak hanya bergantung terhadap harga yang diberikan, tetapi akan bergeser ke arah *experience* yang diberikan, dimana pelaku usaha diharapkan dapat tidak hanya berpindah dari toko *offline* ke *e-commerce*, tetapi dapat pula menggunakan digitalisasi dalam memberikan *experience* untuk menarik pelanggan pasca pandemi.

Digitalisasi tanpa inovasi hanyalah akan memperkaya korporasi yang sudah mempunyai modal besar. Pemerintah harus mengawasi persaingan harga yang terjadi pada situs belanja daring, dimana kini pabrik besar dapat menawarkan barang secara langsung dengan harga murah yang dapat mematikan UMKM, terutama pemberdayaan kepada pelaku usaha di pasar tradisional yang penjualannya menurun drastis karena penutupan pasar.

Dikutip dari BPS (2020) (gambar 2), menyikapi kondisi pandemi, ada pelaku usaha yang memandangnya sebagai peluang. Rencana pengembangan usaha pasca covid-19 bisa jadi telah dipikirkan. Mitigasi rencana pengembangan bisa menjadi indikasi seberapa besar pelaku usaha relatif lebih siap menghadapi situasi krisis.



Gambar 2. Rencana Pengembangan Usaha UMKM Pasca Pandemi Covid-19

Mengimplementasikan ide tidak hanya membutuhkan dana yang besar, tapi kemampuan (*skill*) yang dimiliki oleh pelaku usaha tetap harus diperhatikan, fokus program pemerintah yang tadinya terhadap investasi, harus bergeser ke pemberdayaan pelaku UMKM.

Referensi

- Alantas, M. B. I. (2021, Agustus). *Bangkitkan UMKM, niscayakan pemulihan ekonomi nasional*. Antara news. Retrieved agustus 23, 2021, from <https://www.antaraneews.com/berita/2345818/bangkitkan-umkm-niscayakan-pemulihan-ekonomi-nasional>
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Data Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Retrieved Agustus 24, 2021, from <https://www.bps.go.id/publication/download.html?nrbvfeve=OWVmZTJmYmRhN2Q2NzRjMDlmZmQwOTc4&xzmn=aHR0cHM6Ly93d3cuYnBzLmdvLmlkL3B1YmVxpY2F0aW9uLzlwMjAvMDkvMTUvOWVmZTJmYmRhN2Q2NzRjMDlmZmQwOTc4L2FuYWxpc2lzLWhhc2lsLXN1cnZlaS1kYW1wYWstY292aWQtMTktdGVyaGFkYXAtcGVsY>
- Basri, M. C. (2020, Januari). *Kerentanan Kelas Ekonomi Menengah Indonesia*. Retrieved Agustus 20, 2021, from <https://www.ui.ac.id/kerentanan-kelas-ekonomi-menengah-indonesia/>
- CNN Indonesia. (2021, Agustus). *RI Turun Kelas Jadi Negara Berpenghasilan Menengah ke Bawah Baca artikel CNN Indonesia "RI Turun Kelas Jadi Negara Berpenghasilan Menengah ke Bawah"*. Retrieved Agustus 20, 2021, from <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20210707154756-532-664531/ri-turun-kelas-jadi-negara-berpenghasilan-menengah-ke-bawah>
- Deloitte. (2021). *"Future Consumer" Series: Omnichannel Transformation Begins by Grasping the Key to Consumer Mentalities*. Retrieved agustus 20, 2021, from <https://www2.deloitte.com/cn/en/pages/strategy-operations/articles/consumer-needs-2019-ncov.html>
- Faqir, A. A. (2021, Agustus). *Sri Mulyani Prediksi Ekonomi RI Tumbuh 3,7 persen di 2021, Ini Faktor Pemicunya*. Merdeka.com. Retrieved Agustus 20, 2021, from <https://www.merdeka.com/uang/sri-mulyani-prediksi-ekonomi-ri-tumbuh-3-7-persen-di-2021-ini-faktor-pemicunya.html>
- Indrawan, N. (2021, Agustus). *Strategi Menghadapi Hilangnya Pasar Kelas Menengah*. Retrieved Agustus 20, 2021, from <https://www.youtube.com/watch?v=Pv2nzccu3Og&t=183s>
- Kuncara, T. D. (2020). *Prediksi Dari Sisi UMKM Setelah Covid-19 Selesai*. In *Prediksi Ekonomi Indonesia Pasca Covid-19* (p. 68). CV. Jakad Media Publishing.
- Lobaugh, K., Bieniek, C., & Pincha, P. (2021). *Why the retail "apocalypse" is really a renaissance*. The great retail bifurcation. Retrieved Agustus 20, 2021, from https://www2.deloitte.com/content/dam/insights/us/articles/4365_The-great-retail-bifurcation/DI_The-great-retail-bifurcation-synopsis.pdf
- Pemerintah Replublik Indonesia. (2021, Agustus). *Data Covid*. Retrieved Agustus 23, 2021, from <https://data.covid19.go.id/public/index.html>
- Pratiwi, M. I. (2020). *Dampak Covid-19 Terhadap Perlambatan Ekpnomi UMKM*. *Jurnal Ners*, 4(2), 30 - 39. Research & Learning in Nursing Science. <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/ners>
- Stock, J. H. (2020, May). *Reopening the Coronavirus-Closed Economy*. *Hutchins Center Working Paper*, 4. https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2020/05/WP60-Stock_final.pdf

- Sutrisno, E. (2021). STRATEGI PEMULIHAN EKONOMI PASCA PANDEMI MELALUI SEKTOR UMKM DAN PARIWISATA. *Jurnal Kajian Lembaga Ketahanan Nasional*, 9(1), 641 - 646. Kantor Kementerian Agama Kabupaten Malang.
- Wijoyo, H., & Widiyanti. (2020). PROSIDING SINAGARA: INOVASI DALAM MEWUJUDKAN SDG'S PADA ERA POST PANDEMIK. *DIGITALISASI UMKM PASCA PANDEMI COVID-19 DI RIAU*, (1), 12. FISIP UPN "Veteran" Jawa Timur.
- The world bank. (2020, januari). *Aspiring Indonesia: Expanding the Middle Class*. Retrieved agustus 20, 2021, from <https://www.worldbank.org/en/country/indonesia/publication/aspiring-indonesia-expanding-the-middle-class>
- Worldometer. (2020, Agustus). *Total Coronavirus Cases in Indonesia*. Retrieved Agustus 20, 2020, from <https://www.worldometers.info/coronavirus/country/indonesia/>

MARKETPLACE DIGITAL SEBAGAI PENYELAMAT PEDAGANG KONVENSIONAL

Fransiskus Adi Santoso

Perkembangan teknologi pada peradaban manusia dalam setiap tahun mengalami pertumbuhan. Teknologi semakin berkembang dikarenakan kemampuan dan pengetahuan manusia semakin meningkat. Manusia tumbuh dan selalu ingin mencari hal-hal baru, dimana kondisi tersebut menciptakan dampak positif dan negatif pada lingkungan masyarakat, seperti pada perkembangan revolusi industri 4.0. Pada masa ini, seluruh kegiatan manusia sudah menggunakan teknologi berbasis digital dan internet. Revolusi industri 4.0 memiliki dampak positif, yaitu mengurangi biaya produksi pada perusahaan dengan menggantikan tenaga manusia dengan mesin, tetapi dampak negatif dari adanya revolusi industri 4.0 tersebut, yakni meningkatnya pengangguran pada masyarakat dan muncul diskriminasi sosial dalam kehidupan bermasyarakat.

Teknologi dalam kehidupan manusia sangat mempengaruhi perubahan budaya, sosial, ekonomi dan politik. Kemajuan teknologi yang semakin cepat memiliki dampak perubahan pada pola tingkah laku masyarakat. Perubahan yang dapat dirasakan secara langsung adalah berubahnya sosial budaya dalam generasi milenial atau disebut generasi Z. Generasi milenial ini lahir antara kisaran 1995–2010, dimana kaum-kaum muda sekarang merupakan generasi milenial tersebut. Pada pola sosial budaya, generasi Z sangat cepat menerima perubahan dan tanpa memikirkan dampak positif dan negatif. Generasi milenial ini cenderung mengikuti arah trend masyarakat. Sementara perkembangan sosial budaya dalam masyarakat yang tumbuh di periode generasi milenial ini adalah teknologi dan internet, yang menjadi kebutuhan sehari-hari baik dalam bekerja atau kegiatan belajar di sekolah.

Dampak dari adanya kemajuan teknologi dan internet di zaman generasi milenial ini adalah kemudahan masyarakat untuk dapat bertemu dan berdiskusi. Generasi Z contohnya, dapat berhubungan sosial dengan satu sama lain melalui aplikasi-aplikasi sosial seperti Twitter, WhatsApp, Facebook dan Instagram. Aplikasi tersebut membawa budaya baru dalam kehidupan masyarakat. Sebelumnya, untuk dapat bertemu atau berkomunikasi harus dilakukan secara langsung, tetapi pada zaman generasi Z ini, aplikasi sosial tersebut memudahkan setiap individu tidak perlu bersusah payah untuk dapat berhubungan sosial, dari mulai menyapa, memantau kegiatan, dan melihat aktivitas seseorang, hanya perlu melihat melalui unggahan pada aplikasi sosial tersebut. Kita pun dapat memberikan komentar secara langsung kepada orang tersebut, dan seluruh kegiatan itu dapat dilakukan secara *online* melalui internet.

Kemajuan teknologi dan internet menjadi sangat penting dalam perkembangan bangsa dan sosial budaya, terlebih pada masa pandemi covid-19 yang ditetapkan oleh *World Health Organization* (WHO) sebagai wabah pandemi dunia. Pada pandemi covid-19 ini, kita semua dibatasi dalam kegiatan sehari-hari, yang meliputi pembatasan dalam pekerjaan, pusat-pusat perbelanjaan, dan kegiatan belajar mengajar di sekolah. Pada masa pandemi covid-19 ini, kita hanya diperbolehkan untuk melakukan aktivitas

secara *online* menggunakan media-media pertemuan, seperti *zoom meeting*, *google meet*, dan *skype*. Perkembangan budaya dan sosial masyarakat semakin mengarah pada media internet, dimana hal ini merupakan tantangan bagi generasi Z yang menjadi penerus bagi bangsa Indonesia, untuk dapat beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan internet yang semakin cepat.

Pandemi covid-19 sangat mempengaruhi dampak ekonomi pada lapisan masyarakat di seluruh dunia, terutama di Indonesia. Adanya pembatasan pada pusat-pusat perbelanjaan, dan dilarangnya kerumunan dalam lingkungan masyarakat, membuat pedagang konvensional menjadi sepi pembeli, dan mengakibatkan sebagian besar pedagang di Indonesia mengalami kerugian. Sebagian pedagang pun terpaksa menutup dagangan akibat rendahnya pendapatan yang tidak sebanding dengan pengeluaran modal usaha.

Pedagang konvensional merupakan perdagangan yang dilakukan secara langsung antara penjual dan pembeli, dan tidak melalui media internet dan teknologi, dimana perdagangan ini dapat kita temui dalam lingkungan pasar-pasar tradisional. Perdagangan secara konvensional dalam masa pandemi covid-19 mengalami banyak penurunan dalam daya beli masyarakat, karena adanya pembatasan pada setiap kegiatan, sehingga daya beli masyarakat menjadi turun, sementara pedagang konvensional memiliki keterbatasan dalam kegiatan pemasaran.

Adanya bencana wabah pandemi covid-19 ini, mengubah budaya dan pergerakan ekonomi pada kalangan masyarakat, yang awalnya masih berfokus pada usaha konvensional, sekarang harus bergerak ke dunia *online*. Sementara sebagian masyarakat masih ada yang belum dapat mengaplikasikan penjualan secara *online* melalui *marketplace digital*. Berdagang di dalam *marketplace digital* tentunya memiliki perbedaan dengan berdagang secara konvensional, dimana pedagang yang berjualan melalui *marketplace digital* harus memiliki perlengkapan kecepatan jaringan internet yang memadai dan perangkat komputer, atau *smartphone* yang digunakan sebagai tempat menjalankan perdagangan.

Marketplace digital merupakan tempat yang aman dan solusi bagi pedagang konvensional dalam melakukan perdagangan. Melalui *marketplace*, para pedagang hanya perlu membuat akun di dalam *marketplace* tersebut. Sebagian pedagang sudah dimudahkan dalam pembuatan *website*. Dengan adanya *marketplace digital*, usaha kita akan lebih mudah diketahui oleh masyarakat luas. Pedagang konvensional yang memiliki *marketplace digital*, dalam keadaan pandemi covid-19, tetap dapat melakukan perdagangan dengan sistem *online*, dan telah diatur mekanismenya sesuai dengan *marketplace digital* yang diikuti.

Kesimpulan

Dengan adanya paparan tersebut, maka peran dalam generasi milenial yang telah tumbuh dalam perkembangan teknologi dan internet, memberikan edukasi dan pemahaman tentang *marketplace digital* dalam masyarakat yang berdagang secara konvensional. Dimana dalam kehidupan masyarakat, perdagangan melalui *marketplace digital* masih sangat kurang pada pasar-pasar konvensional. Masyarakat yang bekerja

sebagai pedagang dalam pasar konvensional masih mengalami kesulitan dalam mengakses *marketplace digital* yang ada di pasar Indonesia.

Perkembangan *marketplace digital* dalam perdagangan merupakan budaya baru yang tumbuh dari perkembangan revolusi industri 4.0. Dengan menggunakan *marketplace digital*, perdagangan dapat dijangkau oleh berbagai masyarakat, sehingga penjualan tidak hanya terbatas oleh lingkungan tempat dimana penjual tinggal. Pandemi covid-19 selain memiliki dampak yang negatif, dalam perkembangan perekonomian, memiliki dampak positif yang dapat diambil setelah pandemi covid-19 ini berakhir. Perekonomian pada masyarakat sebelumnya hanya memiliki tempat berjualan secara konvensional, setelah pandemic covid-19 ini berakhir, maka akan banyak pedagang-pedagang konvensional yang memiliki *marketplace digital* dalam mengembangkan usahanya dan memasuki budaya baru sebagai perdagangan digital.

Refererensi

- Junaedi, Dedi & Faisal Salistia. 2020." Dampak pandemi Covid-19 terhadap pertumbuhan ekonomi negara-negara terdampak".jurnal BPPK Kemenkeu. Diakses dari <https://jurnal.bppk.kemenkeu.go.id/snkn/article/view/600/323>.
- Susilawati, Reinpal Falefi & Agus Purwoko. 2020. "Impact of Covid-19's Pandemic on Economy Indonesia.jurnal.com. Diakses dari <https://doi.org/10.33258/birci.v3i2.954>
- Riyanto, Sugeng & Fauzan Habib Zainularifin. 2021." Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Tingkat Penjualan Pedagang Konvensional Produk Pertanian di Kelurahan Kedungsari Kota Magelang Pada Masa Pandemi Covid - 19".Jurnal Indonesia Sosial Sains. Diakses Dari : <https://doi.org/10.36418/jiss.v2i1.112>
- Generasi X-Y-Z. 2018. Diakses melalui <https://parent.binus.ac.id/wp-content/uploads/2018/11/Generasi-X-Y-Z.pdf>

**BAGIAN KETIGA
PELUANG INOVATIF
DI MASA PANDEMI COVID-19**

MAIN.ID: SARANA PENDIDIKAN KARAKTER MELALUI PELESTARIAN KEARIFAN LOKAL DI ERA DISRUPSI TEKNOLOGI

Saepudin
Nova Elia

Pendahuluan

Kemajuan teknologi memberikan peluang untuk mengoptimalkan pembangunan di berbagai sektor kehidupan. Sejauh ini, banyak perubahan yang dapat dirasakan dengan adanya kemajuan teknologi. Salah satu perubahan yang paling dapat dirasakan adalah bergesernya nilai dan norma yang semula bersifat tradisional, ke arah nilai-nilai yang dianggap modern, contohnya budaya lokal yang semakin pudar karena digantikan oleh budaya-budaya asing.

Indonesia memiliki banyak kebudayaan seperti alat musik, permainan tradisional, tarian rakyat hingga sejarahnya yang kaya akan makna. Sayangnya, saat ini budaya-budaya tersebut sudah banyak dilupakan atau ditinggalkan karena terkikis oleh masuknya budaya asing. Selain itu, kemajuan teknologi yang diiringi perkembangan internet memberikan kemudahan akses pada dunia tanpa batas dalam genggaman tangan. Menurut Khotimah (2017), semakin dini seorang anak mengenal teknologi dan internet, maka semakin mudah pula mereka terpapar dengan kriminalitas. Argumen tersebut dikuatkan dari data yang dipublikasikan KPAI yang menyatakan 97 persen remaja Indonesia pernah mengakses film porno, 93 persen remaja pernah berciuman, 62,7 persen remaja pernah melakukan seks, dan 21 persen remaja telah melakukan aborsi (KPAI, 2010). Tak hanya remaja, jumlah anak korban pornografi dan kejahatan *online* di Indonesia pun telah mencapai jumlah 1.022 anak sejak tahun 2011 hingga 2014 (KPAI, 2015). Ini artinya, kemajuan teknologi dan kehadiran internet dapat mendorong angka kejahatan *online* terhadap anak-anak. Jika tidak ada upaya untuk menanggulangi hal tersebut, maka akan berakibat fatal pada rusaknya karakter generasi di masa mendatang.

Gambaran Umum Era Digital

Kemajuan teknologi dan internet yang terus mengalami peningkatan setiap tahunnya belum digunakan secara baik untuk mengatasi permasalahan tersebut. Padahal, kemajuan teknologi dan internet merupakan sarana tepat untuk mengatasi masalah krisis moral di era digital seperti sekarang. Mengingat, jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai angka 143,26 juta orang atau sekitar 54,68 persen dari jumlah penduduk Indonesia. Dimana pengguna internet di dominasi oleh usia 13-18 tahun dengan tingkat penetrasi sebesar 75,50 persen (APJII, 2017).

Data di atas menunjukkan kemajuan teknologi dan internet laksana sebuah mata pisau, yang jika tidak dimanfaatkan dengan baik, maka dapat menjadi ancaman, namun jika dimanfaatkan dengan baik, dapat menjadi peluang yang tepat untuk memperbaiki karakter generasi muda, melalui kearifan lokal yang menyesuaikan dengan zaman, sehingga dapat merekonstruksi karakter bangsa yang mulai tak terkendali. Untuk itu, inovasi dan optimalisasi pada warisan leluhur sangat penting untuk

diimplementasikan, karena kearifan budaya lokal mengandung nilai-nilai spiritual agama dan falsafah hidup yang baik guna membentuk karakter masyarakat Indonesia yang sesuai dengan Pancasila. Kearifan budaya lokal harus mampu bertahan dan melakukan adaptasi dengan budaya dan teknologi masa kini. Kearifan lokal yang kental hubungannya dengan generasi muda adalah permainan tradisional. Oleh karena itu, permainan tradisional dapat dimanfaatkan untuk membenahi karakter generasi muda melalui suatu hal yang mereka sukai.

Pembahasan dan Gagasan Penulis

Permainan yang disukai oleh sebagian besar generasi muda saat ini masih bersifat individual, dimana permainan tersebut dimainkan oleh satu atau lebih orang tanpa bertatap muka, dan hanya lewat genggam tangan. Hasil penelitian Ratnasari (2017) menjelaskan pola perilaku seperti ini akan menyebabkan timbulnya sifat individualisme dan egois diantara para pemain. Menurut survei penulis, banyak generasi muda yang masih ingin bermain permainan tradisional, namun terkendala beberapa masalah yaitu: teman bermain, tempat dan waktu.

Konsep aplikasi yang penulis tawarkan berikut, dapat menjawab tiga permasalahan tersebut. Dengan sebuah platform pendidikan karakter melalui pelestarian kearifan lokal berbasis sosial media bernama Main.id. Main.id merupakan sebuah *platform* berupa aplikasi sosial media yang menghubungkan generasi muda untuk bermain permainan tradisional agar dapat menginternalisasi nilai-nilai kearifan budaya lokal kepada para generasi muda. Tak hanya mempertemukan orang-orang yang ingin bermain permainan tradisional, aplikasi ini juga dapat menemukan tempat bermain dengan bantuan *digital maps* yang dapat menghasilkan gambar berupa permainan atau tempat permainan yang ingin dimainkan pada lokasi dimana pengguna Main.id berada. Berikut beberapa fitur yang dimiliki Main.id:

1. *Home* merupakan fitur halaman awal di Main.id.
2. *Cultural List* merupakan daftar seluruh kearifan lokal, khususnya permainan tradisional di Indonesia, untuk mengenalkan berbagai jenis permainan tradisional kepada generasi muda, serta makna tersirat dan tersurat dalam permainan tersebut.
3. *Friend maps* merupakan wadah untuk mempertemukan orang-orang yang ingin bermain permainan tradisional seperti gobak sodor, petak umpet, egrang, lompat tali, kelereng, dan lain sebagainya dengan bantuan *digital maps* yang dapat menghasilkan gambar berupa permainan yang ingin dimainkan, pada lokasi dimana setiap pengguna Main.id berada. Fitur ini akan menjawab dari masalah tidak adanya teman bermain.
4. *Friend request* menjadi fitur lanjutan setelah menemukan teman di fitur *friend maps*, pengguna dapat menambahkan teman untuk berkomunikasi lebih lanjut.
5. *Chat room* merupakan fitur untuk berkomunikasi antar sesama pengguna Main.id.
6. *Group* merupakan fitur berkomunikasi lebih dari 2 pengguna Main.id sebagai sarana saling bertukar informasi mengenai kearifan budaya lokal, khususnya permainan tradisional, serta sebagai ruang untuk mendiskusikan dimana lokasi yang tepat dan strategis, serta kapan waktu yang efektif untuk bermain. Fitur ini akan menjawab dari masalah tidak adanya waktu yang tepat.

7. *Playground Maps* merupakan fitur untuk mencari tempat atau lokasi yang dapat dijadikan tempat bermain dengan bantuan *digital maps* yang dapat menghasilkan gambar berupa tempat permainan yang ingin dimainkan pada lokasi terdekat dimana pengguna Main.id berada. Fitur ini akan menjawab dari masalah tidak adanya tempat bermain.

Dalam pengimplementasian gagasan di atas, diperlukan usaha kolektif dari berbagai pihak secara sinergis dan komprehensif. Kerjasama antara Pemerintah, lembaga non-pemerintah, lembaga swadaya masyarakat (LSM), serta masyarakat diyakini sebagai kerjasama yang mampu mengimplementasikan gagasan ini secara efektif dan efisien. Hubungan yang erat, saling menunjang, dan bersimbiosis mutualisme antara keempat faktor tersebut akan menentukan integritas faktor lainnya dalam mengoptimalkan Main.id sebagai solusi atas permasalahan krisis moral di Indonesia. Empat faktor utama diatas memiliki kapasitas dan entitas yang berbeda-beda, namun memiliki beban tugas yang sama dalam menjalankan peranannya. Lebih jauh, peranan dari masing-masing faktor tersebut disajikan dalam tabel 1 berikut.

Tabel 1.

No	Lembaga	Tugas dan Wewenang
1	Pemerintah	Mendukung dan ikut mengampanyekan gerakan internalisasi nilai-nilai kearifan lokal, serta memberikan legalitas dan regulasi terhadap gerakan tersebut.
2	Lembaga nonpemerintah	Memberdayakan masyarakat untuk berperan aktif dalam upaya internalisasi nilai-nilai kearifan lokal, melakukan riset dan pengembangan lebih lanjut untuk efisiensi dan efektivitas gagasan Main.id.
3	Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM)	Menyediakan informasi mengenai budaya lokal disekitarnya secara holistik, serta mempromosikan Main.id ke masyarakat luas.
4	Masyarakat	Berperan aktif dalam pengembangan Main.id dengan menjadi pengguna aktif, mempromosikan Main.id ke anak-anak dan teman mereka.

Kesimpulan

Implementasi gagasan ini akan jauh lebih efektif bagi generasi muda, karena proses internalisasi nilai-nilai kearifan lokal dilakukan dengan media yang mereka gemari, yaitu sosial media. Main.id merupakan sebuah platform pendidikan karakter melalui pelestarian kearifan lokal berbasis sosial media, untuk menanamkan nilai-nilai kearifan lokal kepada generasi muda penerus bangsa sejak dini, melalui penyediaan

literasi kearifan budaya lokal, khususnya permainan tradisional secara *online*, serta mempertemukan masyarakat yang ingin bermain permainan tradisional, dan menemukan tempat bermain dengan bantuan *digital maps* yang dapat menghasilkan gambar berupa permainan atau tempat permainan yang ingin dimainkan pada lokasi dimana pengguna Main.id berada. Tak hanya itu, tersedianya *chat room* dan *groups* juga akan menjadi sarana berkomunikasi lebih lanjut antar pengguna Main.id. Perlu adanya kerjasama yang solid antara Pemerintah, lembaga nonpemerintah, lembaga swadaya masyarakat (LSM), serta masyarakat, agar upaya internalisasi nilai-nilai kearifan lokal melalui Main.id dapat berjalan dengan optimal, sehingga Main.id dapat menjadi sarana yang tepat untuk membenahi karakter generasi penerus bangsa, melalui permainan tradisional dan teknologi masa kini, sebagai solusidari krisis moral akibat sisi gelap kemajuan teknologi dan internet.

Referensi

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.2017. Infografis Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia. Jakarta (ID): Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (Di akses pada tanggal 12 Agustus 2021).
- Denny Mahardy. 2015. KPAI: Ribuan Anak Indonesia jadi Korban Pornografi Internet. <http://tekno.liputan6.com/read/2173844/kpai-ribuan-anakindonesia-jadi-korban-pornografi-internet>, 01 September 2018. (Di akses pada tanggal 12 Agustus 2021).
- DeSoto, H. 1989. *The Other Path: The Invisible Revolution in the Third World*. Harper. (Di akses pada tanggal 12 Agustus 2021).
- Khotimah, Husnul. 2017. 'Intensitas Terpaan Berita Kriminal di Sosial Media, Kecerdasan Emosi dan Kecenderungan Berperilaku Kriminal'. Prosiding SEMNAS Penguatan Individu di Era Revolusi Informasi. ISBN: 978-602-361-068-6. (Di akses pada tanggal 13 Agustus 2021).
- Komisi Perlindungan Anak Indonesia. 2010. *Survey Paparan Pornografi Bagi Remaja dan Anak di Bawah Umur*. Jakarta (ID): Komisi Perlindungan Anak Indonesia. (Di akses pada tanggal 13 Agustus2021).
- Mubah, A. Safril. 2011. *Strategi Meningkatkan Daya Tahan Budaya Lokal dalam Menghadapi Arus Globalisasi*.International Relationship Department.Unair : Surabaya. (Di akses pada tanggal 13 Agustus 2021).
- Muliawan, N.A., Wiranatha, K.C., Wibawa, K.S. 2015.*Game "Wayang Fighter" pada Platform Android menggunakan Algoritma Basic Probability*.Lontar komputer. ISSN: 2088-1541. Di akses pada tanggal 13 Agustus 2021).
- Ratnasari, Desy. 2017. *Pengaruh Game Online terhadap Komunikasi Interpersonal Peserta Didik Kelas X SMA Kristen Satya Wacana Salatiga Tahun Pelajaran 2016/2017*. [Tugas Akhir]. Universitas Kristen Satya Wacana: Salatiga. (Di akses pada tanggal 13 Agustus 2021).
- Rutter, M. e. (1998). 'Developmental Catch-Up and Deficit Following Adoption after Sever Global Deprivation'. *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, 465-467. I (Di akses pada tanggal 13 Agustus 2021).

CERMATH: DIGITALISASI PEMBELAJARAN MATEMATIKA DENGAN KONSEP PROBLEM BASED LEARNING SEBAGAI SOLUSI TANTANGAN PEMBELAJARAN MATEMATIKA SEKALIGUS PENINGKATAN KESEJAHTERAAN GURU HONORER DI ERA PENDIDIKAN NEW NORMAL

Fatwah Inna Aulisaina
Muhamad Arif Rahman Hakim

PENDAHULUAN

Matematika seringkali dinilai siswa sebagai pelajaran yang mengintimidasi mereka. Berdasarkan *Programme for International Student Assessment (PISA)*, skor PISA matematika Indonesia sebesar 379. Sebuah angka yang kecil jika dibandingkan dengan negara lain, seperti Singapura dengan skor 569 dan Malaysia dengan skor 440. Tahun 2015, skor PISA matematika Indonesia sebesar 386, namun tahun berikutnya terus menurun hingga 2019 (Kompas.com, 2018).

Di Indonesia, matematika menjadi mata pelajaran wajib mulai dari pendidikan TK hingga di bangku perkuliahan, matematika juga sebagai pelajaran yang selalu diujikan di seleksi masuk sekolah, hingga seleksi kerja. Dikarenakan kemampuan matematika mampu indikator kemampuan logika seseorang, dimana hal ini dibutuhkan di setiap sisi kehidupan. Penelitian oleh Widyatiningtyas, Kusumah, Sumarno, & Sabandar (2015) menyebutkan bahwa salah satu penyebab rendahnya kualitas pemahaman matematis siswa adalah karena gagalnya proses pembelajaran matematika. Metode konvensional di sekolah hingga bimbingan belajar matematika masih belum berhasil membentuk skill matematika yang baik bagi pelajar Indonesia, ditambah adanya pandemi covid-19 yang semakin memperkecil kesempatan belajar siswa, juga belum adanya alternatif pembelajaran matematika yang terbukti efektif.

Berangkat dari permasalahan ini, penulis hadir memberikan sebuah solusi bernama **Cermath**. Dengan menggabungkan teknologi pembelajaran dan metode *problem based learning*, **Cermath** dibuat secara interaktif sehingga mampu membuat belajar matematika menjadi lebih mudah. Metode yang digunakan, *problem based learning*, terbukti di beberapa penelitian mampu meningkatkan skill kemampuan matematika siswa. Aplikasi **Cermath** memiliki peluang yang menjanjikan melihat belum adanya alternatif dari ketidakefektifan pembelajaran matematika di Indonesia. Penelitian yang dilakukan oleh organisasi pendidikan terkemuka Cambridge International menyatakan bahwa pelajar Indonesia merupakan salah satu peringkat tertinggi pengguna teknologi dalam Pendidikan. Lebih dari dua pertiga siswa Indonesia (67%) menggunakan ponsel pintar di kelas, dan bahkan lebih banyak menggunakannya untuk mengerjakan pekerjaan rumah (81%). Urgensitas dari pelajaran matematika, banyaknya jumlah pangsa pasar **Cermath** yaitu pelajar SMA, serta tingginya minat belajar siswa melalui media digital, menjadikan **Cermath** memiliki peluang yang besar dan unggul baik dari segi manfaat juga profitabilitas.

PEMBAHASAN

Di dalam *statuesque* atas rendahnya rerata kecakapan matematika dan sains masyarakat Indonesia dibandingkan negara lainnya, menandakan perlunya suatu terobosan edukasi berbasis teknologi yang memiliki tujuan menjunjung inklusifitas pendidikan matematika dan sains serta meningkatkan kepekaan IPTEK di Indonesia. **Cermath** akan menjadi satu pioneer dalam inovasi media digital pembelajaran praktik pemahaman logika matematis ditengah kurangnya solusi yang telah tersedia saat ini. Aplikasi ini tidak mengharuskan pengguna memiliki koneksi internet untuk mengakses fitur yang disediakan. Kami juga menjamin terjadinya pendidikan inklusif bagi seluruh pengguna dengan menyimpan seluruh data dalam *cloud saving system*, sehingga tidak akan memberatkan *gadget* dari pengguna.

Secara sederhana, **Cermath** menjadi platform yang memberikan latihan soal kepada pengguna dan memberikan penilaian beserta pembahasan yang telah disesidakan oleh *API system bekat cloud computing*. Seluruh fitur **Cermath** akan megutamakan pemahaman siswa tanpa harus melakukan interaksi secara langsung. Hal ini sebagai salah satu upaya memutus rantai penyebaran covid-19 dan sebagai media pembelajaran inovatif di era *new normal*.

Cermath memberikan materi pelajaran yang menekankan konsep berpikir matematis secara kritis dengan cara yang menyenangkan, dimana dengan konsep ini terbukti mampu memberikan pemahaman maksimal bagi siswa (Widyatiningtyas et al., 2015). Aplikasi ini diharapkan mampu membangun stigma bahwa belajar matematika itu mudah dan menyenangkan. Aplikasi **Cermath** dikembangkan dengan teknologi, hingga model bisnis yang ramah terhadap segala kondisi siswa di Indonesia. Hal ini sebagai upaya mendukung program pemerintah dalam rangka mewujudkan *Sustainable Development Goals* (SDG) nomor 4 yaitu memastikan pendidikan yang inklusif dan berkualitas setara, juga mendukung kesempatan belajar seumur hidup bagi semua (Sdg2030Indonesia, n.d.). Dengan berkembangnya aplikasi **Cermath**, juga mampu menjadi wadah bagi mahasiswa hingga guru honorer untuk menambah penghasilan mereka melalui *tutor 3rd party recruitment*.

Adapun fitur utama dari aplikasi **Cermath** adalah:

1. ExaMath

Fitur ExaMath merupakan suatu fitur dimana pengguna akan disuguhi soal latihan dengan *chapter* berbeda-beda berdasarkan kurikulum yang telah dimodifikasi oleh tutor kami. Alur penggunaan aplikasi **Cermath** dimulai dengan memilih materi yang ingin dikerjakan, pengguna belajar materi melalui video pembelajaran, lalu dilanjutkan dengan mengerjakan latihan soal. Di akhir sesi, setelah mengerjakan latihan soal, sistem dengan API (*Application Programming Interface*) akan langsung mengoreksi pekerjaan pengguna. Pengguna dapat mempelajari pembahasan soal dalam bentuk teks dan juga berbentuk video yang dipaparkan oleh tutor **Cermath**. Pengguna **Cermath** juga dapat melakukan *live session* dengan tutor, sehingga akan lebih mendapatkan bimbingan personal dan mampu meningkatkan pemahaman dari pengguna **Cermath**. Fitur ExaMath akan sangat membantu menghubungkan pelajar dan tutor terlebih di era pendidikan *new normal*.

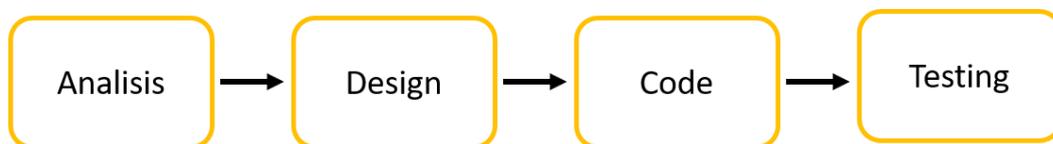
Banyak pelajar yang kurang bisa memahami pelajaran matematika yang diberikan di sekolah. Fitur examath akan memberikan bimbingan eksklusif tanpa harus keluar rumah, namun efektifitas pelajaran matematika tetap dapat didapatkan.

2. Bantuin Dong

Bantuin dong merupakan satu fitur dimana pengguna dapat mengupload soal matematika yang menurut mereka sulit, lalu pengguna lain akan membantu memberisolusi pengerjaan soal tersebut. Apabila pengguna tidak puas dengan jawaban dalam bentuk teks, pengguna bisa meminta melakukan *freecall* ataupun *videocall* sehingga antar pengguna bisa belajar bersama membahas soal tadi. Pengguna yang telah banyak membantu pengguna lain akan terekam oleh aplikasi, dan berkesempatan menjadi tutor *3rd party* aplikasi **Cermath**. Keuntungan dengan menjadi tutor *3rd party*, pengguna akan mendapatkan penghasilan tambahan, memiliki tanda *verified* sebagai petanda bahwa jawaban dari pengguna *verified* memiliki tingkat akurasi kebenaran yang tinggi. Fitur **bantuin dong** juga sebagai tempat untuk memupuk rasa tanggung jawab antar pengguna sebagai makhluk sosial, serta melatih kepekaan pribadi masing-masing.

Metode Pengembangan Cermath

Metode pengembangan aplikasi **Cermath** menggunakan *Incremental Model*. *Incremental Model* merupakan metode pengembangan perangkat lunak dimana produk dirancang, diuji, hingga diimplementasikan secara bertahap hingga selesai. Sistem dengan metode ini dapat memudahkan dokumentasi kegiatan asasmen, proses analisis, dan penyajian hasil asasmen (Mirza Yogy Kurniawan et al., 2018). Tahapan *incremental model* sebagai berikut (Gambar 1):



Gambar 1. Tahapan *Incremental Model*

Pihak yang Terlibat dalam Pengembangan Cermath

Cermath merupakan gagasan baru yang dibuat untuk menjadi solusi pembelajaran matematika, terlebih di era pendidikan *new normal* akibat pandemi seperti saat ini. Dalam perwujudan aplikasi **Cermath** yang terintegritas, dibutuhkan pihak-pihak yang mempunyai peran penting demi terwujudnya program **Cermath**. Pihak-pihak yang terlibat dalam pelaksanaan program **Cermath** dijabarkan dalam tabel 1.

Tabel 1. Pihak yang Terlibat dalam Pengembangan Cermath

No	Pihak yang Terlibat	Keterangan
----	---------------------	------------

1	Dinas Pendidikan	Pihak yang memiliki wewenang di bidang pendidikan, serta memiliki peran penting untuk mendukung pengembangan Cermath sebagai platform inovasi media inklusifitas pendidikan.
2	Tutor	Sebagai pembuat materi juga mengawasi sistem pembelajaran.
3	Institusi Pendidikan	Menjalinkan kerjasama dengan Lembaga Pendidikan (sekolah ataupun Lembaga bimbingan Bahasa Inggris), sehingga Cermath dapat menjadi inovasi media dalam proses pembelajaran hingga tercipta pendidikan yang komperhensif.
4	Pengembang Aplikasi	Mengembangkan aplikasi Cermath agar selalu menjadi aplikasi yang <i>user friendly</i> dan memenuhi kebutuhan pengguna.
5	Investor	Memiliki peran meningkatkan permodalan pengembangan Cermath .
6	Pelajar	Sebagai target utama pengguna aplikasi serta <i>3rd party</i> tutor Cermath .

Perbandingan dengan Aplikasi Sejenis

Dalam membangun suatu inovasi terbaik untuk negeri, **Cermath** bukanlah satu-satunya platform belajar matematika, Colearn menjadi kompetitor utama karena mempunyai fitur yang hampir sama, namun kami tetap memiliki fitur yang lebih terintegrasi guna mendukung program inklusif belajar yang kami canangkan. berikut merupakan perbandingan kompetitor utama:

Indikator	Cermath	Colearn
Berbagai soal matematika	✓	✓
<i>Personalized experiential learning</i>	✓	-
Pembahasan soal	✓	✓
Pemberian penilaian di akhir sesi	✓	-
Koreksi benar dan salah oleh <i>Application Programming Interface</i>	✓	-
Membuka peluang bagi freelancer dan siswa yang ingin menjadi tutor	✓	-

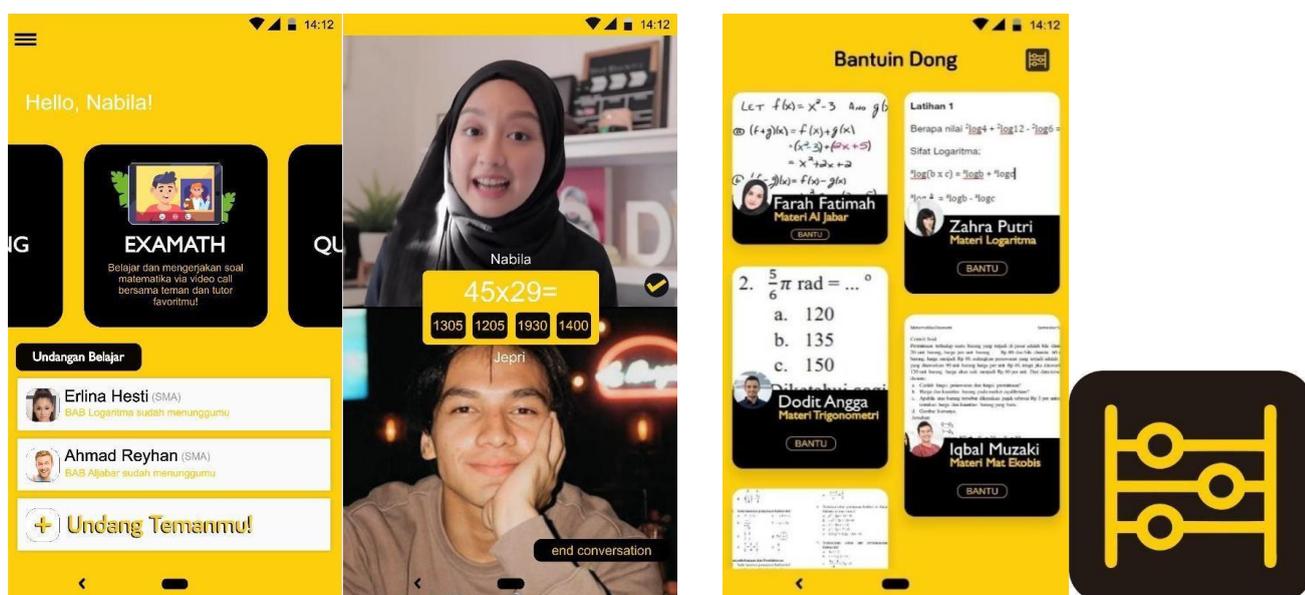
PENUTUP

Aplikasi “**Cermath**” mampu menjadi pelopor inovasi media belajar matematika, terlebih di era *new normal* akibat pandemi Covid-19 yang semakin membatasi ruang praktik belajar matematika bersama guru ataupun teman sebaya, karena setiap sekolah dan kursus harus tutup dan beralih ke sistem pembelajaran *online*. Dengan segala fitur menarik dan inovatif yang dimiliki, **Cermath** tidak hanya akan memudahkan dan memotivasi pelajar ataupun *freelancer* untuk berlatih matematika. **Cermath** juga mampu menjadi media dalam melatih nalar dan pengetahuan masyarakat via integrasi konten dalam mempraktikkan pelajaran matematika. Selain itu, fitur bantu dong serta *live session* bersama tutor dan beberapa fitur tambahan yang sangat menarik akan menjadikan **Cermath** sebagai media pembelajaran inklusif yang mendukung program pemerataan Pendidikan di Indonesia. Oleh karenanya, inovasi media pembelajaran ini perlu mendapatkan dukungan sepenuhnya dari pihak terkait agar tujuan dari **Cermath** dalam upaya meningkatkan kemampuan matematika masyarakat Indonesia dapat terealisasi.

Referensi

- Kompas.com. (2018). *Kemampuan Matematika Siswa Indonesia Memprihatikan, Solusinya?* Edukasi Kompas.
<https://edukasi.kompas.com/read/2018/03/21/09211381/kemampuan-matematika-siswa-indonesia-memprihatikan-solusinya>
- Sdg2030Indonesia. (n.d.). *Tujuan04*. Retrieved August9, 2021, from <https://www.sdg2030indonesia.org/page/12-tujuan-empat>
- Widyatiningtyas, R., Kusumah, Y. S., Sumarmo, U., & Sabandar, J. (2015). The impact of problem-based learning approach to senior high school students' mathematics critical thinking ability. *Journal on Mathematics Education*, 6(2), 30–38. <https://doi.org/10.22342/jme.6.2.2165.107-116>

Lampiran 1. Prototype aplikasi Cermath



***MIND-PALACE VR: INDUKSI HIPNOSIS BERBASIS TEKNOLOGI
VIRTUAL REALITY SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN
KESEHATAN MENTAL DAN KOLABORASI
DIGITALISASI SUMBER DAYA MANUSIA
DI ERA NEW NORMAL***

Nurhidayat
Gita Putri Prastiwi

Tahun 2020 diawali dengan masuknya virus covid-19 di Indonesia, dan menjadi sebuah pandemi. Pemerintah memberlakukan beberapa aturan ketat demi mencegah penyebaran virus ini, di antaranya adalah *social distancing* dan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) (Nuryana, 2020). Pembatasan kebijakan ini memaksakan perubahan total pada lingkungan psikososial di negara terdampak, khususnya Indonesia (Fatimah & Mahmudah, 2020). Dalam menghadapi pandemi covid-19 dibutuhkan pemikiran yang jernih, dimana di awal terjadinya pandemi telah terjadi fenomena “badai nalar” yang menyebabkan masyarakat kebingungan, kehilangan arah, serta sulit berpikir jernih.

Banyak masyarakat merasa tertekan dari berbagai aspek, utamanya karena kegiatan perekonomian mereka terdampak pandemi. Di sisi lain, sumber daya manusia (SDM) merupakan faktor penting dalam penggerakan proses produksi di perekonomian. Sehingga, kesehatan SDM menjadi penting, karena peran kesehatan SDM sebagai modal bagi perekonomian dalam bentuk tenaga kerja. Selain itu, kesehatan mental telah masuk dalam indikator SDGs yang juga diadopsi ke dalam Tujuan Pembangunan Berkelanjutan Indonesia.

Berdasarkan keterbutuhan permasalahan di atas, diperlukan strategi berkelanjutan dan komprehensif untuk merencanakan pemulihan ekonomi di era *new normal*. Seiring dengan perkembangan teknologi di era industri 4.0, pada esai ini dikembangkan alternatif intervensi bernama *virtual reality hypnosis*. Keuntungan alternatif intervensi ini adalah dapat terstandarisasi dan tidak memerlukan ketersediaan terapis ahli, karena dapat digunakan oleh orang awam secara umum. Intervensi ini diharapkan mampu mengatasi kondisi stres, serta kecemasan berlebihan pada individu.



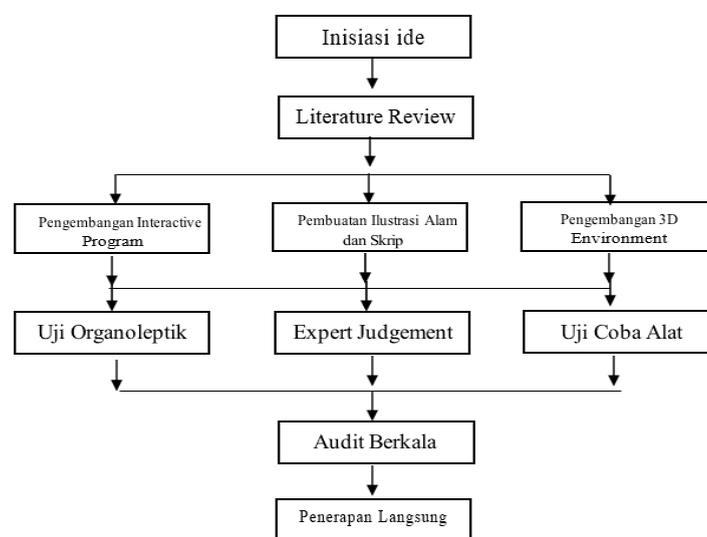
Gambar 1. Ilustrasi *Virtual Reality*

Virtual Reality

Virtual Reality (VR) adalah alat yang terdiri dari *headset* yang menampilkan lingkungan simulasi 3D dimana seseorang dapat berinteraksi (lihat gambar 1). Penggunaan *headset* VR relatif mudah. Pengguna akan merasa benar-benar beradadi lingkungan VR secara nyata setelah mengalami gambar visual yang jelas dan audio yang menyertainya.

Proses Pembuatan dan Impelementasi *Virtual Reality*

Berikut ini adalah diagram rencana dan implementasi dari *Mind-Palace* VR untuk menjaga kesehatan mental individu di era *new normal* (Gambar 2).



Gambar 2. Diagram konsep implementasi teknologi *Mind-Palace* VR

Intervensi *Mind-Palace* VR

Produk ini bernama "*Mind-Palace* VR", artinya produk ini menggambarkan istana pikiran karena sumber gangguan psikologis adalah dari dalam pikiran. Diciptakan lingkungan *virtual* berdasarkan teori-teori psikologi, sehingga mampu mengatasi gangguan kesehatan mental. Dikembangkan teknologi sesuai keilmuan psikologi yang berperan penting dalam peningkatan kesehatan mental masyarakat Indonesia.

Lingkungan *virtual* dibuat menggunakan *software Unity 3D*. Induksi hipnosis diproyeksikan dengan media 3D kemudian diciptakan *virtual environment*. Lingkungan *virtual* yang sudah terprogram diubah menjadi video 3600 dengan *Adobe After Effect*, sehingga dapat digunakan di perangkat manapun yang cocok. Ponsel dengan sensor *gyrometer* sebagai media *virtual reality* yang telah dipasang aplikasi pemutar video 3600. *Head mounted VR* dengan tipe BOBOVR Z5 sebagai perangkat untuk menampilkan *virtual environment* dalam bentuk 3D 360°.

Berikut adalah *virtual environment* pada *Mind-Palace* VR:

1. *Water*: Dipilih karena mampu membangkitkan ketenangan (Winner, 2018).

Dalam produk ini ada perosotan alam dengan air yang berefek besar pada keadaan psiko-fisiologis pasien.

2. *Open Blue Sky* dan *Spaciousness: Mind-Palace* VR memperlihatkan langit biru terbuka, sehingga menciptakan kelapangan yang dapat menurunkan gangguan kesehatan mental (Rakow dan Eells, 2019).
3. *Soft-fascination: Mind-Palace* VR akan memberikan pemandangan hutan, sehingga dapat menjadi daya tarik pasien agar tetap memandangi lingkungan alam tanpa merasa bosan (Berg *et al.*, 2016).
4. *Nature Sounds*: Efek suara alam menunjukkan bahwa suara alam memiliki efek ekstra pada pengurangan stres (Annerstedt *et al.*, 2013).



Gambar 3. (a) *Actual Environment*; (b) *Open blue sky*; (c) Hutan
a) *Water*, b) *Open blue sky*, c) Hutan

Penerapan Langsung Mind-Palace VR

Pertama, dilakukan pengujian awal untuk mengetahui kondisi individu sebelum menggunakan aplikasi *Mind-Palace* VR. Dari pengujian awal didapatkan bahwa individu mengalami kecemasan dalam kategori yang tinggi. Setelah menggunakan *Mind-Palace* VR, kecemasan yang dialami subjek berangsur turun sampai ke kategori moderat dan rendah (Tabel 1). Kemudian, dibuat sebuah alat ukur yang digunakan untuk mengevaluasi efektivitas teknologi yang dapat dilihat pada [link](http://bit.ly/kuesioneruntukpartisipasi) berikut <http://bit.ly/kuesioneruntukpartisipasi>.

Tabel 1. Uji penerapan langsung Mind-Palace VR

Inisial	Baseline Skor		Perubahan Skor
	A1	B1	
ARZ	44	53	9
BT	31	50	19
FA	44	51	7
IW	22	38	16
KAR	37	47	10
MNF	31	40	9
MAP	29	31	2
MR	33	55	22
R	49	49	0
SH	60	60	0
TLP	43	57	14
Zu	46	53	7

Tabel 1. menunjukkan *Mind-Palace* VR efektif menurunkan gangguan kesehatan mental. Semakin besar perubahan skor, maka semakin signifikan penurunannya terhadap tingkat gangguan kesehatan mental. Selain itu, hipotesis yang ditetapkan pada penelitian ini adalah “Aplikasi *Mind-Palace* VR efektif menurunkan tingkat kecemasan”. Pengujian hipotesis tersebut dilakukan dengan uji *Friedman*, yaitu uji

non parametrik yang dapat menguji sampel penelitian tiga atau lebih (Suyanto & Gio, 2017). Sebagaimana terdapat pada tabel 2, ditarik kesimpulan bahwa hipotesis diterima. Dengan demikian, *Mind-Palace* VR merupakan *treatment* yang baik dalam hal mengatasi gangguan kesehatan, terutama kecemasan yang berakibat pada stres dan depresi (Lihat tabel 3).

Berdasarkan riset yang dilakukan terhadap 250 orang partisipan selama pandemi, didapat 22 persen mengalami depresi, 46 persen mengalami kecemasan, dan 21 persen mengalami stres. Ini menunjukkan peningkatan berlebih, dimana sebelum pandemi sekitar 6 persen populasi di Indonesia mengalami gangguan mental emosional. Selain itu, dari kalangan psikolog, Indonesia memiliki sekitar 451 psikolog klinis (0,15 per 100.000 penduduk), 773 psikiater (0,32 per 100.000 penduduk), dan perawat jiwa 6.500 orang (2 per 100.000 penduduk). Berdasarkan 2 sektor saja, yaitu penderita gangguan kecemasan dan psikolog, sudah menunjukkan bahwa usaha produk *Mind-Palace* VR memiliki potensi yang sangat besar untuk digunakan.

Tabel 2. Uji Friedman

Test Statistics ^a		df	$\chi^2_{.995}$	$\chi^2_{.975}$	$\chi^2_{.900}$	$\chi^2_{.050}$
N	4	1	0.000	0.001	0.016	3.841
Chi-Square	13.128	2	0.010	0.051	0.211	5.991
Df	4	3	0.072	0.216	0.584	7.815
Asymp. Sig.	.011	4	0.207	0.484	1.064	9.488
Friedman Test ^a		5	0.412	0.831	1.610	11.070

Penerapan langsung *Mind-Palace* VR dapat dilihat pada Gambar 4 berikut.



Gambar 4. Penerapan langsung *Mind-Palace* VR

Tabel 3. Perbandingan *Mind-Palace* VR dengan produk sejenis

Aspek	<i>Mind-Palace</i> Virtual Reality	Nature Treks Virtual Reality	Konsultasi Langsung Psikolog
Harga	Aplikasi: Rp.500.000 Alat : Rp.600.000	Aplikasi: Rp.700.000 Alat : Rp.6.500.000	Rp.400.000 / jam
Media	Teknologi <i>virtual reality</i>	Teknologi <i>virtual reality</i>	Tatap muka langsung bersama psikolog
Manfaat	Mengatasi kecemasan	Relaksasi	Identifikasi masalah psikologis
Fleksibilitas	Fleksibel	Fleksibel	Menyesuaikan jadwal psikolog
<i>Basic Treatment</i>	Psikologi	Natural Environment	Psikologi
<i>Basic Keilmuan</i>	Sesuai kaidah keilmuan psikologi	Fitur populer	Identifikasi masalah dan solusi lebih detail
Tempat Produksi	Indonesia	United Kingdom (UK)	-

Penutup

Penelitian ini sangat bermanfaat bagi pemerintah dalam penentuan kebijakan program pemenuhan kebutuhan kesehatan masyarakat terutama kesehatan mental. Bagi pendidikan, bermanfaat untuk menambah khasanah pustaka Indonesia dalam mengatasi kecemasan, serta memberikan sumbangan pikiran dalam menciptakan inovasi teknologi kesehatan mental. Bagi masyarakat, mendapat produk yang dapat menanggulangi kesehatan mental di masa *new normal*. Karena kesehatan mental adalah bagian penting dari pendukung tercapainya sumber daya manusia yang unggul untuk mewujudkan Indonesia yang lebih baik.

Referensi

- Annerstedt, M., Jonsson, P., Wallergard, M., Johansson, G., Karlson, B., Grahn, P. dan Wahrborg, P. 2013. Inducing physiological stress recovery with sounds of nature in a virtual reality forest: Result from a pilot study. *Physiology & behavior*. 118 :240-250.
- Berg, A.E.V.D., Joye, Y. dan Koole, S.L. 2016. Urban forestry & urban greening why viewing nature is more fascinating and restorative than viewing buildings: A closer at perceived complexity. *Urban Forestry & Urban Greening*. 20 :397-401.
- Fatimah, S. dan Mahmudah, U. 2020. How e-learning affects students' mental health during Covid-19 pandemic: an empirical study. *Jurnal Riset Pedagogik*. 4 (1):114-124.
- Nuryana, A.N. 2020. Dampak pandemi Covid-19 terhadap dunia pendidikan. *Kabar Priangan*.
- Rakow, D.A. dan Eells, G.T. 2019. *Nature rx: Improving college-student mental health*. Comstock Publishing Associates.
- Suyanto dan Gio, P.U. 2017. *Statistika nonparametric dengan spss, minitab, dan r*. Winner, E. 2018. *How art works: A psychological exploration*. Oxford University Press. USA.

JEJAMO LAMPUNG: APLIKASI SENTRA PENJUALAN UMKM LAMPUNG DALAM UPAYAMENINGKATKAN PEREKONOMIAN PASCA PANDEMI COVID-19

Septian Adi Putra

Latar Belakang

Pandemi *corona virus disease* (Covid-19) mewabah hampir ke seluruh dunia termasuk Indonesia. Keberadaan pandemi ini berdampak pada semua aspek yang ada di masyarakat, salah satunya adalah sektor perekonomian. Menurut Data Badan Pusat Statistik (BPS) pertumbuhan ekonomi Indonesia triwulan II tahun 2020 menurun sebesar 5,32 persen (BPS, 2020). Penurunan ekonomi ini berakibat pada menyusutnya produktivitas sektor usaha, salah satunya merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Adanya penyebaran covid-19 berdampak pada penurunan penjualan yang signifikan.

Pandemi covid-19 juga membuat bermacam zona di Lampung terpukul. Salah satu yang sangat terdampak adalah UMKM. Perihal ini terungkap dalam dialog virtual berjudul *Surviving and Preparing Post Covid-19 for SME (UMKM) Indonesia Marketing Association (IMA) Chapter Lampung*. Tercatat sebanyak 3.481 UMKM di Lampung terdampak covid-19. Angka ini masih ditambah dengan 2.130 pengemudi ojek *online*, serta 80 koperasi ikut terdampak. Dalam hal ini, upaya yang dilakukan pemerintah Lampung adalah membuat terobosan dengan Inovasi Pasar Berjaya, namun dalam implementasinya, pasar tersebut tidak dapat dirasakan oleh seluruh elemen masyarakat Lampung, karena hanya berdampak pada pasar besar di Bandar Lampung saja. Hal ini perlu menjadi catatan khusus yang harus diperbaiki agar dapat berdampak kepada seluruh elemen masyarakat.

Kendala yang dialami oleh para pelaku UMKM di Lampung saat pandemi covid-19 yaitu mengenai proses digitalisasi UMKM untuk memasarkan produk, dimana banyak pelaku UMKM yang masih bingung bagaimana memasarkan produknya di tengah pandemi, karena tempat berjualan mereka sepi pembeli. Maka dari itu, perlu adanya terobosan baru untuk membantu para pengusaha UMKM untuk memasarkan produknya secara digital, melalui suatu ide aplikasi *marketplace* bagi UMKM di Lampung, agar pelaku UMKM dapat memasarkan produknya secara luas kepada seluruh masyarakat Lampung.

Aplikasi ini bernama “Jejamo Lampung”, merupakan suatu *marketplace* yang digunakan sebagai sentra UMKM yang ada di Lampung. Hadirnya aplikasi Jejamo Lampung dapat digunakan oleh pemilik UMKM untuk bisa menjual produknya melalui aplikasi, sehinggalantinya produk dari UMKM di Lampung dapat dijangkau oleh seluruh masyarakat Lampung. Aplikasi “Jejamo Lampung” dimaksudkan untuk mengangkat produk lokal agar dapat dinikmati oleh masyarakat Lampung secara luas, sehingga produk-produk lokal yang merupakan kekayaan lokal, mampu

dijangkau secara mudah oleh masyarakat, khususnya di Lampung. Karena dengan hadirnya aplikasi ini, masyarakat Lampung dapat lebih peduli dengan produk lokal yang juga mempunyai kualitas yang baik dan keberhasilan penjualan akan kembali pada kemajuan UMKM Lampung.

Pada prosesnya, aplikasi ini menjunjung produk lokal dari provinsi Lampung, serta dapat menjadi sarana pengembangan kebudayaan Lampung. Karena dalam aplikasi Jejamo Lampung, terdapat sentra UMKM yang khusus memuat produk lokal dari daerah, meliputi sentra kerajinan masyarakat Lampung, seperti tapis, siger, batik lampung, sentra produk anak muda Lampung, sentra makanan khas Lampung, serta sentra kerajinan dan kebutuhan masyarakat Lampung lainnya. Aplikasi Jejamo Lampung ini bertujuan untuk membantu para pengusaha kecil menengah dapat berjualan dengan *online* dalam kondisi pandemi covid-19. Aplikasi ini berfokus pada sentra UMKM Lampung, agar masyarakat Lampung peduli dan cinta pada produk lokal. Dalam aplikasi, terdapat fitur yang lengkap, yang juga memuat sejarah budaya Lampung. Aplikasi ini tidak hanya untuk penjualan, namun untuk memperkenalkan kebudayaan Lampung.

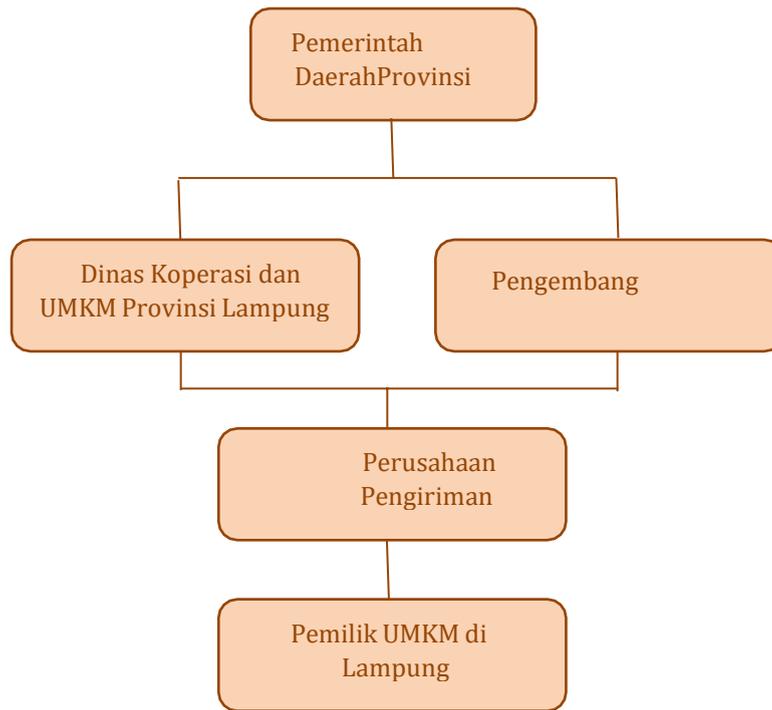
Pihak-Pihak yang Dipertimbangkan dalam Pengimplementasian Gagasan

Gagasan aplikasi Jejamo Lampung sebagai *marketplace* pemasaran produk UMKM berbasis *android*, pastinya mengaitkan banyak pihak dalam mengimplementasikannya. Pihak-pihak yang dipertimbangkan untuk mewujudkan gagasan “Jejamo Lampung” ini adalah sebagai berikut:

1. Pemerintah Daerah Lampung
Pemerintah daerah mempunyai peranan besar dalam mewujudkan konsep aplikasi Jejamo Lampung, yaitu sebagai pengawas pelaksana program, mengontrol pelaksanaan program, sekaligus membantu dana yang dibutuhkan dalam mewujudkan gagasan Jejamo Lampung ini.
2. Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Lampung
Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Lampung memiliki peran dalam mewujudkan konsep Jejamo Lampung, sebagai pelaksana pembuat kebijakan, pengawas, dan memastikan hasil UMKM mana yang masuk dalam kriteria pemasaran, serta pihak yang berwenang dalam mengeluarkan sertifikat penjamin kualitas. Selain itu, Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Lampung berfungsi pula dalam melakukan sosialisasi program Jejamo Lampung kepada masyarakat luas.
3. Pengembang Aplikasi
Pengembang aplikasi memiliki peran dalam mewujudkan konsep aplikasi Jejamo Lampung, dalam hal ini sebagai pembuat aplikasi dengan berbagai fitur yang dibutuhkan dalam penyempurnaan aplikasi Jejamo Lampung.
4. Pemilik UMKM
Pemilik UMKM dalam mewujudkan gagasan Jejamo Lampung, peranannya sebagai pelaku usaha atau pengguna yang menjual dan memasarkan produk mereka ke dalam aplikasi Jejamo Lampung, agar dapat dijangkau oleh masyarakat luas.
5. Perusahaan Jasa Pengiriman Barang

Perusahaan jasa pengiriman barang dalam mewujudkan konsep Jejamo Lampung, berperan sebagai patner pemilik UMKM dalam mengirimkan barang/produk yang dijual kepada masyarakat luas.

Secara sederhana peranan masing-masing stakeholder digambarkan dalam gambar 1 berikut.



Gambar 1. Pihak yang Dipertimbangkan dalam Pengimplementasian Program Jejamo Lampung

Adapun langkah strategis untuk pengimplementasian gagasan Jejamo Lampung meliputi:

1. Tahap Pembuatan Aplikasi

Langkah pertama dalam mewujudkan gagasan Jejamo Lampung adalah dengan membuat aplikasi yang digunakan sebagai *marketplace* pemasaran UMKM di Provinsi Lampung. Bentuk tampilan aplikasi Jejamo Lampung sebagai sentra UMKM di Provinsi Lampung seperti pada gambar 2 berikut.



Gambar 2. Tampilan aplikasi Jejamo Lampung

Fitur yang terdapat dalam Jejamo Lampung, terdiri dari fitur-fitur yang membedakan produk-produk UMKM untuk lebih memudahkan konsumen dalam mencari barang yang dibutuhkan. Selain itu, terdapat fitur unggulan dari gagasan Jejamo Lampung ini, yaitu fitur Budaya Lampung dan fitur Produk Lokal.

2. Tahap Sosialisasi dan Pendaftaran UMKM pada Aplikasi
Setelah aplikasi dibuat, maka dilakukan sosialisasi kepada masyarakat Lampung terkait dengan Jejamo Lampung serinci mungkin, dari manfaat, kegunaan, cara penggunaan dan lain-lain.
3. Tahap Input Data Produk UMKM ke dalam Aplikasi
Tahap selanjutnya adalah memasukan data mengenai produk UMKM yang akan dijual ke dalam aplikasi dengan sedetail mungkin, sehingga masyarakat dapat mengetahui kondisi produk UMKM yang dipasarkan. Produk UMKM terdiri dari produk kebutuhan sehari-hari, dan produk- produk lokal yang diproduksi oleh masyarakat lokal.
4. Tahap Pengiriman Barang
Setelah dilakukan input data produk, maka barang dapat dipesan oleh seluruh masyarakat Lampung, maupun nasional dengan menggunakan jasa pengiriman barang, untuk dapat diantarkan langsung kepada konsumen sesuai alamat pembeli produk UMKM.

Jejamo Lampung merupakan terobosan baru untuk memasarkan produk UMKM Lampung kepada masyarakat luas melalui aplikasi berbasis *android*, sehingga dapat membantu UMKM bertahan ditengah pandemi covid-19, dan menumbuhkan, serta mempertahankan eksistensi UMKM, sebagai jawaban dari era digitalisasi yang disebabkan adanya pandemi covid-19. Masih banyak kendala yang harus dievaluasi, baik oleh pemerintah, lembaga, maupun masyarakat luas, sehingga terobosan ini dapat berkembang memajukan UMKM di Lampung.

Saat ini banyak UMKM yang sudah menjual produk UMKM secara *online* melalui media sosial, baik Instagram, Facebook, dan lain-lain. Namun, pada kenyataannya langkah ini belum membuat pemasaran UMKM semakin meningkat secara signifikan, sehingga hasil yang diperoleh tidak maksimal. Solusinya dari permasalahan tersebut, yaitu mengoptimalkan pemasaran UMKM, yakni dengan memasarkan dalam suatu *platform* yang dapat menjangkau semua kalangan.

Perihal utama yang wajib dicoba pengusaha UMKM, yaitu memilah sarana pemasaran *online* yang mudah, praktis, dan sesuai dengan perkembangan zaman di era digital. Hal ini dapat diatasi dengan hadirnya Jejamo Lampung sebagai aplikasi sentra UMKM di Lampung, yang memudahkan pedagang dalam berjualan dan memasarkan produknya ke seluruh kalangan masyarakat. Kami percaya jika gagasan Jejamo Lampung dapat terealisasi, maka pertumbuhan perekonomian masyarakat Lampung, terkhusus pelaku UMKM di Lampung, dapat tumbuh dan berkembang di

era pandemi Covid-19, sehingga mampu menyokong kemajuan perekonomian daerah Lampung.

Kesimpulan

Pandemi Covid-19 memberikan dampak besar terhadap sektor UMKM di Lampung, sehingga perlu adanya digitalisasi UMKM dalam bentuk aplikasi Jejamo Lampung. Aplikasi Jejamo Lampung merupakan solusi permasalahan UMKM di tengah pandemi Covid-19, dan merupakan upaya untuk meningkatkan eksistensi UMKM Lampung agar dapat dimanfaatkan oleh masyarakat luas, sekaligus pengenalan produk dan budaya lokal Lampung. Jejamo Lampung sebagai salah satu solusi untuk bisa meningkatkan UMKM Lampung dengan digitalisasi dan pemanfaatan media *online* untuk penjualan yang lebih luas. Dengan hadirnya aplikasi ini, harapannya dapat meningkatkan pemasaran para pelaku UMKM, dan masyarakat lebih peduli dengan produk lokal.

Gagasan Jejamo Lampung dapat terwujud apabila masing-masing pihak yang dilibatkan berperan bersama-sama mewujudkan *marketplace* UMKM Lampung, untuk meningkatkan eksistensi dan menumbuhkan perekonomian masyarakat Lampung. Selain itu, diperlukan pendampingan secara berkala terhadap UMKM, agar tidak kesulitan dalam memanfaatkan aplikasi Jejamo Lampung sebagai *marketplace* pemasaran produk UMKM mereka, serta mengajak masyarakat untuk lebih cinta dan menggunakan produk lokal.

Referensi

- Amelia, M.N., Prasetyo, Y.E. and Maharani, I., 2017. E-UMKM: Aplikasi Pemasaran Produk UMKM Berbasis Android Sebagai Strategi Meningkatkan Perekonomian Indonesia. *Prosiding SNATIF*, pp.11-16.
- Badan Pusat Statistika (2020). Ekonomi Indonesia triwulan II 2020 Turun 5,32 Persen. Diakses melalui <https://www.bps.go.id/pressrelease/2020/08/05/1737/-ekonomi-indonesia-triwulan-ii-2020-turun-5-32-persen.html>.
- Indonesia.go.id. 2020. UMKM Dapat Kucuran Dana Lagi. Dikases melalui <https://indonesia.go.id/narasi/indonesia-dalam-angka/ekonomi/umkm-dapat-kucuran-dana-lagi>.
- Rohmah, A., 2020. PANDEMI COVID-19 DAN DAMPAKNYA TERHADAP PERILAKU KONSUMEN DI INDONESIA. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(7),pp.1373-1378.
- Rosita, R., 2020. PENGARUH PANDEMI COVID-19 TERHADAP UMKM DI INDONESIA. *JURNAL LENTERA BISNIS*, 9(2), pp.109-120.

SI JAPRI: KOLABORASI TEKNOLOGI DENGAN DIGITALISASI EKONOMI DALAM BENTUK APLIKASI UNTUK TRANSAKSI BELANJA DI PASAR TRADISIONAL

Risa Aulia

PENDAHULUAN

Melayangkan pandang ke belakang, Wuhan *Municipal Health Committee* mengeluarkan pernyataan “*urgent notice on the treatment of pneumonia of unknown cause*”, disusul dengan adanya laporan dari *World Health Organization* (WHO) terkait kasus covid-19 pertama yang dikonfirmasi pada 8 Desember 2019, di Kota Wuhan Provinsi Hubai Tiongkok, China (Kemkes.go.id). Pada 2 Maret 2020, dikonfirmasi terdapat 2 orang dengan kasus positif virus corona pertama di Indonesia. Mulai dari hari itu, pandemi yang ganas ini terus berdampak terhadap sebagian besar sektor yang berada pada tatanan kehidupan berubah karena adanya virus corona. Berbagai cara telah dilakukan untuk mengantisipasi terjadinya penyebaran virus corona, namun kita tak bisa terus menerus berada dalam keadaan seperti ini. Tatanan hidup adaptasi kebiasaan baru atau yang akrab kita sapa “*new normal*” menjadi kunci atas kekhawatiran pemerintah guna memperbaiki keadaan. Keadaan ini menuntut seluruh sektor untuk melakukan adaptasi kebiasaan baru, tak terkecuali kegiatan perekonomian bagi seluruh lapisan masyarakat.

Berdasarkan data yang penulis peroleh dari laporan data DPP Ikatan Pedagang Pasar Indonesia (Ikappi), dari 12 juta pedagang pasar tradisional, terdapat 5 juta atau sekitar 43persen pedagang pasar diharuskan untuk tutup akibat pembatasan kegiatan, dan kurangnya minat pembeli karena pandemi. Badrussalam, selaku Ketua Bidang Kajian Penelitian dan Pengembangan DPP Ikappi, mengatakan bahwa para pedagang di pasar tradisional telah mengalami penurunan pendapatan mulai dari 70–90 persen dari keadaan sebelum adanya pandemi covid–19. Bahkan, ada pedagang yang sudah tidak beroperasi sama sekali alias gulung tikar, karena aktivitas pasar yang lesu.

Dilansir dari Kompas.com, disebutkan bahwa terdapat 1.998 kasus pedagang pasar tradisional yang dinyatakan positif covid–19, yang tersebar di 331 titik, dan perlu penanganan serius, agar tidak memperburuk keadaan. Hal itu juga berdampak kepada kekhawatiran pembeli yang akan berkunjung ke pasar tradisional guna pemenuhan kehidupan sehari–hari. Sehingga dalam menyikapi hal yang telah terjadi ini, penulis menggagas sebuah inovasi dalam bentuk aplikasi, yaitu “**SI-JAPRI: Aplikasi Belanja di Pasar Tradisional**”, yang merupakan gagasan aplikasi yang dibuat oleh penulis, agar menjadi terobosan untuk bertahan dalam keadaan di tengah pandemi, untuk mempermudah para pedagang dan pembeli untuk melakukan transaksi, guna memenuhi kebutuhan ekonomi di Pasar tradisional dari berbagai macam lapisan masyarakat.

PEMBAHASAN

SI-JAPRI merupakan aplikasi untuk melakukan transaksi belanja di pasar tradisional, baik oleh penjual maupun pembeli. Aplikasi ini memberikan kemudahan bagi pembeli untuk memenuhi kebutuhan pokok sehari-hari, yang dapat dibeli di pasar tradisional, mulai dari pemesanan yang mudah, memilih barang, dan kelengkapan harga barang terkini, hingga barang tersebut sampai ke rumah pembeli, tanpa harus melakukan interaksi dengan banyak orang. Gambar 1 berikut ini merupakan tampilan dari aplikasi SI-JAPRI.



Gambar 1. Halaman *Login*

Aplikasi ini dapat mempermudah pedagang dalam memasarkan dagangannya, karena barang yang dipasarkan dapat dipesan oleh pembeli melalui aplikasi SI-JAPRI, sehingga dapat memiliki penghasilan, meskipun kurangnya minat pembeli karena kekhawatiran akan adanya pandemi covid-19. Pada tampilan awal aplikasi, baik penjual maupun pembeli dapat melakukan pendaftaran dengan fitur yang telah disediakan oleh aplikasi. Selanjutnya, setelah masuk ke dalam aplikasi, maka penjual atau pembeli dapat melihat fitur pada gambar 2 yang ada di aplikasi, yang memuat mengenai informasi terkini tentang pasar terdekat atau mengenai harga barang yang ada di pasar. Selain itu, terdapat kolom *search*, dimana fitur tersebut dapat digunakan mencari pasar terdekat di daerah kita, atau mencari referensi barang yang kita inginkan.

Seperti yang telah disebutkan pada penjabaran sebelumnya, terdapat fitur di bagian beranda yang menarik. Terdapat informasi mengenai referensi belanja, serta lokasi pasar terdekat, agar pengguna mudah dalam mendapat informasi di aplikasi SI-JAPRI. Selanjutnya, di gambar 3 merupakan halaman menu untuk melihat seluruh fitur yang terdapat pada aplikasi SI-JAPRI. Untuk melihat halaman ini, pengguna dapat memilih *icon* tiga garis yang terdapat di bagian sebelah kiri atas, atau melakukan *swipe* layar *handphone* pengguna. Pada halaman ini, pengguna dapat memilih fitur yang akan dituju pada aplikasi.

Halaman "Jual Sekarang" merupakan fitur unggulan pada aplikasi SI-JAPRI. Fitur ini dapat digunakan oleh para pedagang di pasar tradisional untuk memasarkan barangnya dengan menggunakan fitur "Produk Saya". Kemudian barang yang ingin dipasarkan dapat diposting, sehingga terhubung kepada pembeli, dan pembeli dapat melakukan pemesanan barang di toko tersebut. Setelah pesanan masuk dan sudah dikemas, pedagang tak direpotkan akan kesulitan mengantar barang ditengah pandemi covid-19 ini, karena pedagang dapat menggunakan jasa kurir yang telah disetujui oleh pembeli, sehingga dapat mengurangi interaksi secara langsung dengan banyak orang. Pedagang dapat memastikan produk telah sampai kepada pembeli dengan aman karena terdapat fitur "Penjualan Saya". Untuk menarik minat pelanggan, penjual juga dapat menggunakan fitur "Promosi Saya" terkait diskon maupun promo yang akan diberikan oleh penjual. Dalam halaman ini, penjual juga dapat melakukan interaksi langsung dengan pembeli karena adanya fitur *chat*. Terakhir, penjual dapat melihat kinerja toko dan kepuasan pelanggan dengan adanya *feedback* berupa penilaian yang diberikan oleh pembeli.



Gambar 2. Halaman Beranda



Gambar 3. Halaman Men



Gambar 4. Halaman Jual Sekarang



Gambar 5. Halaman Beli Sekarang

Halaman “Beli Sekarang” merupakan salah satu fitur unggulan kedua dari aplikasi SI-JAPRI. Fitur ini dapat digunakan oleh pembeli, khusus membeli barang-barang yang dibutuhkan, dan hanya terdapat di pasar tradisional. Pembeli dapat menggunakan fitur *search* untuk memilih pasar tujuan, lalu langsung keluar pasar yang pembeli pilih, termasuk pilihan toko, warung, atau lapak yang dibutuhkan oleh pembeli. Pembeli dapat memilih barang tersebut, serta dapat melihat variasi harga antar satu pedagang ke pedagang lainnya. Kemudian, setelah memilih toko/warung/lapak, maka akan muncul tampilan menu berupa barang-barang yang tersedia di tempat pedagang tersebut. Pembeli dapat memilih barang yang diinginkan, kemudian dimasukkan ke dalam keranjang, dan langsung terlihat total jumlah pesanan barang. Pembeli dapat memesan melalui jasa kurir dan dapat kita lihat di fitur pesanan saya. Tentunya, hal ini mempermudah pedagang dan pembeli dalam melakukan transaksi, karena tidak perlu pergi ke pasar dengan tingkat mobilitas yang sangat tinggi, dan membantu dalam memutus rantai penyebaran virus covid - 19.

Aplikasi ini sangat fleksibel, karena secara bersamaan dapat dilakukan oleh penjual maupun pembeli. Jadi, ketika pembeli juga berdagang di pasar tradisional, maka ia dapat menggunakan kedua fitur tersebut, yaitu fitur jual sekarang dan beli sekarang. Selanjutnya, terdapat fitur “Saldo” dan fitur “Diskon dan Rewards” . Dalam fitur “Saldo” pengguna aplikasi dapat melihat riwayat transaksi pengisian saldo yang dilakukan, sehingga kita dapat melakukan kontrol terhadap pemasukan dan pengeluaran yang telah kita lakukan, seperti yang dapat kita lihat pada gambar 6 di bawah ini.



Gambar 6. Tampilan Fitur Saldo



Gambar 7. Tampilan Fitur Diskon & Reward

Kemudian, pada gambar 7 terdapat fitur Diskon & Reward yang memberikan keuntungan tersendiri bagi setiap pengguna aplikasi. Baik para penjual maupun pembeli dapat menggunakan *voucher*, maupun mendapatkan *reward* dari setiap transaksi yang telah dilakukan.

Rancangan yang telah dipaparkan oleh penulis, memiliki tujuan guna mempermudah kegiatan transaksi yang dilakukan antara penjual dan pembeli di pasar tradisional, dalam satu kesatuan. antara teknologi dan digitalisasi ekonomi saat ini. Kerjasama antara pemerintah, kepala instansi, dan penggiat dunia perekonomian, terkhusus bagian pasar tradisional, sangat diperlukan, agar aplikasi ini dapat berjalan sesuai dengan rancangan yang telah dibuat, serta menjadi aplikasi yang bermanfaat di dunia perekonomian secara lebih lanjut.

PENUTUP

Penulis menggagas sebuah kolaborasi antara teknologi dan ekonomi yang menimbulkan sebuah inovasi dalam bentuk aplikasi. Aplikasi tersebut bernama SI-JAPRI: Aplikasi belanja di pasar tradisional, yang merupakan suatu terobosan untuk bertahan dalam keadaan di tengah pandemi dan pasca pandemi, berupa aplikasi dengan konsep kesatuan, untuk mendapatkan hasil maksimal secara efisien dan efektif dalam melakukan kegiatan perekonomian, terkhusus di pasar tradisional. Para penjual dan pembeli dapat melakukan transaksi tanpa harus didatangi ataupun mendatangi penjual, maupun pembeli di pasar tradisional, sehingga roda perekonomian tetap dapat berjalan. Dalam perjalanannya, aplikasi SI-JAPRI memerlukan peran dari berbagai pihak terkait, terkhusus dukungan dari penggiat ekonomi untuk turut aktif menggunakan aplikasi SI-JAPRI. Dengan adanya aplikasi SI-JAPRI yang akan diimplementasikan dalam berbagai kegiatan perekonomian, diharapkan semua pihak dapat mendapatkan manfaat yang maksimal, serta adanya peningkatan kemampuan karena kemudahan yang telah diberikan oleh aplikasi SI-JAPRI.

Referensi

- Sitepu, Camelia, H., & Hasyim. (2018). Perkembangan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Niagawan Unimed*. 7(2).
- Siregar, Pratiwa, A. (2020). Kinerja Koperasi di Indonesia. *Jurnal Ilmu Pertanian Tropika dan Subtropika*, 5 (1) : 31 – 38.
- Kemkes. (Maret, 2020). Pedoman Pencegahan dan Pengendalian CoronaVirus Disease. Diakses pada <https://www.kemkes.go.id/resources/download/info-terkini/COVID19persen20dokumenpersen20resmi>
- CNN Indonesia. (Desember, 2020). *Bertambah 6.027 Kasus, Positif Covid-19 Jadi 569.707 Orang*. Diakses pada <https://www.cnnindonesia.com/nasional/202020201205135135-20-578370/bertambah-6027-kasus-positif-covid-19-jadi-569707-orang>
- Waluyo, Djati. (Juli, 2021). *Imbas Pandemi, 5 Juta Pedagang Pasar Terpaksa Tutup Usaha, Pendapatan Merosot*. Diakses pada <https://megapolitan.kompas.com/read/2021/07/20/09253291/imbas-pandemi-5-juta-pedagang-pasar-terpaksa-tutup-usaha-pendapatan>

**PEMANENAN AIR DARI AIR ASAM TAMBANG INDUSTRI BATUBARA
DENGAN TEKNOLOGI MEMBRAN NANOFILTRASI: SOLUSI
AIR BERSIH DAN PELESTARIAN LINGKUNGAN
PASCA PANDEMI COVID-19 DI DAERAH
PROVINSI SUMATRA SELATAN**

Andreas Kevin Santoso
M. Zulfikar Milus

Pandemi covid-19 yang saat ini melanda Indonesia, memberikan dampak serius pada berbagai sektor masyarakat, salah satunya adalah peningkatan kebutuhan air bersih. Menurut *Indonesia Water Institute* (2021), konsumsi air bersih di Indonesia meningkat sebesar tiga kali lipat dari kondisi sebelum pandemi. Hal ini lantaran banyaknya kebiasaan baru masyarakat, mulai dari rutin mencuci tangan, mandi, atau pemenuhan kebutuhan untuk kebersihan lainnya. Namun, penyediaan air bersih di Indonesia masih belum optimal, dimana air bersih yang ada sudah mulai tidak layak digunakan, dan masih jauh dari kata aman. Air bersih dalam kategori aman ini hanya sekitar 6 persen dari keseluruhannya (Riung, dkk., 2019). Hal ini lantaran banyaknya sumber air bersih yang tercemar, salah satunya disebabkan adanya aktivitas penambangan. Padahal, kesediaan akses air bersih yang layak dan aman adalah sebuah tantangan utama, dan secara signifikan dapat memengaruhi aktivitas manusia, serta pembangunan suatu wilayah.

Di lain sektor, Indonesia menjadi salah satu negara penghasil sumber daya alam terbesar di dunia. Salah satu potensi kekayaan alam yang dihasilkan Indonesia adalah batu bara. Sumber batu bara Indonesia saat ini sebesar 126,60 miliar ton, dengan cadangan tercatat sebanyak 32,26 miliar ton (Suseno dkk., 2017). Sebagian besar batu bara di Indonesia memiliki kandungan yang berpotensi mencemari lingkungan, yaitu terdiri dari *linginite* (58 persen), *sub-bituminous* (27 persen), *bituminous* (14 persen), dan sedikit *anthracite*. Dengan tingkat produksi batu bara di Indonesia yang semakin meningkat tiap tahunnya, menjadikan tambang batu bara sebagai sumber pencemaran yang besar bagi lingkungan.

Salah satu dampak dari proses penambangan batu bara adalah timbulnya air asam tambang. Timbulnya air asam tambang memiliki dampak yang besar bagi kelestarian lingkungan dan masyarakat sekitar, baik secara langsung, maupun tidak langsung (Virgina dkk., 2020). Dampaknya seperti menurunnya kualitas air tanah, serta air permukaan di daerah penambangan dan sekitarnya. Air ini juga akan mempengaruhi kualitas air pada aliran hulu dan hilir sungai yang mengakibatkan terjadinya pencemaran. Dengan demikian, perlu dilakukan sebuah pengolahan yang lebih baik.

Pada dasarnya, pengolahan limbah air dari kolam bekas tambang batu bara ada dua macam. Proses yang dikenal saat ini yaitu proses pengolahan aktif, dan proses pengolahan pasif (Rambe & Nurkhamim, 2020). Beberapa contoh proses pengolahan aktif adalah aerasi, netralisasi, pengendapan secara kimia, pertukaran ion, dan penghilangan sulfat secara biologi. Proses pengolahan tersebut masih memiliki

kekurangan, yaitu proses pengoperasian yang sulit, biaya pengolahan tinggi, serta perlu adanya perawatan, dan monitoring yang intensif.

Seiring dengan perkembangan teknologi, teknik atau metode penanganan air asam tambang telah dikembangkan dengan metode membran. Keunggulan proses membran dibandingkan proses pemisahan lainnya adalah tidak memerlukan perubahan fase medium, proses berlangsung cepat, cara pengoperasian sederhana, mudah dalam penggandaan skala, tidak memerlukan ruang yang besar, dan dapat mendapatkan permeat dengan kualitas sangat baik (Behroozi dan Ataabadi, 2021).

Bertitik tolak dari kesadaran akan arti penting untuk menjaga kelestarian lingkungan, dan mendukung optimalisasi air bersih yang layak dan aman digunakan. Maka, pada esai ini akan dibahas terkait pengolahan air dari kolam bekas industri batu bara, supaya lebih aman bagi masyarakat dan lingkungan. Selain itu, air dari asam tambang tersebut dapat digunakan kembali oleh masyarakat sekitar tambang.

Pada esai ini, industri batu bara di daerah Sumatera Selatan dipilih karena merupakan industri besar dengan cadangan batu bara mencapai 69,1 miliar ton. Untuk itu, diharapkan dengan adanya inovasi ini dapat menjadi solusi pemenuhan air bersih dan pelestarian lingkungan hidup. Hal ini sejalan dengan manfaat dari teknologi pemurni air asam tambang yang dapat membantu masyarakat Sumatera Selatan untuk mendapatkan air bersih yang layak dan aman, dengan biaya yang murah, dan proses yang sederhana. Selain itu, teknologi ini dapat memberikan informasi dan pelatihan bagi masyarakat tentang penggunaan kembali air asam tambang, yang sebelumnya memiliki kualitas yang buruk, dan tidak baik bagi kesehatan.

Gambaran Air Asam Tambang di Sumatera Selatan

Salah satu hasil akhir yang tersisa pada akhir penambangan adalah adanya lubang bekas tambang (*void*) yang tidak dapat ditutup atau ditimbun semuanya. Jika tidak dikelola, adanya *void* yang tertinggal pada akhir kegiatan penambangan ini berpotensi menimbulkan dampak yang tidak diinginkan. Gambar 1 memperlihatkan kolam bekas penambangan di Sumatera Selatan yang membentuk kolam raksasa atau danau buatan.



Gambar 1. Lokasi lubang bekas tambang batu-bara di Sumatera Selatan

Karakterisasi air limbah umumnya terbagi ke dalam tiga kategori, yaitu fisika, kimia, dan biologi (Keskin *et al.*, 2021). Sifat fisika, kimia, dan biologi air limbah tergantung pada sumber kegiatan penghasil air limbah tersebut. Air asam tambang batu bara mempunyai sifat asam dan kandungan logam berat seperti Fe yang tinggi. Sebelum

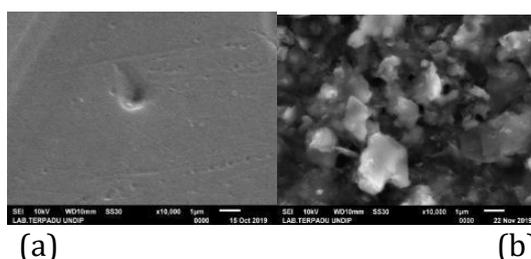
tahap penelitian dimulai, terlebih dahulu dilakukan uji karakteristik awal air asam tambang asli. Uji karakteristik awal ini bertujuan untuk mengetahui konsentrasi parameter pencemar. Parameter tersebut adalah konsentrasi COD, TSS, TDS, logam berat (Fe dan Mn), dan pH. Air asam tambang batu bara asli diambil dari tambang batu bara di Sumatera Selatan. Parameter pencemar yang diukur sebagian besar mengacu pada peraturan yang berlaku. Peraturan yang dipakai untuk acuan pada data karakteristik awal air asam tambang batu bara asli disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Komposisi rata-rata sampel air asam tambang

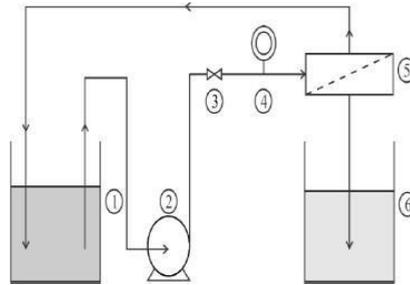
Parameter	Satuan	Air Asam Tambang Sumatera Selatan	KEPMENKES 907/2002 Air Gol A/I	KepmenLH No. 113/2003
pH	-	5,3	6.5-8.5	6-9
Suhu air	0C	26,8	Suhu ruang \pm 30C	-
Warna	PtCo	8,9	Maks. 15	-
Kekeruhan	NTU	-	Maks. 5	-
TSS	mg/L	522	Maks. 50	400
TDS	mg/L	200	Maks. 1000	-
COD	mg/L	99,3	-	-
Fe	mg/L	7,6	0,3	7
Mn	mg/L	1,16	0,1	4
<i>E.coli</i>	MPN/100 mL	-	Maks. 0	-

Kualitas Air Hasil Olahan Menggunakan Teknologi Membran NF 270

Pada penelitian ini, digunakan membran nanofiltrasi NF270 dengan ukuran pori 180 Da dan bersifat hidrofilik. Tujuan pengolahan air asam tambang batu bara dengan membran nanofiltrasi 270 adalah untuk menyisihkan COD, TDS, TSS, logam Fe, dan logam Mn untuk air asam tambang batu bara di Sumatera Selatan. Setiap parameter diuji pada tiga tekanan, yaitu 4, 5, dan 6 bar. Rangkaian alat yang digunakan pada pengolahan air asam tambang dapat dilihat pada Gambar 2. Untuk melihat pemisahan yang terjadi pada membran, dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 2. Rangkaian alat proses filtrasi membran



Gambar 3. Hasil SEM untuk proses filtrasi air asam tambang wilayah Sumatera Selatan pada pembesaran 10.000x (a) Fresh Membran (b) Membran AAT

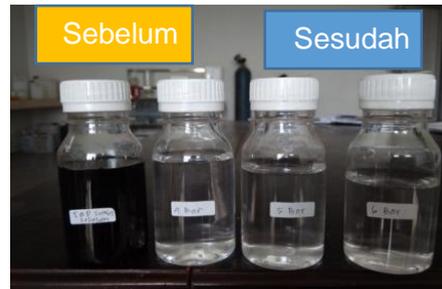
Tujuan analisis SEM (*Scanning Electron Microscope*) adalah untuk melihat *fouling* pada permukaan membran air asam tambang batu bara. Berdasarkan gambar 3, didapat bahwa dengan penggunaan membran terbukti dapat memisahkan kotoran-kotoran dengan air, sehingga didapat air dengan kualitas yang baik. Untuk hasil pengolahan air asam tambang dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Rejeksi umpan larutan tunggal air asam tambang di Sumatera Selatan

Parameter	Umpan Tunggal						
	Awal (ppm)	4 Bar		5 bar		6 bar	
		Ppm	perse nR	ppm	perse nR	ppm	persen R
COD	99,3	33,3	66,5	31	68	15	85
TSS	522	92,2	82,4	68	87	40	92
TDS	200	114	43	109	46	82	59
Fe	7,6	2,57	66	2	80	1	91
Mn	1,16	0	100	0	100	0	100

Dari hasil analisa tersebut, hasil pengolahan air asam tambang batu bara memenuhi baku mutu air bersih berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 416 tahun 1990. Jika hasil analisa air yang dilakukan terhadap air hasil pengolahan menggunakan membran NF 270, dibandingkan dengan baku mutu air minum yang ditetapkan dalam Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 492/MENKES/PER/IV/2010 tentang Persyaratan Kualitas Air Minum, sudah dipastikan bahwa hasilnya memenuhi baku mutu sebagai persyaratan kualitas air minum. Pemanfaatan kolam bekas tambang batu bara sebagai sumber air bersih dapat dilakukan oleh perusahaan pertambangan untuk wilayah Sumatera Selatan dengan mengolah air kolam

menggunakan teknologi membran NF270, dan untuk kebutuhan masyarakat sekitar tambang (Kiswanto, 2020).



Gambar 4. Hasil sebelum dan sesudah pemurnian air asam tambang batu bara

Manfaat Pemurnian Air Asam Tambang terhadap Aspek Sosial, Ekonomi, dan Lingkungan

Kolam bekas penambangan batu bara, apabila dikelola dengan baik dan benar, akan memberikan manfaat sosial, ekonomi dan lingkungan.

Manfaat Sosial

Hilangnya aset dan timbulnya dampak lingkungan merupakan biaya sosial yang seharusnya diperhitungkan dalam investasi pertambangan. Salah satu kesempatan yang dimiliki oleh daerah dalam pembangunan daerahnya adalah adanya program pengembangan wilayah dan masyarakat di sekitar tambang. Dengan adanya kegiatan penambangan, maka daerah yang dahulunya terpencil dan belum terjangkau oleh program pemerintah, dapat menikmati pembangunan daerahnya. Dengan pemurnian air yang dilakukan, maka manfaat sosial akan didapatkan dengan maksimal tanpa mengkhawatirkan dampak lingkungannya.

Manfaat Ekonomi

Manfaat ekonomi pada pemurnian air asam tambang bagi masyarakat dan pemerintah setempat adalah kolam bekas tambang batu bara dapat dijadikan cadangan sumber daya air secara berkelanjutan (Arvina Meyzilia, 2016). Selain itu, kolam bekas tambang batu bara mempunyai potensi manfaat untuk sumber wisata, perikanan, atau mikrohidro yang meningkatkan nilai ekonomi masyarakat setempat.

Manfaat Lingkungan

Kegiatan pertambangan batu bara dewasa ini tidak hanya dapat merubah bentang alam, namun juga berpotensi merusak ekosistem dan fungsi lingkungan. Untuk mengurangi dampak yang ditimbulkan pada kegiatan operasi penambangan, maka selama tahapan kegiatan pertambangan dilakukan pengelolaan lingkungan. Upaya pengelolaan lingkungan dan reklamasi yang dilakukan dapat diharapkan digunakan untuk mencegah air limbah melampaui baku mutu yang ditetapkan. Jika pengelolaan secara konsisten dilakukan sampai pascatambang, maka akan didapatkan kualitas air yang sesuai dengan baku mutu perairan. Sehingga manfaat lingkungan yang diperoleh, menghasilkan kualitas air permukaan sesuai dengan baku mutu yang ditentukan, dan kesuburan tanah sesuai untuk pertanaman.

Berdasarkan keunggulan rancangan di atas, teknologi ini diharapkan bisa menjadi terobosan, serta inovasi untuk mengolah air asam tambang industri, sehingga tidak mencemari lingkungan, dan bisa menjadi alternatif pemenuhan kebutuhan air bersih yang layak dan aman bagi masyarakat sekitar. Adanya pandemi covid-19 dan peningkatan jumlah penduduk di sekitar lokasi tambang, tentunya akan menjadikan kebutuhan air juga meningkat. Mengingat saat ini sebagian besar masyarakat sekitar tambang masih menggunakan air sungai sebagai sumber airnya, maka diharapkan untuk masa yang akan datang, dapat digantikan dengan air bersih yang sesuai dengan kriteria air bersih. Untuk mendapatkan air bersih perlu dilakukan mengolah air asam tambang dengan kerjasama dari Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM).

Referensi

- Behrozi, Amir H & Ataabadi, M.R, 'Improvement in microfiltration process of oily wastewater: A comprehensive review over two decades', *Journal of Environmental Chemical Engineering*, vol. 9, no. 1.
- Indonesia Water Institute. 2021. Selama pandemi, konsumsi air masyarakat meningkat hingga 3 kali lipat, diakses pada 26 Juni 2021 dari <https://www.indonesiawaterinstitute.org/>
- Keskin, Basak, Mustafa, Evren, Hale, Ozgun, & Ismail K, 2021, 'Pilot and full-scale applications of membrane processes for textile wastewater treatment: A critical review', *Journal of Water Procces Engineering*, vol. 42.
- Kiswanto, Susanto, & H. Sudarno, 2020. Treatment of coal mine acid water using NF270 membrane as environmentally friendly technology, *JPII*, vol. 9, no. 3, hh. 439-450.
- Meizilia, Arvina, 2016, 'Pemanfaatan air kolong bekas tambang timah sebagai penambah sumber air tanah menggunakan lubang kompos di Bangka Belitung', *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, vol. 27, no. 1.
- Rambe, Shahensah AA, & Nurkhamim, 2020, 'Overview perbandingan teknologi alternatif aktif dan pasif dalam pengelolaan air asam tambang. *Prosiding Nasional Rekayasa Teknologi Industri dan Informasi XIII Tahun 2020*, hh.149-155.
- Riung, P.E., Sondakh, R.C. & Umboh, J.M., 2019, 'Analisis mikrobiologi dan higiene sanitasi pada depot air minum di wilayah kerja Puskesmas Bahu Kota Manado', *Jurnal KESMAS*, vol 8, no. 3.
- Sumiyati, Sri . 2019, 'Pengolahan air limbah domestik menggunakan kombinasi reaktor biofilm anaerob-aerob', *Disertasi 631.4 April 2019*. Sekolah Pascasarjana Program Doktor Ilmu Lingkungan, Universitas Diponegoro, Semarang
- Suseno dan Triswan, 2017, 'Analisis pola distribusi logistik dan infrastruktur batubara untuk PLTU skala kecil', *Jurnal Teknologi Mineral dan Batubara*, vol. 13.
- Virginia, Nindia, Bargawa WS, & Rika Ernawati, 2020, 'Kajian kualitas air pada tambang tembaga-emas porfiri', *Prosiding Seminar Teknologi Kebumihan dan Kelautan pada 12 Juli 2020*, vol. 2, no. 1, hh.495-505.

“ADA TUKANG”: MARKETPLACE JASA PERBAIKAN DAN PEMELIHARAAN BANGUNAN SEBAGAI PERLUASAN KESEMPATAN KERJA PASCAPANDEMI DI SEKTOR KETENAGAKERJAAN

Devi Novita Sari
Atika Nur Royyanah

PENDAHULUAN

Tenaga kerja memegang peranan penting dalam pembangunan ekonomi suatu negara. Dalam pembangunan, tenaga kerja memiliki dua peran, yaitu sebagai objek yang perlu dibangun dan disejahterakan, sekaligus sebagai subjek pembangunan (Dinas Tenaga Kerja dan Transmigrasi, 2019). Tenaga kerja dikatakan sejahtera, apabila mampu mencukupi kebutuhan hidupnya. Dalam mencukupi kebutuhan hidup, tenaga kerja harus berperan aktif menjadi subjek pembangunan dengan cara bekerja untuk memperoleh penghasilan.

Lapangan kerja merupakan sumber ekonomi bagi masyarakat untuk mendapatkan penghasilan. Ketersediaan lapangan kerja untuk menampung angkatan kerja atau yang biasa disebut kesempatan kerja menjadi hal yang perlu mendapat perhatian lebih. Kindangen dan Tumiwa (2015) menjelaskan bahwa kesempatan kerja yang luas dapat menurunkan jumlah pengangguran, meningkatkan produktivitas masyarakat, mendukung aktivitas produksi, serta menyumbang pendapatan nasional. Kesempatan kerja ini tentunya diharapkan sebisa mungkin mampu menyerap semua angkatan kerja sehingga terdapat keseimbangan antara lapangan pekerjaan yang tersedia dengan banyaknya jumlah tenaga kerja.

Namun, pandemi Covid-19 di Indonesia menyebabkan penurunan kesempatan kerja, sehingga penyerapan tenaga kerja juga menurun. Turunnya penyerapan tenaga kerja mengakibatkan angka pengangguran melambung tinggi. BPS mencatat, secara keseluruhan jumlah penduduk usia kerja yang terdampak pandemi pada Agustus 2020 mencapai 29,12 juta orang. Angka ini setara dengan 14,28 persen dari keseluruhan populasi penduduk usia kerja yang mencapai 203,97 juta orang. Secara terperinci, terdapat 2,56 juta pengangguran karena covid-19, 0,76 juta orang bukan angkatan kerja karena Covid-19, tidak bekerja karena Covid-19 sebesar 1,77 juta orang, dan yang bekerja dengan mengalami pengurangan jam kerja sebanyak 24,03 juta orang.

Data tersebut menunjukkan bahwa pandemi Covid-19 membuat banyak masyarakat Indonesia kehilangan pekerjaan. Secara tidak langsung, rendahnya penyerapan tenaga kerja selama pandemi merefleksikan penurunan angka kesempatan kerja. Keadaan ekonomi Indonesia yang lesu akibat pandemi ini merupakan suatu ancaman besar yang perlu ditangani, serta dipulihkan kembali ketika pascapandemi.

Rendahnya penyerapan tenaga kerja yang menjadi induk permasalahan selama pandemi Covid-19 dapat diatasi melalui perluasan kesempatan kerja. Perluasan kesempatan kerja menjadi hal yang sangat penting untuk diwujudkan saat pascapandemi sebagai penunjang optimalisasi produktivitas tenaga kerja Indonesia, sekaligus berfungsi dalam

mengimbangi pertumbuhan penduduk usia kerja di Indonesia yang meningkat setiap tahunnya. Melalui perluasan kesempatan kerja, diharapkan Indonesia dapat menggenjot peningkatan SDM yang produktif.

Perluasan kesempatan kerja saat ini berada dalam era ekonomi digital. Ekonomi digital merupakan bentuk metamorfosis revolusi ekonomi yang memiliki perkembangan positif selama masa pandemi covid-19. Kementerian Komunikasi dan Informatika Indonesia (2019) memaparkan bahwa pada tahun 2025, ekonomi digital di Indonesia diperkirakan akan menciptakan 3,7 juta pekerjaan tambahan. Berdasarkan data tersebut, pelaku ekonomi termasuk tenaga kerja Indonesia memiliki potensi yang sangat besar untuk masuk dan berkembang dalam era ekonomi digital. Ekonomi digital ini dapat memberikan keuntungan kepada pelaku ekonomi, apabila didukung kerangka regulasi yang tepat, sehingga tercipta persaingan pasar yang kompetitif dan seimbang dalam menciptakan produk dan inovasi (Setiawan, 2018).

Dorongan digitalisasi membuat banyak pelaku usaha menciptakan beragam aplikasi digital atau yang biasa disebut *startup* sebagai terobosan inovasi bisnis yang baru. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin pesat, membuat *startup* menjadi peluang bisnis yang cukup menjanjikan. Dalam pengembangan *startup* itu sendiri, pelaku usaha menerapkan berbagai macam model bisnis yang mampu menjawab permasalahan masyarakat sesuai dengan karakteristik bisnis mereka. Konsep *sharing economy* yang mengutamakan kolaborasi dengan berbagai pihak telah banyak diadopsi pelaku *startup* pada masa kini. Hal ini tentunya bisa menjadi ‘angin segar’ bagi tenaga kerja Indonesia untuk dapat menjalin kolaborasi dengan para pelaku *startup* dalam memperoleh pekerjaan sesuai dengan kapasitas dan keahlian individu masing-masing.

INOVASI PRODUK

Tenaga kerja Indonesia memiliki beragam keahlian yang terlibat langsung dalam proses produksi suatu barang atau jasa. Akan tetapi, hingga saat ini jumlah tenaga kerja tidak sebanding dengan lapangan kerja yang ada di Indonesia. Tenaga kerja Indonesia saat ini membutuhkan media pencarian kerja untuk memperoleh lapangan pekerjaan. Salah satu solusi atas permasalahan tersebut adalah inovasi aplikasi “Ada Tukang” yang berfungsi untuk membantu para tenaga kerja memperoleh pekerjaan di bidang jasa.

Aplikasi Ada Tukang membantu tenaga kerja Indonesia memperoleh pekerjaan sesuai dengan keahliannya masing-masing dalam ruang lingkup se-Indonesia. Aplikasi ini merupakan inovasi *marketplace* jasa perbaikan dan pemeliharaan bangunan. Aplikasi ini menghubungkan antara penyedia jasa dengan orang yang membutuhkan jasa tersebut secara mudah dan praktis. Pihak aplikasi Ada Tukang akan menjalin kolaborasi dengan pekerja ahli dalam mengatasi masalah kerusakan bangunan, seperti pipa bocor, korsleting listrik, perbaikan instalasi pipa air, renovasi rumah, dan sebagainya. Para tenaga kerja yang ingin mendapatkan penghasilan dari keahlian yang mereka miliki, bisa mendaftar menjadi mitra aplikasi Ada Tukang. Pendapatan yang diperoleh dari penawaran jasa nantinya akan dibagi menggunakan konsep *profit sharing* antara pekerja dengan pihak aplikasi Ada Tukang.

Pekerja ahli yang menjadi mitra aplikasi Ada Tukang adalah orang yang telah diberikan pelatihan keterampilan kerja sesuai keahliannya, serta memenuhi kualifikasi dan syarat yang sudah ditentukan. Dalam melatih keterampilan pekerja yang akan menjadi mitra, pihak aplikasi Ada Tukang bekerja sama dengan Dinas Ketenagakerjaan Kabupaten/Kota setempat, dan tenaga ahli kompeten untuk mengadakan program pelatihan keterampilan kerja internal. Program ini bertujuan membentuk tenaga kerja yang berkualitas, sehingga mampu memberikan pelayanan jasa yang baik kepada pengguna aplikasi. Dengan adanya program ini, tenaga kerja Indonesia akan mendapatkan bimbingan guna meningkatkan keahlian mereka menjadi lebih baik lagi. Bentuk sistematis pelatihan tersebut, yaitu mitra yang terdaftar dan lulus seleksi berkas akan difasilitasi secara gratis oleh pihak aplikasi Ada Tukang, untuk mengikuti pelatihan sebagai bagian dari *branding* aplikasi sertareward kepada pihak mitra.

Aplikasi Ada Tukang memiliki beragam fitur untuk memberikan kemudahan bagi pengguna dalam menyewa jasa perbaikan dan pemeliharaan bangunan. Adapun fitur-fitur yang terdapat dalam aplikasi Ada Tukang secara lengkap dijelaskan pada tabel 1.

Tabel 1. Fitur Aplikasi Ada Tukang

Nama Fitur	Keterangan
<i>Pesan Tukang</i>	Fitur untuk memesan jasa perbaikan dan pemeliharaan bangunan. Dengan adanya fitur ini, pengguna bebas memilih pekerja yang berada di sekitar lokasi tempat yang ingin dilakukan perbaikan. Fitur ini mengadopsi sistem <i>Artificial Intelligence</i> untuk menghubungkan keberadaan pekerja dengan lokasi yang diatur oleh pengguna.
<i>Chat Tukang</i>	Fitur untuk berkomunikasi dengan pekerja yang akan dipesan jasanya oleh pengguna. Melalui fitur ini, pekerja dan pengguna bisa melakukan tanya jawab maupun bernegosiasi.
<i>Bayar Tukang</i>	Fitur untuk membayar jasa pekerja yang telah dipesan. Pembayaran dapat dilakukan melalui isi ulang <i>Tukangpay</i> .
<i>Survei Lokasi</i>	Fitur yang dapat diakses oleh pekerja untuk mengecek lokasi tempat yang akan dituju sebelum dilakukan penanganan lebih lanjut. Survei lokasi ini bersifat fleksibel, yang artinya tergantung kebutuhan dan urgensi, bisa dilakukan ataupun tidak dilakukan oleh pekerja.

Aplikasi Ada Tukang dapat diperoleh dengan mengunduh aplikasinya secara gratis, baik di *Play Store* maupun *App Store*. Bagi para pengguna baru yang hanya ingin sekilas melihat-lihat informasi ataupun fitur-fitur dasar, tidak diharuskan untuk registrasi. Namun, pengguna yang ingin mendapatkan fasilitas lebih, seperti mendaftar menjadi mitra ataupun memerlukan tenaga kerja, diharuskan untuk registrasi terlebih dahulu.

Dalam tahap pengembangan aplikasi, tim Ada Tukang akan berusaha dalam menyediakan permintaan tenaga kerja ahli di berbagai wilayah Indonesia, untuk memenuhi kebutuhan perbaikan dan pemeliharaan bangunan. Maka dari itu, ketersediaan pekerja ahli aplikasi Ada Tukang harus menyebar luas pada setiap daerah di Indonesia. Dalam jangka waktu yang lama, aplikasi Ada Tukang berpotensi menggaet banyak tenaga kerja untuk menyelesaikan masalah kerusakan bangunan di Indonesia. Dengan demikian, aplikasi ini dapat menjadi salah satu media untuk mengakselerasi pemerataan tenaga kerja di Indonesia.

PENUTUP

Berdasarkan pemaparan informasi di atas, dapat disimpulkan bahwa aplikasi Ada Tukang merupakan salah satu bentuk kontribusi dalam upaya perluasan kesempatan kerja pascapandemi Covid-19 di bidang ketenagakerjaan. Dengan adanya fasilitas serta media yang menghubungkan pihak *client* dan mitra, kedua belah pihak bisa saling memberi keuntungan, sehingga mampu meningkatkan perekonomian pascapandemi Covid-19. Melalui inovasi ini, ketimpang lain akibat pandemi covid-19 diharapkan dapat teratasi, serta bisa menjadi stimulus inovasi-inovasi lainnya untuk menyelesaikan berbagai permasalahan yang ada saat ini. Oleh karena itu, penulis berharap inovasi aplikasi Ada Tukang dapat menjadi pertimbangan bagi pihak terkait agar bisa terwujud, demi mendorong perluasan kesempatan kerja pascapandemi covid-19, dan membawa kesejahteraan bagi bangsa Indonesia.

Referensi

- BPS Indonesia. (2020). *Agustus 2020: Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) sebesar 7,07 persen*. <https://www.bps.go.id/pressrelease/2020/11/05/1673/agustus-2020--tingkat-pengangguran-terbuka--tpt--sebesar-7-07-persen.html>
- Dinas Tenaga Kerja dan Transmigrasi. (2019). *Peran Tenaga Kerja dalam Pembangunan*. <https://disnakertrans.kalteng.go.id/berita/read/238/peran-tenaga-kerja-dalam-pembangunan>
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2019). *Perkembangan Ekonomi Digital Indonesia : Strategi dan Sektor Potensial*. Jakarta : Puslitbang Aptikadan IKP.
- Kindangen, P., dan J. Tumiwa. (2015). Kewirausahaan dan Kesempatan Kerja di Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum*, 2(2). <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/lppmekosobudkum/article/view/10673/1026>
- Setiawan, Ahmad Budi. (2018). Revolusi Bisnis Berbasis Platform sebagai Penggerak Ekonomi Digital di Indonesia. *Jurnal Masyarakat Telematika dan Informasi*, 9(1). <http://dx.doi.org/10.17933/mti.v9i1.118>

INOVASI DIGITAL : TRANSFORMASI PENDIDIKAN DI ERA DIGITAL

Muhammad Zulva Zeta Zaidan

PENDAHULUAN

Zaman berubah sesuai dengan kebutuhan manusia yang berubah ubah. Manusia adalah makhluk yang memiliki keinginan atau kebutuhan yang tak terbatas, sedangkan sumber daya yang tersedia sangat terbatas di dunia ini. Sehingga, manusia harus memutar otak untuk bisa mengelola sumber daya itu untuk bisa memenuhi kebutuhan sehari hari mereka.

Salah satu indikator dari perubahan zaman adalah kemajuan dari teknologinya. Teknologi adalah suatu sumber daya yang bisa memudahkan kegiatan manusia. Semakin canggih teknologi, maka semakin mudah kegiatan atau kebutuhan manusia yang bisa didapatkan. Teknologi sangat mampu merubah suatu sistem ekonomi, sosial, maupun pendidikan. Perubahan teknologi pun bisa membantu dalam revolusi industri di dunia.

Revolusi industri adalah sebuah perubahan besar dalam teknologi dan berbagai bidang lainnya, yang mampu membawa dampak besar pada kondisi ekonomi, sosial budaya, maupun pendidikan di dunia. Revolusi industri dimulai pada abad ke-18, yang ditandai oleh penemuan mesin uap di Inggris. Mesin uap tersebut dapat meningkatkan produktivitas dalam Industri tekstil dengan menjadikannya sebagai alat tenun mekanis. Ini sebuah inovasi dari alat sebelumnya yang bergantung pada tenaga manusia dan hewan. Hingga saat ini, revolusi industri semakin berkembang, dan baru mencapai revolusi industri keempat atau biasa disebut Revolusi industri 4.0.

Revolusi industri 4.0 dimulai sejak adanya internet yang mulai berkembang dan memiliki kecepatan tinggi. Lalu, lahirlah berbagai macam inovasi untuk membuat aplikasi yang bisa memudahkan manusia, seperti *Google*, *Facebook*, *Instagram*, dan lain lain. Maka, terbentuklah suatu era yang baru, yaitu era digital. Era digital adalah suatu era dimana perkembangan teknologi informasi semakin pesat. Teknologi digital ini memudahkan manusia untuk bisa mengetahui berbagai macam informasi dan melakukan berbagai macam kegiatan melalui *platform digital*, contohnya adalah dalam bidang pendidikan.

Pendidikan adalah sumber penting dalam kemajuan suatu bangsa, dan juga pendidikan membuat suatu bangsa menjadi berkualitas. Saat ini berbagai macam inovasi dilakukan untuk mencapai pemerataan pendidikan, dan memberikan kualitas yang sangat baik dalam suatu negara. Salah satunya adalah transformasi pendidikan menuju ke dunia digital.

PEMBAHASAN

Pandemi Covid-19 membuat semua aktivitas interaksi terpaksa dihentikan karena dapat berbahaya bagi keselamatan masyarakat. Semua masyarakat diharuskan untuk diam di rumah masing masing untuk menghindari virus. Kegiatan belajar mengajar di sekolah pun terpaksa terhenti. Maka dari itu, berbagai macam inovasi dalam dunia pendidikan harus dilakukan untuk menjaga keberlangsungan pendidikan untuk masyarakat. Dengan cara membuat suatu *platform* pendidikan berbasis digital. Platform ini disebut dengan *E-learning*.

E-learning adalah singkatan dari *electronic learning* atau pembelajaran elektronik. *E-learning* dapat memudahkan para siswa dalam belajar. *E-learning* pertama kali diperkenalkan oleh Universitas Illinois di Urbana-Champaign dengan menggunakan sistem instruksi berbasis komputer (*computer-assisted instruction*), dan komputer bernama PLATO. Berikut adalah perkembangan *E-Learning* dari masa ke masa:

Tahun 1990: Era CBT (*Computer Based Training-Based Training*), dimana mulai bermunculan aplikasi *e-learning* yang berjalan dalam *PC standalone* ataupun berbentuk kemasan *CD-ROM*. Isi materi dalam bentuk tulisan maupun multimedia (video dan audio) dalam format mov, mpeg-1, atau avi.

Tahun 1994: Seiring dengan diterimanya CBT oleh masyarakat sejak tahun 1994, CBT muncul dalam bentuk paket-paket yang lebih menarik dan diproduksi secara massal.

Tahun 1997: LMS (*Learning Management System*). Seiring dengan perkembangan teknologi internet, masyarakat di dunia mulai terkoneksi dengan internet. Kebutuhan akan informasi yang dapat diperoleh dengan cepat mulai dirasakan sebagai kebutuhan mutlak, dimana jarak serta lokasi bukanlah halangan lagi. Perkembangan LMS yang makin pesat membuat pemikiran baru untuk mengatasi masalah *interoperability* antar-LMS yang satu dengan lainnya secara standar. Bentuk standar yang muncul misalnya standar yang dikeluarkan oleh AICC (*Airline Industry CBT Commettee*), IMS, SCORM, IEEE LOM, ARIADNE, dsb.

Tahun 1999: sebagai tahun Aplikasi *E-learning* berbasis Web. Perkembangan LMS menuju aplikasi *e-learning* berbasis web berkembang secara total, baik untuk pembelajar (*learner*), maupun administrasi belajar mengajarnya. LMS mulai digabungkan dengan situs-situs informasi, majalah, dan surat kabar. Isinya juga semakin kaya dengan perpaduan multimedia, *video streaming*, serta penampilan interaktif dalam berbagai pilihan format data yang lebih standar, dan berukuran kecil. SDM suatu perusahaan/institusi harus mempunyai pola pikir bahwa *e-learning* menjadi kebutuhan perusahaan/institusi untuk mencapai visi dan misi perusahaan/institusi itu sendiri sehingga *e-learning* harus dilakukan.

Perkembangan *e-learning* masih dilakukan hingga saat ini guna mencapai pemerataan pendidikan di seluruh dunia. Indonesia salah satu negara yang sangat memperhatikan pada pemerataan pendidikan. Data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2016 menyebut, hingga tahun 2015 angka partisipasi kasar (APK) jenjang sekolah menengah/ sederajat masih di bawah 80 persen. Ini mengindikasikan partisipasi mengakses pendidikan masih kurang. Sehingga, perlu adanya suatu alat yang bisa menjangkau semua masyarakat di Indonesia untuk mendapatkan pendidikan.

Alat tersebut belum lama ini telah ditemukan, alat tersebut merupakan suatu aplikasi pendidikan berbasis digital yang memudahkan masyarakat untuk bisa

mengaksesnya dimanapun dan kapanpun. Aplikasi itu bernama *RuangGuru*. Ruanguru adalah sebuah *startup* yang bergerak di bidang pendidikan. Didirikan pada tahun 2014 oleh Adamas Belva Syah Devara dan Muhammad Iman Usman.

Ruangguru sudah berhasil menjadi *startup* yang cukup diminati oleh generasi Z. *Founder* Ruanguru yaitu Belvadevara dan Imanusman adalah seorang generasi Z yang memiliki kreativitas dan inovasi untuk memajukan bangsa Indonesia. Mereka membuat sebuah aplikasi digital untuk memudahkan semua masyarakat dalam mengakses pendidikan. Seperti yang kita tahu, biaya untuk masuk sekolah dan mendapatkan pendidikan di Indonesia masih tergolong mahal, sehingga masyarakat pun terkadang tidak sanggup untuk menyekolahkan anaknya. Namun, adanya aplikasi ini adalah untuk membantu masyarakat yang tidak mampu untuk mendapatkan akses pendidikan.

Masa pandemi saat ini, aplikasi Ruanguru sangat memudahkan semua siswa di Indonesia untuk mengakses pembelajaran. Karena saat ini, semua pembelajaran tatap muka dihentikan sementara, dan diganti dengan pembelajaran melalui media digital. Oleh karena itu, Ruanguru banyak diminati oleh para siswa di Indonesia untuk membantu mereka belajar dan menaikkan kualitas belajar mereka. Meskipun berbayar, tetapi para orang tua rela mengeluarkan uang mereka demi masa depan anak anak mereka.

Saat ini Ruanguru telah memiliki 22 juta pengguna terdaftar, dan memberikan akses kepada 300.000 ribu guru privat. Aplikasi ini telah tersebar ke beberapa negara di Asia yaitu Vietnam dan Thailand. Ruanguru memiliki banyak produk untuk penggunanya diantaranya :

- a. Ruangbelajar
Produk ini menawarkan cara belajar melalui video dan latihan soal secara *online*.
- b. Ruangbelajar Plus
Produk ini menawarkan paket lengkap bimbel *online*, siswa dapat menemukan pengalaman belajar bersama tutor dan banyak teman se-Indonesia, lengkap dengan berbagai fitur menarik, dan dapat digunakan pada *smartphone* maupun *PC/laptop/desktop*.
- c. Ruangles
Produk ini menawarkan pencarian guru privat berkualitas yang dapat datang ke rumah untuk mengajari siswa.
- d. Ruanglesonline
Produk ini menawarkan jasa tutor ruanglesonline yang akan membantu siswa membahas soal dan mengerti pelajaran *via live chat*.
- e. Ruanguji
Produk ini menyediakan soal-soal *try-out* yang dapat dikerjakan secara *online*.
- f. Ruangkelas
Produk ini menawarkan layanan *Learning Management System* sebagai sarana kelas virtual untuk para guru dan murid.

Riset internal Ruanguru menunjukkan bahwa 69 persen pengguna Ruanguru kelas 12 SMA telah diterima di PTN pilihan di tahun 2020. Sejumlah dua per tiga di antara pengguna tersebut telah diterima di PTN unggulan, seperti seperti Institut Pertanian Bogor, Universitas Indonesia, Universitas Gadjah Mada, Universitas Brawijaya, Institut Teknologi Bandung, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, dan lain-lain. Riset internal

Ruangguru dengan puluhan ribu responden kelas 12 SMA tersebut, turut menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan (77 persen) yang berhasil lolos PTN, rata-rata belajar di aplikasi Ruangguru selama 1 jam setiap harinya, menggunakan tiga fitur paling populer, yakni video belajar beranimasi, TO, dan bank soal.

Hal ini menunjukkan para siswa pengguna Ruangguru sangat semangat dan menyambut baik akan adanya aplikasi ini. Mereka menggunakan aplikasi tersebut dengan sebaik-baiknya demi mencapai cita-cita mereka. Dengan terciptanya kualitas pendidikan yang baik, maka akan tercipta sumberdaya manusia yang baik, dan bisa memajukan negara Indonesia.

PENUTUP

Transformasi pendidikan di dunia digital ini sangat diperlukan, karena dari masa ke masa teknologi semakin canggih. Maka dari itu, perlu penyesuaian dalam kemajuan teknologi tersebut. Masyarakat mau tidak mau harus mengikuti kemajuan teknologi agar tidak tertinggal. Selain kemajuan teknologi, diperlukan juga kemajuan sistem pendidikan, karena pendidikan adalah kunci kesuksesan suatu negara. Jika sumber daya manusianya berkualitas, maka ekonomi pada suatu negara akan maju. Sumber daya manusia yang berkualitas diperoleh dengan pendidikan yang berkualitas.

Referensi

- BINUS UNIVERSITY. (2019, Mei 02). *Sejarah dan Perkembangan Revolusi Industri*. Retrieved from <https://binus.ac.id/knowledge/2019/05/sejarah-dan-perkembangan-revolusi-industri/>
- BINUS UNIVERSITY. (2021, Mei 23). *Sejarah Revolusi Industri 4.0 dan Bedanya dengan Society 5.0*. Retrieved from <https://onlinelearning.binus.ac.id/2021/05/23/sejarah-revolusi-industri-4-0-dan-bedanya-dengan-society-5-0/>
- COHIVE. (n.d.). *Berkenalan dengan revolusi industri*. Retrieved from <https://www.google.com/amp/s/cohive.space/blogs/revolusi-industri/amp/>
- Fadil, K. I. (n.d.). *Sejarah E-Learning*. Retrieved from E-Learning 2010: <https://sites.google.com/site/elearningtp2010/pengembangan-e-learning/konsep-sejarah-dan-karakteristik-e-learning/sejarah-e-learning>
- Novrian satria perdana, M. (2021, juni). *Aksesibilitas Memeroleh Pendidikan Untuk Anak-anak di Indonesia*. Retrieved from jendela kemendikbud: <https://jendela.kemdikbud.go.id/v2/kajian/detail/aksesibilitas-memeroleh-pendidikan-untuk-anak-anak-di-indonesia>
- Ruangguru. (2020, oktober 12). *69 persen pengguna Ruangguru berhasil masuk PTN pilihan*. Retrieved from https://www.ruangguru.com/blog/pengguna-ruangguru-kelas-12-sma-berhasil-masuk-ptn-pilihan?hs_amp=true
- Tribunnewswiki. (2020, Maret 15). *Ruangguru*. Retrieved from <https://www.tribunnewswiki.com/2020/03/15/ruangguru>
- Wikipedia. (n.d.). *Pembelajaran Elektronik*. Retrieved from https://id.m.wikipedia.org/wiki/Pembelajaran_elektronik.

**RK-GI (RUMAH KEBAIKAN *GADGET* INDONESIA): INOVASI PROGRAM BELI JUGA
BERI BERBASIS *SOCIOPRENEURSHIP* GUNA MEMPERKUAT EKISTENSI
GENERASI Z DALAM MENOPTIMALKAN PENGGUNAAN
TEKNOLOGI PASCA PANDEMI COVID-19**

Carina Melinya
Muna Farah Azzahra

Pandemi Covid-19 masih belum berakhir, hampir dua tahun berjalan, seluruh dunia ikut merasakan dampaknya di berbagai sektor, terutama sektor ekonomi. Tidak hanya dirasakan secara domestik, dampak perekonomian ini juga terjadi secara global. *International Monetary Fund* (IMF) memproyeksikan ekonomi global akan tumbuh 6 persen di 2021, dimana tahun sebelumnya, minus di angka 3 persen. Reaksi berantai yang diakibatkan virus ini memang sedemikian masif. Dalam upaya mempertahankan bisnis selama masa pandemi dan pascapandemi, perlu ada strategi yang diterapkan, juga mengoptimalkan semua faktor pendukung, termasuk teknologi digital.

Saat ini internet dan dunia digital telah banyak mendukung berbagai macam kebutuhan manusia dalam interaksi serta transaksi. *IGeneration* atau Generasi Internet yang dapat disebut juga Generasi Z inilah yang diprediksi bahwa di tangan mereka, masa depan sektor teknologi semakin cerah. Generasi Z telah mempengaruhi perputaran ekonomi dunia, sebesar 62 persen konsumen pembeli produk-produk elektronik, begitu yang disebutkan dalam Survei Nielsen. Penyebabnya adalah kehidupan mereka di era digitalisasi saat ini yang segala sesuatunya terkoneksi dengan internet. Mengutip Badan Pusat Statistik (BPS), berdasarkan sensus penduduk September 2020, jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2020 didominasi oleh Generasi Z. Jumlahnya hampir mencapai 75,49 juta jiwa atau 27,94 persen dari total penduduk Indonesia dengan 270,20 juta jiwa. Oleh karena itu, sebagai yang sadar teknologi dan informasi, akselerasi pendayagunaan teknologi harus Generasi Z tumbuhkan, sehingga akan merangsang inovasi berkelanjutan.

Di masa pandemi, pemberdayaan masyarakat menjadi salah satu tantangan untuk meningkatkan, serta mempertahankan taraf hidup. SDGs adalah kelanjutan dari cita-cita luhur MDGs yang berfokus pada penanggulangan kemiskinan dan kelaparan di dunia. Adanya kontribusi dari para *sociopreneur* menjadi salah satu faktor keberhasilan program SDGs. Terlebih *sociopreneur* muda, mereka memiliki peran sangat penting untuk mencapai SDGs karena secara kolektif mewakili generasi baru, pemimpin yang bersemangat dan berfokus pada perubahan dalam skala besar. Oleh karena itu, beberapa hal harus dipersiapkan para *sociopreneur* muda untuk lebih inovatif dalam mendukung program SDGs.

Menurut peneliti Pembangunan Sosial dan Kesejahteraan, Prof. James Herbert dari Arizona State University, hingga sekarang sudah banyak *sociopreneur* dunia yang telah berhasil berkontribusi bagi pencapaian SDGs. Sebagai contoh, terdapat Alive dan Kicking di Afrika, mereka adalah bisnis manufaktur yang memproduksi bola *handmade* berkualitas, yang mana keuntungan dari bisnis ini didonasikan ke sekolah-sekolah di penjuru Afrika untuk pengadaan perlengkapan olahraga. Bisnis ini juga telah berhasil memberdayakan 140 orang di Lusaka, Accra, dan Nairobi. Selain itu, di sekolah-sekolah, Alive dan Kicking juga menjalankan program edukasi kesehatan. Bisnis sosial ini

berhasil berkontribusi mendukung implementasi tujuan SDGs yang ketiga; *good health and wellbeing* yaitu kesehatan yang baik dan kesejahteraan. Dari sini diketahui, perkembangan pencapaian SDGs tidak bisa dipisahkan dari keberadaan bisnis sosial. Peran aktif, produktif dan inovatif seorang *sociopreneur* dapat hadir sebagai solusi signifikan dalam menjawab tantangan-tantangan untuk menuju cita-cita SDGs di tahun 2030.

Dengan membawa ide-ide bisnis yang timbul dari permasalahan masyarakat, kemudian menjadikan ide bisnis ini sebagai solusi dari sang *sociopreneur* kepada permasalahan yang ditemukan di sekitarnya, merupakan salah satu cara mendukung keberhasilan SDGs. Hal ini dikarenakan dalam membangun bisnis, diperhatikan unsur keberlanjutan dan *value* yang diberikan bagi sekitar. Solusi yang dihadirkan untuk permasalahan sosial akan memberi dampak positif kepada masyarakat. Hal ini yang akan diimplementasikan dari *social entrepreneurship* atau kewirausahaan sosial. Melihat suatu masalah sebagai peluang untuk mengembangkan bisnis baru yang bermanfaat. Selain itu, hasil yang ingin dicapai bukan hanya mengenai profit. Usaha yang *sociopreneur* lakukan merupakan investasi jangka panjang, dimana perjalanan usahanya diiringi dengan menebar benih-benih kontribusi kebaikan menuju pembangunan berkelanjutan.

Diperlukan kesadaran akan esensi SDGs dari semua pihak agar kontribusi krusial demi dunia yang lebih baik dapat tercipta. Dukungan pengaruh teknologi seharusnya dapat membantu pemberdayaan masyarakat untuk mencapai tujuan SDGs. Namun faktanya, di era digitalisasi sekarang, banyak masyarakat di luar sana yang belum optimal memanfaatkan teknologi yang telah tersedia, termasuk *gadget*. Masyarakat yang belum mampu untuk mengoptimalkan teknologi *gadget* adalah problematika sebenarnya. Hal ini bisa disebabkan belum mampu memiliki atau belum cakap penggunaan. Mirisnya lagi, tindakan para Generasi Z yang belum tepat dalam penggunaan *gadget*, seperti enggan menebar konten bermanfaat dan belum berani *show up*. Hal seperti ini akan menyebabkan para Generasi Z tertunda dalam hal kreatifitas dan kebermanfaatan potensinya. Akibatnya, yang Kemenkominfo targetkan sejak tahun 2017, bahwa konten internet bermuatan positif (*whitelist*) harus mendominasi di Indonesia, belum juga terlaksana.

Dengan *marketing strategies* yang tepat mengenai teknologi, hal ini bisa menjadi jembatan untuk turut memberikan solusi dari problem yang ada di masyarakat. Hal ini membantu pemerintah untuk memperluas tujuan sosial, budaya, dan lingkungan yang sering dikaitkan dengan pengentasan kemiskinan, seperti yang tercantum dalam 17 indikator SDGs. Kami ingin mengangkat permasalahan ini dengan menawarkan sebuah inovasi solusi yang mampu mengatasi permasalahan akan belum optimalnya penggunaan teknologi *gadget* pada masyarakat. Untuk itu, penulis mencoba ikut mengambil bagian dengan menciptakan peluang bisnis RK-GI (Rumah Kebaikan *Gadget* Indonesia) dengan inovasi Program Beli Juga Beri berbasis *sociopreneurship*.

RK-GI (baca: erkagi) atau Rumah Kebaikan *Gadget* Indonesia adalah digital bisnis yang memiliki program “Beli Juga Beri”, yaitu program inovatif pemberdayaan Generasi Z untuk dapat menyuarakan konten positif, dan juga membantu pengadaan *gadget* berdasarkan *sociopreneurship*. Singkatnya, program ini mengajak untuk membantu orang lain, baik itu dengan cara membelikan, memberikan, atau keduanya. Beli Juga Beri adalah suatu metode yang dapat dikatakan *provokatif*, karena dapat mempengaruhi

psikologis target untuk mencapai kebermanfaatan dengan pembelian ataupun pemberian konten kebaikan yang dilakukan.

Program RK-GI Beli Juga Beri ini bertujuan mempengaruhi masyarakat untuk mempergunakan *gadget* sebagai kebaikan. Hal yang menjadi fokus RK-GI adalah memberdayakan peran aktif Generasi Z supaya berani *show up* dan turut andil membagi konten bermanfaat, di samping bisnisnya menjual *gadget*. Dengan harga yang bersaing, sebagian besar keuntungannya dikumpulkan untuk membantu meringankan biaya *upgrade gadget* bagi guru-guru yang membutuhkan. Selain itu, konten dari Generasi Z yang berkontribusi, berupa tips, trik, atau tutorial baik dalam bentuk tulisan, video, ataupun kreativitas lainnya, akan bermanfaat untuk rujukan guru yang kelak mendapat bantuan khususnya, dan masyarakat pada umumnya. Mereka dapat langsung terhubung dengan karya tersebut, dan dapat teredukasi untuk memaksimalkan *gadget* di era digitalisasi seperti sekarang.

Program RK-GI Beli Juga Beri memiliki banyak manfaat. Selain memberikan pengetahuan terkait beberapa topik pemanfaatan *gadget*, program ini dapat menumbuhkan kesadaran, serta peran aktif dari Generasi Z, bahwa tidak ada kebaikan yang terlalu kecil atau terlalu besar. Hal ini dapat dijadikan solusi untuk mengatasi kesenjangan, yang disebabkan maraknya konten negatif di media sosial. Untuk balik membanjiri internet dengan konten edukatif adalah tugas kita bersama. Namun, saat ini masih banyak didapati Generasi Z yang belum percaya diri untuk mempublikasi kontennya, meskipun hobi membuatnya.

Disini, Tim RK-GI mengajak teman-teman agar perlahan belajar memunculkan tulisan, video, atau konten baik lainnya di media sosial. Bagi peserta yang ingin mengikuti program ini wajib mendaftarkan diri pada *link* penyaluran konten, mengisi beberapa kuisisioner, lalu mengirim kontennya. Untuk *editing* dan menyuarakan konten demi kebermanfaatan, akan dilakukan tim RK-GI Beli Juga Beri. Sebagai alternatif banyaknya bahan editan, pada program ini dapat pula dibuat pendaftaran magang editor dalam waktu singkat. Untuk mengapresiasi dapat diberikan sertifikat dan hadiah.

Program bisnis yang efektif adalah program yang tidak hanya memberikan keuntungan bagi pebisnis, tapi juga sosial, dapat diterima, serta dapat berjalan secara berkesinambungan. Oleh karena itu, diperlukan kerjasama dari berbagai pihak untuk menciptakan RK-GI Beli Juga Beri yang efektif. Jika dilihat dari segi bisnis, terdapat kemudahan dalam transaksi di RK-GI yang dalam pemenuhan kebutuhan pelanggan akan menggunakan peran *marketplace*, sehingga akan terjamin keamanan di kedua belah pihak. Untuk pengadaan barang, kita menjalin kerjasama dengan penyuplai terpercaya dan menggunakan sistem *dropship*. Hal ini dapat menjadi pilihan ketika suatu unit bisnis belum mampu atau terkendala dana dalam proses stok barang. Untuk Program Beli Juga Beri ke depannya, kami bertekad untuk selalu menyisihkan keuntungan untuk membantu mengatasi problematika sosial.

Planning saat ini, pada tiga bulan pertama, kami akan mempergunakan 80 persen laba bersih untuk membantu sektor pendidikan. Kami memilih mengalokasikan dananya untuk meringankan biaya *upgrade* perangkat pembelajaran *smartphone*, bagi guru tertentu yang memiliki kebutuhan sarana edukasi tersebut, namun belum mampu membelinya. Dengan spesifikasi alat yang mumpuni, para guru dapat menghasilkan

karya luar biasa sesuai bidangnya, sehingga dapat meningkatkan kualitas pembelajaran. Dalam hal ini, Program Beli Juga Beri berperan sebagai suatu kebaikan, dengan inti “*membeli berarti membantu memberi*”. Dengan membeli produk di RK-GI, berarti sudah membantu memberi alat pendidikan (baca *gadget*) bagi para pendidik untuk menyebarkan pengaruhnya dalam pendidikan lebih luas. Program ini seperti subsidi silang, disini pembeli membeli *gadget* dengan harga normal, namun di luar itu, telah menyubsidi orang lain.

Jika dilihat dari analisis manfaat, program Beli Juga Beri yang diterapkan pada inovasi bisnis Rumah Kebaikan *Gadget* Indonesia ini, potensial untuk dikembangkan pada skala sektor bisnis digital lainnya, tingkat UMKM, bahkan usaha besar. Oleh sebab itu, perlu dukungan pemerintah dalam hal pelatihan, pembiayaan, maupun pendampingan terkait implementasi program ini di lapangan. Sehingga dapat mencapai tujuan yang diharapkan, yaitu pemberdayaan Generasi Z. Untuk program ini dapat berjalan dengan efektif dan berkesinambungan, juga memerlukan dukungan dari pihak terkait lainnya seperti LSM dan swasta. Hal ini dikarenakan menyuarakan kebaikan adalah tugas kita semua. Seperti yang dikutip dari website Kemenko PMK, Muhadjir Effendy, Menteri Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan (Menko PMK), juga mengatakan hal selaras, bahwa kunci keberhasilan pembangunan Indonesia di era digital, salah satunya adalah dengan menciptakan konten positif yang dapat mempengaruhi perubahan perilaku masyarakat ke arah lebih baik.

Program Beli Juga Beri ini memiliki banyak manfaat, serta potensial untuk diimplementasikan, dalam rangka memperkuat eksistensi Generasi Z dalam mengoptimalkan penggunaan teknologi. Dari upaya ini, akan menimbulkan efek berganda (*multiplier effect*). Pertama, para guru yang dalam gerakan ini mendapat bantuan subsidi *gadget* akan mendapat alat untuk berkontribusi di sektor pendidikan. Kedua, untuk menjawab masalah bagaimana dengan yang masih kurang faham dengan penggunaan teknologi, kami memberi bahan edukasi dan tutorialnya pada sosmed RK-GI. Ketiga, karena bahan konten ini tidak hanya berasal dari tim RK-GI, tapi juga melibatkan kontribusi Generasi Z, maka akan membuat mereka pun ikut andil dalam tersuaranya konten kebaikan, membuat yang belum berani *show up* menjadi berani, dan membuat yang sudah bisa untuk terbiasa dalam membaginya. Dengan adanya inovasi bisnis berbasis *sociopreneurship* ini, diharapkan Generasi Z bisa lebih optimal dalam memanfaatkan teknologi informasi termasuk media sosial. Sehingga, kelak siap bersaing dengan peradaban dunia dalam menghadapi perubahan pola bisnis pascapandemi, yang selanjutnya, mampu melakukan kolaborasi antara dunia industri, akademisi, dan masyarakat untuk mengidentifikasi permintaan dan ketersediaan *skill* bagi era digital.

Referensi

- Badan Pusat Statistik Jakarta Pusat, 2020. Statistik Indonesia Tahun 2020. Jakarta Pusat: Badan Pusat Statistik
- Sahnaz. 2020. Peran *Sociopreneur* Dalam Mewujudkan SDGs. <https://binus.ac.id/malang/2020/09/peran-sociopreneur-dalam-mewujudkan-sdgs/>. 25 September 2020 (Pukul 10.10)
- Gusti. 2019. Wirausaha Sosial Berperan Mewujudkan Capaian SDGs. <https://www.ugm.ac.id/id/berita/18110-wirausaha-sosial-berperan-mewujudkan-capaian-sdgs>. 25 September 2020 (Pukul 10.30)

- Fitriyani, I., Sudiyarti, N., & Fietroh, M. N. (2020). Strategi Manajemen Bisnis Pasca Pandemi Covid-19. *Indonesian Journal of Social Sciences and Humanities*, 1(2), 87-95. Retrieved from <https://journal.publication-center.com/index.php/ijssh/article/view/106>
- IDFoS Indonesia. 2021. [Tantangan Dunia Usaha di Masa dan Pasca Pandemi](https://www.idfos.or.id/tantangan-dunia-usaha-di-masa-dan-pasca-pandemi/).
<https://www.idfos.or.id/tantangan-dunia-usaha-di-masa-dan-pasca-pandemi/>.
01 April 2021 (Pukul 15.59)
- KEMENKO PMK. 2020. Membangun Indonesia melalui Konten Positif Media Sosial.
<https://www.kemenkopmk.go.id/membangun-indonesia-melalui-konten-positif-media-sosial-1> . 25 Agustus 2021 (Pukul 14.03)

GO-SMES: SMART PLATFORM BERBASIS APLIKASI DIGITAL SEBAGAI UPAYA UNTUK MEMULIHKAN UMKM PASCAPANDEMI COVID-19

Rily Yunita

Latar Belakang

Ekonomi merupakan salah satu sektor yang mengalami dampak serius akibat pandemi Covid-19. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya kontraksi pertumbuhan ekonomi Indonesia sebesar 2,19 persen (yoy) pada triwulan IV 2020 terhadap triwulan IV 2019 (BPS, 2021). Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai kontributor terbesar untuk PDB, merupakan sektor yang paling terdampak pandemi Covid-19. Pernyataan tersebut diperkuat dengan data dari Kementerian Koperasi yang melaporkan bahwa sebanyak 163.713 UMKM, serta 1.785 koperasi, terdampak pandemi Covid-19 (Antara 2020, dalam Rosita 2020).

Permasalahan mendasar yang dialami oleh pelaku UMKM saat pandemi Covid-19, yaitu penurunan penjualan akibat *social distancing*, kekurangan modal, dan kesulitan mendapatkan bahan baku. Hal tersebut dibuktikan dengan data dari Menkop UKM, yang melaporkan bahwa 56 persen UMKM mengalami penurunan penjualan saat pandemi Covid-19, 22 persen mengalami permasalahan pada aspek pembiayaan, 15 persen mengalami permasalahan distribusi barang, dan 4 persen mengalami kesulitan mendapatkan bahan baku mentah (Erdawati & Desda, 2020).

Di era pandemi Covid-19, UMKM dituntut untuk bertransformasi ke arah digital, agar dapat *survive* dan membantu pemulihan ekonomi di era *new normal*. Menkop UKM, Teten Masduki, mengatakan bahwa UMKM dan koperasi yang terhubung ke ekosistem digital akan dapat bertahan di tengah pandemi Covid-19 (contan.co.id, 2021). Oleh karena itu, sebagai upaya untuk mendukung transformasi UMKM ke arah digital, maka hadir sebuah inovasi karya anak bangsa, yaitu aplikasi bernama Go-SMES. Go-SMES merupakan *smart platform* berbasis aplikasi digital yang dapat membantu pemulihan UMKM, serta ekonomi nasional di tengah pandemi Covid-19.

Gambaran Umum UMKM saat Pandemi Covid-19

Sektor UMKM mengalami dampak yang sangat serius akibat pandemi Covid-19 karena adanya penurunan daya beli masyarakat, sehingga berpengaruh terhadap penurunan penjualan. Rosita (2020) melaporkan bahwa sebanyak 39,9 persen UMKM mengurangi stok barang saat pandemi, dan 16,1 persen UMKM mengurangi karyawan. Permasalahan-permasalahan yang dihadapi UMKM saat pandemi dapat diatasi dengan menerapkan digitalisasi. Namun, menurut data dari Menkop UKM melaporkan bahwa hanya 19 persen UMKM yang sudah terhubung ke ekosistem digital, atau sekitar 12 juta dari 64 juta UMKM, dimana terjadi peningkatan 4 juta UMKM yang terhubung ke sistem digital pada tahun 2020 (Antara, 2021).

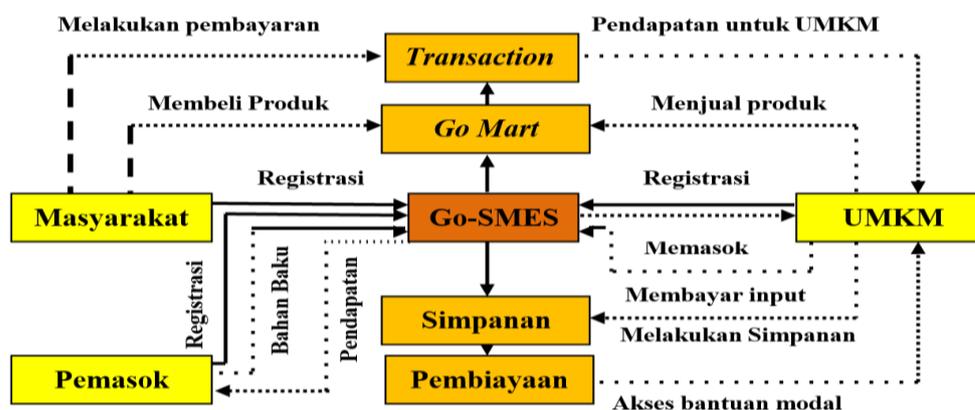
Upaya yang Telah Dilakukan

Sebagai upaya untuk memulihkan UMKM saat pandemi Covid-19, pemerintah terus memberikan dukungan melalui alokasi anggaran Program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) yang mencapai Rp 123,46 triliun pada tahun 2020, dan Rp 48,80 triliun pada tahun 2021 (Kominfo, 2020). Namun, upaya yang telah dilakukan oleh pemerintah belum sepenuhnya menyelesaikan permasalahan yang dialami oleh UMKM. Permasalahan distribusi barang, akses penjualan, dan akses perolehan bahan baku belum dapat diatasi, karena kebijakan dari pemerintah hanya berfokus pada stimulus pemberian modal usaha.

Aplikasi Go-SMES: *Smart Platform* Berbasis Aplikasi Digital

Aplikasi Go-SMES merupakan *smart platform* yang dapat dijadikan sarana pemasaran, sarana distribusi barang, memudahkan memasok bahan baku, sekaligus dapat menjadi sarana untuk memperoleh modal usaha, dan dilengkapi dengan pelatihan atau *training*. Aplikasi Go-SMES dapat diakses oleh pelaku UMKM dan pemasok bahan baku. Selain itu, Aplikasi Go-SMES juga dapat diakses oleh masyarakat umum sebagai pihak yang menjadi konsumen, sehingga akan meningkatkan penjualan UMKM. Hal ini sangat prospektif, karena di tengah pandemi Covid-19, masyarakat lebih *preference* terhadap pembelian secara *online* atau digital.

Untuk menggunakan aplikasi Go-SMES, pengguna hanya perlu registrasi pada menu *Sign Up*, lalu mengisi data diri, *username*, dan *password* untuk membuat akun. Setelah selesai registrasi, pengguna akan memperoleh *email* untuk memverifikasi akun. Pengguna yang sudah verifikasi akun, langsung dapat *login* dan menggunakan aplikasi Go-SMES. Adapun mekanisme kerja dari aplikasi Go-SMES, dijelaskan pada gambar 1 di bawah ini.



Gambar 1. Mekanisme Kerja Aplikasi Go-SMES

Sumber: Penulis

UMKM dapat menjual produknya pada fitur *Go Mart*, dan masyarakat sebagai konsumen dapat membeli produk pada fitur yang sama. Setelah itu, masyarakat melakukan pembayaran pada fitur *transaction*, dan pembayaran tersebut menjadi pendapatan untuk UMKM. Aplikasi Go-SMES dilengkapi dengan fitur simpanan dan pembiayaan. Sehingga, pelaku UMKM juga dapat melakukan simpanan, yang kemudian disalurkan kembali menjadi pembiayaan untuk UMKM yang kekurangan modal. UMKM juga dapat

memperoleh bahan baku melalui pemasok yang tergabung dengan Go-SMES. Oleh karena itu, aplikasi Go-SMES dapat menjadi solusi untuk mengatasi permasalahan-permasalahan yang dialami oleh pelaku UMKM. Selain itu, aplikasi ini juga dapat menjadi motor penggerak perekonomian Indonesia melalui pemulihan UMKM.

Pemulihan UMKM melalui aplikasi Go-SMES menjadi terobosan baru, karena memiliki efek pengganda terhadap perekonomian Indonesia. UMKM yang semakin berkembang, akan membantu peningkatan pertumbuhan ekonomi secara berkelanjutan. UMKM menjadi sektor yang sangat berpengaruh terhadap perluasan kesempatan kerja, sehingga dapat menyerap tenaga kerja, dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Meningkatnya pendapatan masyarakat akan meningkatkan konsumsi, dan akan berpengaruh terhadap peningkatan produksi oleh UMKM. Dampak aplikasi Go-SMES terhadap UMKM dan perekonomian Indonesia digambarkan pada gambar 2 di bawah ini.



Gambar 2. Dampak Aplikasi Go-SMES

Sumber : Penulis

Aplikasi Go-SMES memiliki beberapa fitur pendukung yaitu sebagai berikut:

1. *Home*
Fitur ini berisi halaman utama atau bagian depan dari aplikasi Go-SMES.
2. *Search*
Fitur yang memudahkan pengguna untuk mencari produk yang lebih spesifik.
3. *Profile*
Fitur ini berisi informasi umum pengguna aplikasi Go-SMES.
4. *Transaction*
Fitur *transaction* digunakan untuk melakukan transaksi jual beli.
5. *Pembiayaan*
Pembiayaan merupakan fitur yang dapat memudahkan UMKM untuk memperoleh akses bantuan kredit modal.
6. *Simpanan*
Simpanan merupakan fitur yang digunakan untuk membayar simpanan oleh pelaku UMKM.
7. *Go Mart*
Fitur ini memudahkan pengguna Go-SMES untuk membeli produk.
8. *Digital Academy*
Fitur ini berisi materi berupa video dan modul kewirausahaan.
9. *Chat*

Chat merupakan fitur yang dapat memudahkan pengguna Go-SMES untuk berkomunikasi.

Alur Pengimplementasian Gagasan

Pengimplementasian aplikasi Go-SMES terdiri dari lima tahapan yaitu:

1. Tahap Persiapan
Tahap persiapan merupakan tahap untuk mengumpulkan informasi, melakukan observasi, dan kerjasama dengan pihak-pihak terkait.
2. Tahap Perancangan
Pada tahap ini, aplikasi Go-SMES dirancang dan direalisasikan oleh pihak-pihak terkait. Aplikasi ini dirancang dengan berbagai fitur-fitur unggulan.
3. Tahap Uji Coba
Uji coba bertujuan untuk memastikan bahwa aplikasi Go-SMES dapat bekerja sesuai dengan yang diharapkan.
4. Tahap Sosialisasi
Sosialisasi dilakukan melalui media sosial dan sosialisasi langsung, untuk memperkenalkan aplikasi Go-SMES kepada pelaku UMKM dan masyarakat.
5. Tahap Monitoring dan Evaluasi
Tahap monitoring dan evaluasi bertujuan untuk meninjau kembali kendala yang terjadi saat mengoperasikan aplikasi Go-SMES.

Pihak yang Terlibat dalam Pengimplementasian Gagasan

Untuk mengimplementasikan aplikasi Go-SMES, dibutuhkan kerjasama secara sinergis dari berbagai pihak, yang dijelaskan sebagai berikut.

1. Pemerintah Pusat
Memberikan regulasi dan legalitas untuk aplikasi Go-SMES.
2. Kementerian Koperasi dan UKM
Memonitoring dan evaluasi terhadap penerapan aplikasi Go-SMES.
3. *Infrastructure Engineering*
Merealisasikan aplikasi Go-SMES dan melakukan evaluasi.
4. Pihak Perbankan
Menjadi mitra yang mempermudah transaksi digital.
5. Pihak Perguruan Tinggi
Membuat modul dan video pelatihan mengenai kewirausahaan.
6. Media
Membantu untuk menyebarluaskan dan mempromosikan aplikasi Go-SMES.
7. Masyarakat Umum
Sebagai pengguna aktif dan menyebarluaskan aplikasi Go-SMES.

PENUTUP

Permasalahan mendasar yang dialami UMKM saat pandemi Covid-19 yaitu penurunan penjualan, kekurangan modal, dan kesulitan mendapatkan bahan baku. Aplikasi Go-SMES dapat menjadi solusi untuk mengatasi permasalahan yang dialami oleh UMKM, karena aplikasi ini merupakan *smart platform* berbasis aplikasi digital yang dapat dijadikan sebagai sarana pemasaran, sarana distribusi barang, memudahkan memasok bahan baku, memudahkan untuk memperoleh bantuan modal, sekaligus dilengkapi

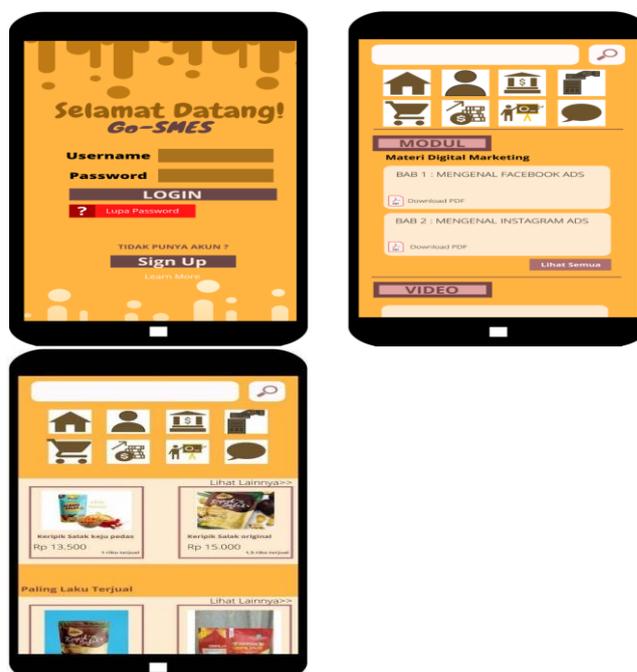
dengan pelatihan yang akan meningkatkan *skill* kewirausahaan untuk pelaku UMKM. Sehingga, aplikasi Go-SMES dapat membantu pemulihan UMKM, serta ekonomi nasional di tengah pandemi Covid-19.

Referensi

- Antara. (19 April 2021). Menkop: 4 Juta UMKM Sudah Masuk Ekosistem Digital Sebagai Langkah Adaptasi. Diakses pada 8 Agustus 2021 dari <https://m.antaraneews.com./amp/berita/2109234/menkop-4-juta-umkm-masuk-ekosistem-digital-sebagai-langkah-adaptasi>.
- BPS. (2021). Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan IV 2020. No.13/12/Th.XXIV 5 Februari 2021. Jakarta: Badan Pusat Statistik. Diakses pada 8 Agustus 2021 dari www.bps.go.id.
- Erdawati dan Desda, M.M. (2021). Pandemi Covid-19 Dampaknya Terhadap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Pasaman Barat. *Jurnal Ilmu Manajemen Retail*. 2 (1): 31 – 37. Diakses pada 7 Agustus 2021 dari <https://www.jurnal.ummi.ac.id/index.php/jimat/article/download/1173/685>
- Kominfo. (2020). Kebijakan Pemerintah Dukung UMKM Untuk Menggerakkan Ekonomi. Diakses pada 13 Juli 2021 dari <https://www.kominfo.go.id>.
- Rosita, R. (2020). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis*. 9 (2): 109 – 120. Diakses pada 6 Agustus 2021 dari <https://plj.ac.id/ojs/index.php/jrlab/article/view/380>.
- Waseso, R. (1 Februari 2021). Menkop UKM: Koperasi Mahasiswa Bisa Menjadi Laboratorium Perkoperasian. Diakses pada 8 Agustus 2021 dari <https://amp.kontan.co.id>

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1. Aplikasi Go-SMES



Lampiran 2. Matriks SWOT

<p style="text-align: center;">FAKTOR INTERNAL</p> <p style="text-align: center;">FAKTOR EKSTERNAL</p>	<p>Strength (S)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Inovasi pemanfaatan teknologi digital untuk mengatasi permasalahan UMKM. b. Memiliki fitur-fitur unggulan yang mudah dimanfaatkan. 	<p>Weakness (W)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Membutuhkan IT dengan anggaran biaya yang tinggi. b. Membutuhkan waktu yang relatif lama untuk mempersiapkan sarana dan prasarana yang dibutuhkan.
<p>Opportunities (O)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Sektor UMKM memiliki peluang yang besar untuk meningkatkan kinerja perekonomian Indonesia. b. Menjadi <i>smart platform</i> pertama di Indonesia yang dapat mengatasi berbagai permasalahan UMKM. 	<p>Strategi SO</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Mengoptimalkan penggunaan teknologi digital untuk memaksimalkan pengembangan UMKM, sehingga akan mengatasi permasalahan-permasalahan yang dihadapi. 	<p>Strategi WO</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Menggandeng pihak swasta sebagai investor untuk mengembangkan aplikasi Go-SMES.
<p>Threats (T)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Adanya gagasan serupa yang menjadi <i>competitor</i>. 	<p>Srategi ST</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Aplikasi Go-SMES menawarkan fitur yang lebih lengkap dan efisien, karena dapat dilakukan dimana saja. 	<p>Strategi WT</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Menyempurnakan sistem IT, sehingga akan tercipta <i>platform</i> yang lebih unggul.

Profil Penulis



BASRI WIJAYA PAKPAHAN. Penulis merupakan seorang mahasiswa S1 di Universitas Lampung, dengan Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis. Penulis kelahiran Batunajagar, 29 Desember 1999 ini sekarang mengambil pilihan studi di bidang SDM dan Organisasi. Saat ini, penulis fokus pada praktis minat studi lewat aktivitas perkuliahan, hingga terlibat di kegiatan organisasi, baik secara *volunter* maupun *intership*.



YOHANES APIK LUMBAN BATU merupakan mahasiswa Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, FISIP, Universitas Lampung. Laki-laki kelahiran Bandung, 23 Maret 2000. Sedang menempuh pendidikan S1-nya di Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, FISIP, Universitas Lampung. Saat ini penulis fokus menyelesaikan pendidikan dan sambil bekerja membuka usaha sendiri.



TRIZKA KINANTI DEWI merupakan mahasiswi S1 Ilmu Administrasi Bisnis, FISIP, Universitas Lampung. Wanita kelahiran Palembang, 10 Juli 2000. Penulis pernah bersekolah di Sekolah Menengah Kejuruan Karya Guna 2 Bekasi, jurusan Administrasi Perkantoran. Saat ini penulis sedang fokus dalam menyelesaikan studi untuk gelar S1-nya di Universitas Lampung.



SITI MAILANI. Perempuan kelahiran Bandar Lampung, 2 Mei 1999 merupakan seorang mahasiswi yang sedang menempuh studi Strata-1 pada Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, FISIP, UNILA. Saat ini penulis menuju semester akhir perkuliahan, dan akan segera menyelesaikan masa studinya.



WINDA HASDITA ZA merupakan mahasiswa pada Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, FISIP, Universitas Lampung. Wanita kelahiran Pulung Kencana, 3 Mei 2000 ini pernah tergabung dalam Unit Kegiatan Mahasiswa, yaitu BEM U KBM Unila, Himpunan Mahasiswa Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Lampung, serta Forum Studi Pengembangan Islam, FISIP, Universitas Lampung. Saat ini penulis fokus untuk menyelesaikan studi dan menjalankan beberapa kegiatan Unit Kegiatan Mahasiswa di Universitas Lampung.



INTAN HERLINAWATI. Seorang gadis yang berusia 20 tahun. Sekarang sedang menempuh pendidikan di perguruan tinggi Universitas Lampung, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis. Tahun ini merupakan tahun ke-3 Intan di perkuliahan, dan akan segera menyusun skripsi. Intan sangat tertarik dalam dunia bisnis, bahkan sejak ia masih sekolah dasar. Sekarang ia juga menekuni bisnis *Thrift Shop* di *marketplace Shopee*, dengan nama toko *Diamond Pearl Collection*.



SAYYIDATUL 'IZZA. Lahir di Palembang pada 01 Mei 2000. Penulis merupakan mahasiswa Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis angkatan 2018, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Lampung. Saat ini penulis sedang menempuh bangku perkuliahan semester 6, dan mengambil konsentrasi SDM. Alamat rumah penulis Jl. Ratu dibalau, Perum Griya Tanjung Asri Blok. C 16, Tanjung Senang, Bandar Lampung. No telepon penulis: 08137792547, dan email: sydtl.izza15@gmail.com.

Penulis aktif dalam organisasi di perkuliahan, pernah menjadi anggota Kopma Unila 2018-2020, menjadi anggota bidang DIKA (Data Informasi dan Konsultasi Akademik) Himpunan Mahasiswa Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis 2018-2019, menjabat sebagai Sekretaris Bidang Kreativitas dan Teknis Himpunan Mahasiswa Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis periode 2020. Membaca buku, Menonton dan *travelling* merupakan hobi dari penulis.



DESTRI GRISELDA SARAGIH merupakan mahasiswi pada Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, FISIP, Universitas Lampung. Kelahiran Bandar Lampung, 10 Desember 1999. Penulis merupakan anak terakhir dari tiga bersaudara yang memiliki hobi bermain musik dan mendengarkan musik. Pendidikan terakhir SMA di SMAN 5 Bandar Lampung. Saat ini penulis masih berfokus pada kuliah S-1 nya.



NICOLE MITCHELL SANTOSO merupakan mahasiswa pada Jurusan Finance & Banking, Fakultas Bisnis dan Ekonomi, Universitas Prasetiya Mulya. Wanita kelahiran Jakarta, 9 Agustus 2002 ini pernah menjadi *runner-up* pada lomba esai bertema ekonomi Ideafest IPB 2020, dan menjadi finalis lomba *marketing plan competition* Universitas Andalas 2021. Saat ini, penulis fokus untuk melanjutkan studinya dan menjalankan beberapa kepanitiaan di Universitas Prasetiya Mulya.



RAHMAT AZI MAULANA merupakan mahasiswa jurusan Teknologi Infrastruktur dan Kewilayahan, Program Studi Teknik Perkeretaapian, Institut Teknologi Sumatera. Remaja kelahiran 05 Juni 2002 ini gemar sekali mengeksplorasi bermacam hal mulai dari fotografi hingga bersepeda. Untuk masalah prestasi, ia aktif dalam prestasi akademik dengan selalu mendapat juara 10 besar sejak SMP, dan untuk prestasi non akademik, ia pernah menjuarai Lomba Penulisan Artikel Karya Tulis ilmiah dalam rangka Dies Natalis Ke-7 Politeknik Perkeretaapian Indonesia Madiun dan *National Essay Writing Competition 2021* dalam rangka Jaya ArsHimfakia D3 Stikes Cendekia Utama.



ANGGUN PRATIWI. Mahasiswi yang sedang menempuh pendidikan semester 5 s1 Ilmu Administrasi Bisnis, FISIP, Universitas Lampung. Lahir di Kota Metro, pada 25 April 2001. Mempunyai hobi membaca. Saat ini sedang menjalankan studi independen kampus merdeka pada *program Digital Talent Scholarship* Kominfo. Aktif dalam berbagai kegiatan organisasi pergerakan mahasiswa dan perempuan, baik di dalam maupun di luar kampus.



FRANSISKUS ADI SANTOSO merupakan seorang mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranta Semarang. Yang mengambil jurusan S1 Akuntansi, penulis kelahiran Gisting, 4 Oktober 1998. Sebelum Masuk S1 Akuntansi penulis mengambil kuliah D3-Perpajakan di Universitas Katolik Soegijapranta, penulis pernah menjadi Staff Penelitian dan Pengembangan pada organisasi Himpunan Mahasiswa Program Studi Perpajakan. Sekarang penulis sedang fokus untuk menyelesaikan kuliah S1 Akuntansi dan tengah bekerja di Kantor Konsultan Perpajakan sebagai Staff Perpajakan.



SAEPUDIN. Penulis merupakan seorang mahasiswa S1 di Universitas Lampung, dengan jurusan Ekonomi Pembangunan. Penulis lahir di Karanganyar, 08 Agustus 1999 dengan mengambil konsentrasi di Kebijakan Publik dan Fiskal. Saat ini penulis sedang berkuliah di semester 7 dan sedang menyusun tugas akhir (Skripsi).



FATWAH INNA AULISAINA. Penulis merupakan mahasiswi di Universitas Negeri Malang, Jurusan Manajemen, angkatan 2019. Penulis memiliki ketertarikan di bidang riset, kepenulisan dan bisnis. Saat ini penulis selain fokus pada akademik, juga tengah mengembangkan sebuah bisnis di bidang startup Pendidikan mentoring mahasiswa.



MUHAMAD ARIF RAHMAN HAKIM. Ia merupakan mahasiswa S1 Manajemen di Universitas Negeri Malang. Saat ini penulis mengambil konsentrasi pemasaran. Kesibukan penulis selain kuliah adalah sedang berlatih bisnis makanan dan juga di bidang startup Pendidikan.



NURHIDAYAT merupakan mahasiswa S1 di Universitas Diponegoro dengan program studi Teknik Kimia. Pria kelahiran Indramayu, 26 November 2001 ini aktif berorganisasi di Himpunan Mahasiswa Teknik Kimia dan tergabung dengan *Chemical Engineering Science, Technology and Research*. Saat ini, penulis fokus untuk menyelesaikan studi dan menjalankan beberapa kegiatan organisasi mahasiswa di Universitas Diponegoro.



GITA PUTRI PRASTIWI merupakan mahasiswa S1 di Universitas Diponegoro dengan program studi Teknik Kimia. Wanita kelahiran Semarang, 13 Juli 2002 ini aktif berorganisasi di Himpunan Mahasiswa Teknik Kimia dan tergabung dengan *Chemical Engineering Science, Technology and Research*, serta Lembaga Pers Mahasiswa Kinetika Teknik Kimia Universitas Diponegoro. Saat ini, penulis fokus untuk menyelesaikan studi dan menjalankan beberapa kegiatan organisasi mahasiswa di Universitas Diponegoro.



SEPTIAN ADI PUTRA merupakan seorang mahasiswa S1 Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Lampung. Penulis berasal dari Kabupaten Lampung Tengah, penulis saat ini sedang menyelesaikan tugas akhir skripsi. Semasa kuliah, penulis aktif dalam kegiatan internal dan eksternal kampus. Penulis di Internal kampus aktif di Kopma Unila, serta menjadi pengurus DPM, serta di eksternal Kampus aktif di PMII Komisariat Unila.



RISA AULIA merupakan mahasiswa pada Jurusan Akuntansi, FEB, Universitas Lampung. Saat ini, wanita kelahiran Bandar Lampung, 15 Januari 2001 ini fokus pada perkuliahan dan kegiatan organisasi, baik secara volunteer maupun intership dan penulis aktif mengikuti unit kegiatan mahasiswa, yaitu Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung dan berada di bidang pengembangan sumber daya anggota.



ANDREAS KEVIN SANTOSO merupakan mahasiswa pada Jurusan Teknik Kimia, Fakultas Teknik, Universitas Diponegoro. Beliau lahir di Pati, pada 23 November 2002. Saat ini, penulis fokus untuk melanjutkan studinya dan menjalankan beberapa kepanitiaan di Universitas Diponegoro serta mengikuti beberapa perlombaan.



DEVI NOVITA SARI merupakan seorang mahasiswa S1- Statistika di Institut Teknologi Sepuluh Nopember. Wanita kelahiran Surabaya, 3 Desember 2001 ini memiliki ketertarikan pada ilmu komputasi, desain grafis, dan pengembangan inovasi produk. Penulis juga memiliki pengalaman menjadi mentor bimbingan belajar siswa TK hingga SMP selama 3 tahun. Dalam mengembangkan kemampuan menulis serta berpikir kritis dan kreatif, penulis aktif dalam mengikuti kompetisi ide bisnis, esai, dan sejenisnya.



ATIKA NUR ROYYANAH merupakan seorang mahasiswa S1 di Institut Teknologi Sepuluh Nopember dengan Departemen Statistika. Penulis kelahiran Pamekasan, 21 Desember 2001 ini sekarang berfokus pada studi perkuliahan dan mencari pengalaman dengan mengikuti beberapa kepanitiaan dan organisasi.



MUHAMMAD ZULVA ZETA ZAIDAN merupakan mahasiswa Jurusan Ekonomi syariah di IAI Tazkia. Remaja kelahiran 11 Juli 2002 ini gemar sekali mengeksplorasi bermacam hal. Mulai dari design grafis, konten editor, dan sekarang sedang merambah ke dunia esai. Penulis juga memiliki berprestasi di bidang non akademik, khususnya di bidang keagamaan. Saat ini penulis sedang fokus megacity kegiatan kuliah dan Unit Kegiatan Mahasiswa di kampus nya. Dia memiliki cita cita untuk bisa menyebar luaskan Ekonomi syariah ke seluruh dunia.



CARINA MELINYA merupakan mahasiswi jurusan Ekonomi Syariah, FEBI, UIN Raden Intan Lampung. Wanita kelahiran Bandar Lampung, 28 Juni 2000 ini pernah bergabung menjadi anggota divisi Pengabdian HMPSES 2021, Kadiv KOMINFO BC BAZNAS kota Bandarlampung (penerima Beasiswa Baznas kota Bandarlampung Angkatan I), Kader LDK UKM-BAPINDA, dan menjadi Bendahara Umum LDF-Ikrimah FEBI 2020-2021. Saat ini penulis fokus untuk menyelesaikan studi dan menjalankan beberapa kegiatan internal dan eksternal kampus.



MUNA FARAH AZZAHRA merupakan mahasiswi jurusan Manajemen Bisnis Syariah, FEBI, UIN Raden Intan Lampung. Wanita kelahiran Lampung Tengah, 15 Mei 2001 ini pernah bergabung menjadi Sekertaris Jendral CSC Raden Intan 2020, Kadep E-KRE CSC Raden Intan 2021, Kader LDK UKM-BAPINDA, dan Kader KAMMI. Saat ini penulis fokus untuk menyelesaikan studi, menjalankan beberapa kegiatan bisnis dan amanat organisasi.



RILY YUNITA adalah mahasiswi jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung. Wanita kelahiran Utama Jaya, 23 Juli 2000 ini pernah tergabung dalam Unit Kegiatan Mahasiswa Penelitian Universitas Lampung dan Unit Kegiatan Mahasiswa Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung. Saat ini penulis fokus untuk menyelesaikan studi dan menjalankan kegiatan organisasi.

Covid-19: Peluang dan Tantangan Dalam Perspektif Bisnis

(Sebuah Catatan dari Generasi Z)

Covid-19 bukan hanya sekedar masalah kesehatan. Namun lebih jauh lagi, Covid-19 meluas menjadi masalah sistemik, yang menjalar dalam lingkup sosial budaya, ekonomi, politik, pertahanan dan keamanan negara. Meluasnya dampak covid-19 menggelitik banyak pihak untuk turut berkisah. Tidak hanya melalui labirin jendela di rumah-rumah, sekolah, pasar, atau kantor, yang tiba-tiba menjadi ruang sunyi. Banyak yang kemudian ingin mengabadikan kisah panjang itu dalam karya tulisan, agar terkenang dalam sejarah. Begitu pun pada anak-anak muda yang mewakili generasi Z dalam buku ini. Terhimpun beberapa pandangan, baik berupa deskripsi faktual, maupun kritik, khususnya tantangan dalam pengelolaan SDM dan UMKM di masa pandemi Covid-19, serta gagasan inovatif dalam perspektif bisnis. Semoga buku sederhana ini dapat mewakili komunitas Gen Z dalam menyelami 'makna' dan hikmah dari kejadian Covid-19. Tidak hanya sekedar catatan, tetapi juga harapan, agar pandemi ini segera berlalu.