



# NEW NORMAL ERA

DALAM BERBAGAI ASPEK KEHIDUPAN



Rosanita Tritias Utami - Sitti Fithriani Saleh  
Hastin Umi Anisah - Nisfatul Izzah - Shulbi Muthi Sabila Salayan Putri  
Sawitania Christiany Dwi Utami Situmorang - Widyastuti Andriyani  
A. Nur Aisyah Rusnali - Anastasia Diana Megawati Tumimomor  
Rambu Luba Kata Respati Nugrohowardhani - Galih Wicaksono

# ***NEW NORMAL ERA*** DALAM BERBAGAI ASPEK KEHIDUPAN

Rosanita Tritias Utami

Sitti Fithriani Saleh

Hastin Umi Anisah

Nisfatul Izzah

Shulbi Muthi Sabila Salayan Putri

Sawitania Christiany Dwi Utami Situmorang

Widyastuti Andriyani

A. Nur Aisyah Rusnali

Anastasia Diana Megawati Tumimomor

Rambu Luba Kata Respati Nugrohowardhani

Galih Wicaksono

# **NEW NORMAL ERA DALAM BERBAGAI ASPEK KEHIDUPAN** [sumber elektronik]

## **Penulis**

Rosanita Tritias Utami  
Sitti Fithriani Saleh  
Hastin Umi Anisah  
Nisfatul Izzah  
Shulbi Muthi Sabila Salayan Putri  
Sawitania Christiany Dwi Utami Situmorang  
Widyastuti Andriyani  
A. Nur Aisyah Rusnali  
Anastasia Diana Megawati Tumimomor  
Rambu Luba Kata Respati Nugrohowardhani  
Galih Wicaksono

## **Editor**

Dr. Dian Utami Sutiksno, S.E., M.Si.  
Dr. Ratnadewi, S.T., M.T.  
Ismi Aziz

## **Tata Letak**

Lathifa Aziziy

## **Desain Sampul**

Rio

15.5 x 23 cm, viii + 177 hlm.  
Cetakan I, Januari 2021

**ISBN digital:** 978-623-6995-19-8

Diterbitkan oleh:

## **ZAHIR PUBLISHING**

Kadisoka RT. 05 RW. 02, Purwomartani,  
Kalasan, Sleman, Yogyakarta 55571  
e-mail : zahirpublishing@gmail.com

Anggota IKAPI D.I. Yogyakarta

No. 132/DIY/2020

bekerja sama dengan



## **Hak cipta dilindungi oleh undang-undang.**

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

# KATA PENGANTAR

Akhirnya buku dengan judul “New Normal Era Dalam Berbagai Aspek Kehidupan” dapat terselesaikan dengan baik. Syukur alhamdulillah kami haturkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat-Nya. Semoga kehadiran buku ini dapat menambah khazanah buku bacaan mengenai *New Normal Era*.

Buku dengan gaya tulisan bertutur ini ditulis oleh sebelas penulis mengenai beragam perspektif keilmuan dalam memandang *New Normal Era*. Isu mengenai *New Normal Era* saat ini menjadi hangat dibicarakan, bukan hanya karena kita saat ini sedang ada di masa pandemi, namun karena isu *New Normal Era* merupakan hal yang selalu penting untuk dibahas.

Buku ini tersusun dalam beberapa bagian, sebagai berikut :

Bab 1 : Kenormalan Baru dalam Situasi Pandemi

Bab 2 : *New Normal* Dunia Pendidikan

Bab 3 : *New Normal* Dunia Usaha (Usaha Mikro Kecil Menengah/UMKM)

Bab 4 : Arah Konsumsi Rumah Tangga di Era *New Normal* : Pendekatan Teori Keynesian

Bab 5 : *Public Relations* Dalam Menyambut “The New Normal”

Bab 6 : Manajemen Agribisnis di Era *New Normal*

Bab 7 : *New Normal Era FinTech Lending*

Bab 8 : Media Sosial dan Kesehatan Mental di Era *New Normal*

Bab 9 : *New Normal* : Peluang Bagi Bisnis Sosial

Bab 10 : Era Normal Baru dan Ekonomi Desa : Ancaman atau Peluang?

Bab 11 : Pengabdian Kepada Masyarakat di Era *New Normal*

Buku ini tentunya masih jauh dari kata sempurna. Namun penulis berharap kehadirannya mampu memberikan sumbangsih bacaan mengenai kebencanaan. Akhirnya, terima kasih penulis sampaikan kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu penyusunan buku ini. Semoga akan ada manfaat yang mengikuti hadirnya buku ini.

Bandung, Desember 2020

Penulis

# DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI.....	v
BAB 1	
KENORMALAN BARU DALAM SITUASI PANDEMI.....	1
A. Pendahuluan .....	1
B. Definisi <i>New Normal</i> di Indonesia .....	2
C. <i>Social Distancing</i> dan <i>Physical Distancing</i> .....	3
D. Tren <i>New Normal</i> di Berbagai Bidang Kehidupan .....	6
E. Siapkah Indonesia Menerapkan Kenormalan Baru? .....	9
BAB 2	
NEW NORMAL DUNIA PENDIDIKAN .....	16
A. Pendahuluan .....	16
B. Pendidikan dalam Keluarga .....	17
C. Pendidikan Formal .....	19
D. Pendidikan di Luar Sekolah .....	22
E. Terus Belajar dan Bertumbuh .....	23
BAB 3	
NEW NORMAL DUNIA USAHA (USAHA MIKRO KECIL MENENGAH/ UMKM) .....	29
A. Pendahuluan .....	29
B. <i>New Normal</i> .....	30
C. UMKM di Era <i>New Normal</i> .....	31
D. Strategi UMKM di Masa <i>New Normal</i> .....	32
E. Kesimpulan .....	40
BAB 4	
ARAH KONSUMSI RUMAH TANGGA DI ERA NEW NORMAL: PENDEKATAN TEORI KEYNESIAN .....	42
A. Pendahuluan .....	42

B.	Pergerakan Indeks Konsumsi Rumah Tangga dan Paham Keynesian .....	44
C.	Arah Daya Beli Rumah Tangga di Era <i>New Normal</i> .....	48
BAB 5		
PUBLIC RELATIONS DALAM MENYAMBUT “THE NEW NORMAL”		62
A.	Pendahuluan .....	62
B.	Industri PR dalam New Normal.....	65
C.	Manajemen Krisis di Tengah Pandemi.....	70
BAB 6		
MANAJEMEN AGRIBISNIS DI ERA NEW NORMAL .....		74
A.	Pendahuluan .....	74
B.	<i>New Normal</i> Tak Berarti Semua Kembali Berjalan Seperti Sediakala. Namun, <i>New Normal</i> Memberi Secercah Harapan Bagi Sektor Pertanian Indonesia Pasca-PSBB.....	80
C.	Di Era <i>New Normal</i> , Terjadi Perubahan Nilai Manajemen Agribisnis dari yang Semula Berbasis Tenaga Kerja Menuju <i>Leadership Brain Mechanism</i> . Pemberian Nilai Tambah ( <i>Value Added</i> ) Menjadi Sebuah Keharusan, Bukan Pilihan ...	81
D.	Produk-Produk yang Sehat dan Mampu Memperkuat Imun yang Akan Menjadi Primadona di Era New Normal Bisa Dijadikan Alternatif Komoditas Pilihan Bagi Petani Agrokompleks Indonesia.....	82
E.	Menerapkan Prinsip <i>Good Agricultural Practices</i> dan <i>Integrated Pest Management</i> Guna Mengurangi Risiko Kerugian Akibat Ketergantungan Pada Penggunaan Bahan Baku Usaha Pertanian Agrokompleks dari Luar .....	84
BAB 7		
NEW NORMAL ERA FINTECH LENDING .....		89
A.	Pendahuluan .....	89
B.	<i>FinTech Lending</i> Solusi Keuangan Modern .....	91
C.	Globalisasi <i>FinTech Lending</i> .....	95
D.	Kecerdasan Buatan pada <i>FinTech Lending</i> dan Reaksi Perbankan .....	96
E.	<i>2020 New Normal Era FinTech Lending</i> .....	99

BAB 8	
MEDIA SOSIAL DAN KESEHATAN MENTAL DI ERA NEW NORMAL .....	
	110
A. Pendahuluan .....	110
B. Media Sosial.....	110
C. Kesehatan Mental .....	114
D. Media Sosial dan Kesehatan Mental di Era <i>New Normal</i> .....	116
BAB 9	
NEW NORMAL : PELUANG BAGI BISNIS SOSIAL.....	
	127
A. Pendahuluan .....	127
B. Apa Itu Bisnis Sosial ?.....	127
C. Bisnis Sosial di Indonesia .....	134
D. Peran Bisnis Sosial Dalam Mengatasi Masalah Sosial .....	136
E. Peluang Bisnis Sosial dalam <i>New Normal</i> .....	141
BAB 10	
ERA NORMAL BARU DAN EKONOMI DESA: ANCAMAN ATAU PELUANG? .....	
	145
A. Pendahuluan .....	145
B. Normal Baru dalam Perekonomian.....	147
C. Normal Baru dan Pandemi Covid-19.....	149
D. Dampak Pandemi Covid-19 di Desa.....	151
E. Ekonomi Desa Menuju Normal Baru .....	153
F. Penutup .....	157
BAB 11	
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT DI ERA NEW NORMAL....	
	161
A. Pendahuluan .....	161
B. Pengabdian Kepada Masyarakat.....	162
C. Tantangan Pengabdian Kepada Masyarakat Akibat Dampak Covid-19.....	164
D. Aktivitas Dosen pada Era <i>New Normal</i> .....	165
E. Pengabdian Masyarakat pada Era <i>New Normal</i> .....	166
BIODATA PENULIS .....	172



# BAB 1

## KENORMALAN BARU DALAM SITUASI PANDEMI

**Rosanita Tritias Utami**

Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung  
ochaprabowo@gmail.com

### A. Pendahuluan

Di penghujung 2019 lalu, tepatnya di Kota Wuhan Provinsi Hubei, China, mulai muncul adanya *pneumonia* yang belum diketahui penyebabnya. Per tanggal 3 Januari 2020 terdeteksi adanya 44 pasien dengan kasus sesak napas dengan rincian 11 orang pasien mengalami sesak napas parah, sementara 33 orang pasien lainnya berada dalam kondisi yang stabil (WHO, 2020a).

Virus ini kemudian ditetapkan sebagai virus dengan nama *corona virus disease* atau Covid-19 pada tanggal 11 Februari 2020 oleh World Health Organization (WHO) yang merupakan badan dunia yang fokus menangani kesehatan (Rothan and Byrareddy, 2020).

Pemerintah melalui menteri kesehatan (dipublikasikan oleh Humas Kementrian Kesehatan, 2020) pun mengeluarkan peraturan tentang pedoman pembatasan sosial berskala besar (PSBB) dalam rangka percepatan penanganan *corona virus disease* 2019 atau Covid-19. Peraturan ini dikeluarkan dengan menimbang terjadinya peningkatan dan perluasan jumlah kasus dan atau jumlah kematian akibat Covid-19. Terlebih lagi, saat ini penyebaran virus dari manusia ke manusia menjadi sumber transmisi utama (Susilo *et al.*, 2020).

Covid-19 menyebabkan terjadinya banyak perubahan di berbagai lini kehidupan. Kehidupan manusia yang sebelumnya terasa lebih bebas, kini harus mengalami pembatasan, terlebih secara fisik. Apakah hal ini dapat dikatakan sebagai kehidupan yang normal? Jawabannya bisa ya dan bisa tidak.

Kehidupan dengan berbagai pembatasan bisa dikatakan tidak normal jika hal ini terjadi sebelum meruaknya Covid-19 dalam kehidupan kita, dan sebaliknya bisa dikatakan normal dalam era baru jika hal ini terjadi setelah meruaknya Covid-19 dalam kehidupan kita.

## **B. Definisi *New Normal* di Indonesia**

Akhir-akhir ini seringkali kita dapat istilah *new normal* di masa pandemi yang terjadi di sekeliling kita. Pemerintah pun sudah menginstruksikan agar masyarakat bersiap untuk secara bertahap menjalankan kebiasaan hidup baru di era *new normal*. Hal ini dilakukan sebagai upaya agar masyarakat dapat kembali melakukan aktivitas dalam kehidupan sehari-hari namun tetap terhindar dari penularan Covid-19, karena tetap menerapkan protokol kesehatan.

Sebenarnya apa definisi *new normal* yang dimaksud pemerintah tersebut?

Bahasa Indonesia merupakan bahasa resmi Negara Kesatuan Republik Indonesia. Karenanya, padanan kata dalam bahasa Indonesia untuk frasa *new normal* yang merupakan frasa dalam bahasa Inggris, sangat perlu diketahui oleh masyarakat Indonesia sehingga semua diharapkan memiliki pemahaman yang sama tentang frasa *new normal* tersebut.

Jika dilihat dari sisi ilmu bahasa, frasa *new normal* berasal dari bahasa asing, yaitu bahasa Inggris. Kata "*new*" memiliki arti "baru" dan merupakan jenis kata sifat. Sedangkan kata "normal" dalam bahasa Inggris telah diserap ke dalam bahasa Indonesia. Bedanya, dalam bahasa Inggris, kata "normal" termasuk pada kedua kelas kata, baik itu kata sifat maupun kata benda. Sedangkan dalam bahasa Indonesia, kata "normal" masih merupakan kata sifat (adjektiva), belum menjadi kata benda (nomina). Untuk menjadikan kata sifat menjadi kata benda, maka kata normal diberi penambahan imbuhan 'ke-an', menjadi kenormalan. Hal tersebut diungkapkan oleh Dora Amalia, kepala bidang pengembangan Pusat Pengembangan dan Pelindungan Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. Intinya bahwa pada

prinsipnya sedapat mungkin padanan istilah dalam bahasa Indonesia yang berasal dari bahasa asing harus dekat dengan istilah asalnya.

Frasa kenormalan baru inilah yang kelak akan digunakan menjadi padanan kata dari *new normal*, walaupun hingga saat tulisan ini dibuat, kata kenormalan belum masuk ke dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) (Y. Prayogo, 2020)

Padanan lain dari *new normal* adalah kelaziman baru. Achmad Yurianto sebagai juru bicara pemerintah di bagian tim penanganan Covid-19 menyatakan bahwa keluarga sangat berperan penting dalam mengedukasi seluruh anggota keluarganya. Edukasi ini berkaitan dengan penerapan kebiasaan baru dalam menjalani era *new normal*. (Kementrian Kesehatan, 2020). Edukasi secara terus menerus oleh keluarga kepada anggota keluarga yang lain merupakan dasar dari perubahan ke bentuk *new normal*. Dengan demikian pemerintah berharap bahwa keluarga sebagai bagian terkecil dalam masyarakat secara bersama-sama dapat terus melaksanakan edukasi tersebut sebagai langkah perubahan adaptasi atas kebiasaan baru yang dicanangkan.

Jadi yang dimaksud dengan *new normal* di sini bisa adalah kelaziman baru, kebiasaan baru yang dilakukan dalam kehidupan sehari-hari. Kebiasaan baru dalam arti ada perbedaan dengan kebiasaan hidup sebelumnya dikarenakan Covid-19.

Dengan demikian, penulis akan menggunakan frasa kenormalan baru sebagai padanan frasa *new normal* yang bisa diartikan juga sebagai usaha adaptasi dengan kebiasaan atau kelaziman baru.

### **C. *Social Distancing* dan *Physical Distancing***

Pandemi akibat Covid-19 ini memunculkan kembali sejumlah frasa yang kini banyak bisa kita jumpai dan dengar baik yang secara langsung kita alami dalam aktivitas sehari-hari ataupun kita lihat dan dengar melalui media sosial. Frasa-frasa tersebut di antaranya adalah *social distancing* dan *physical distancing*. Apa sebenarnya yang

dimaksud dengan *social distancing* dan *physical distancing*? Apa peran kedua frasa tersebut dalam kehidupan kita sehari-hari?

Pengertian *social distancing* adalah melakukan pembatasan sosial, terutama di masa pandemik Covid-19 ini. Berdasarkan paparan WHO, *social distancing* merupakan strategi penting untuk mencegah peningkatan kasus terkonfirmasi positif hingga hingga tingkat kematian akibat Covid-19 (Jacobson *et al.*, 2020). Hal senada juga dipaparkan dalam sebuah artikel yang menyatakan bahwa pembatasan sosial yang dimaksud adalah pembatasan fisik yang dilakukan masyarakat untuk menghindari terjadinya penyebaran Covid-19 (Shalihah and Wedhaswary, 2020). Salah satu strategi yang diterapkan dalam pembatasan sosial ini adalah dengan mengisolasi pasien yang terkonfirmasi positif Covid-19 agar tidak menulari manusia sehat (Fauci, Lane and Redfield, 2020).

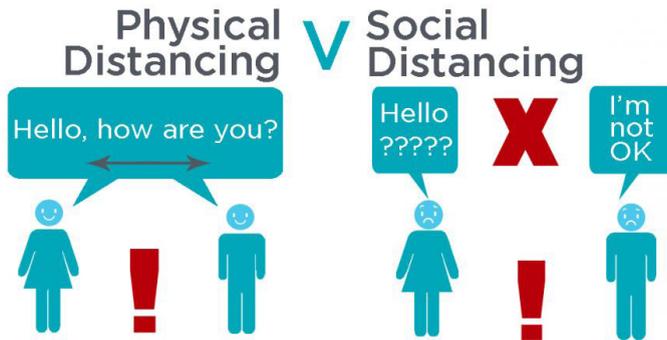
Awalnya anjuran *stay at home* atau tinggal di rumah saja diartikan sebagai terjemahan dari *social distancing*, dengan tujuan mencegah penyebaran virus Covid-19 yang berdampak pada menurunnya gejala kecemasan sebagai salah satu bentuk dari kesehatan mental manusia yang hidup bermasyarakat (Jacobson *et al.*, 2020).

Namun seiring berjalannya waktu, pengertian pembatasan sosial ini seringkali disalahartikan sebagai pemutusan kontak sosial antarmasyarakat. Hal ini tentu sangat tidak baik mengingat dampak yang ditimbulkan akibat adanya pembatasan hingga pemutusan kontak sosial.

Salah satu dampak dari pembatasan hingga pemutusan kontak sosial tersebut adalah berkurangnya kontak secara sosial antara sesama manusia. Jika kontak sosial berkurang atau bahkan beranjak menghilang, bagaimana bisa manusia masih dapat dikategorikan sebagai makhluk sosial? Makhluk yang masih saling membutuhkan satu sama lain, masih memerlukan komunikasi antarsesama dalam kehidupan sehari-hari.

Akhirnya, frasa *physical distancing* atau pembatasan kontak secara fisik menjadi dirasa yang lebih tepat. Manusia yang hidup

bermasyarakat sebagai makhluk sosial tetap memerlukan kontak sosial, melakukan aktivitas sehari-hari untuk menunjang kehidupan di berbagai bidang. Perekonomian masyarakat harus terus berjalan namun dengan memastikan keamanan semua pihak agar terhindar dari penularan Covid-19.



Gambar 1.1 Ilustrasi perbedaan *physical distancing* dan *social distancing* (Selectability, 2020)

Pada Gambar 1.1 diilustrasikan perbedaan antara penerapan *physical distancing* dan *social distancing*. Dalam penerapan *physical distancing* atau pembatasan kontak fisik dengan cara menjaga jarak antarsesama manusia yang hidup bersosial, komunikasi tetap terjalin. Sementara dalam penerapan *social distancing* atau pembatasan sosial, terlihat kurang bahkan tidak adanya kontak sosial berupa komunikasi antarsesama.

WHO pun sejak tanggal 20 Maret 2020 telah secara resmi memberi anjuran untuk mulai menggunakan frasa *physical distancing* atau pembatasan kontak fisik dalam beraktivitas dari pada menggunakan frasa *social distancing* atau pembatasan kontak sosial (Huminca Sinaga, 2020; Putri, 2020; World Health Organization, 2020).

Anjuran ini dapat dikatakan merupakan klarifikasi bahwa pembatasan kontak fisik dengan cara menjaga jaraklah yang lebih diperlukan dan dipandang lebih tepat sebagai upaya pencegahan penyebaran Covid-19. Tinggal atau berdiam diri di rumah sangat

disarankan bagi mereka yang memungkinkan untuk melakukan aktivitas sehari-hari dari rumah, artinya tidak perlu keluar rumah untuk melakukan aktivitas seperti bekerja, belajar/sekolah atau lainnya. Namun, kontak sosial berupa komunikasi masih sangat perlu dilakukan. Bagi mereka yang memang harus berada di luar rumah untuk menjalankan pekerjaan atau tugas sehari-hari, hendaknya tetap beraktifitas dengan menerapkan protokol kesehatan sesuai anjuran pihak berwenang

#### **D. Tren *New Normal* di Berbagai Bidang Kehidupan**

Sejak merebaknya Covid-19, *new normal* atau kenormalan baru menjadi hal yang tidak dapat kita hindari. Kenormalan baru ini menjadi bagian dari aktivitas dalam kehidupan sehari-hari kita. Penerapan *physical distancing* atau usaha menjaga jarak secara fisik antara sesama manusia sebagai makhluk sosial dalam melakukan aktivitas sehari-hari menjadi salah satu pilihan yang dianjurkan pemerintah selain membudayakan hidup sehat yang sebenarnya sudah seharusnya kita terapkan dengan atau tanpa adanya Covid-19.

Rajin mencuci tangan menggunakan sabun atau cairan pencuci tangan sesering mungkin, artinya dilakukan untuk menghindari kuman dan terutama virus Covid-19 yang bisa ditularkan melalui kontak fisik, baik secara langsung dengan orang yang terkonfirmasi positif Covid-19 ataupun melalui barang atau media yang sempat tersentuh oleh orang tersebut, dan kemudian tersentuh pula oleh orang sehat.

Mengenakan masker sebagai langkah antisipasi penyebaran Covid-19. Walaupun diketahui bahwa penyebaran dan penularan Covid-19 ini bukan melalui paparan dan sirkulasi udara, namun layaknya virus flu, Covid-19 ini dapat menyebar dan menular melalui cipratan air liur dari penderita yang bersin atau batuk tanpa menggunakan masker atau media penghalang. Sebaiknya memang orang yang terkonfirmasi positif Covid-19 lah yang seharusnya mengenakan masker, namun karena saat ini masih banyak ditemukan orang tanpa gejala, yaitu orang yang sebenarnya tertular Covid-19

namun karena dia tidak menunjukkan gejala sakit apa pun baik batuk, flu, demam atau bahkan sesak napas, maka orang tersebut dianggap sehat dan negatif Covid-19 (CNN Indonesia, 2020).

Kenormalan baru ini pun kini mulai diterapkan dalam berbagai sektor kehidupan di Indonesia.

### 1. Di Sektor Ekonomi,

Khususnya di bidang usaha retail, mal-mal atau pusat perbelanjaan mulai menerapkan kenormalan baru bagi para pelaku usaha serta pengunjung pusat perbelanjaan tersebut. Sebelum memasuki bangunan pusat perbelanjaan, setiap orang harus mencuci tangan dengan air dan sabun yang telah disediakan pihak pengelola, atau minimal membersihkan tangan dengan cairan pembersih (*hand sanitizer*), yang kemudian harus melakukan pengecekan suhu tubuh menggunakan alat yang disediakan dan dibantu oleh pengelola. Pengunjung pun diharuskan menerapkan *physical distancing* yaitu menjaga jarak antara pengunjung satu dengan yang lainnya dengan mengikuti prosedur yang ditetapkan pengelola pusat perbelanjaan.



Gambar 1.2 Sejumlah pengunjung pusat perbelanjaan di Padang, Sumatera Barat mengikuti prosedur jaga jarak fisik dan diperiksa suhu tubuhnya sebelum memasuki bangunan mal, Padang. Mal tersebut tetap memberlakukan prosedur antisipasi penyebaran Covid-19 dengan menerapkan jaga jarak, mencuci tangan, dan cek suhu tubuh kepada pengunjung, karena jumlah kunjungan mulai meningkat menjelang Idul Fitri (Fitra, 2020)

## **2. Di Sektor Pendidikan**

Adaptasi sektor pendidikan di Indonesia dalam menghadapi kenormalan baru terlihat dari panduan penyelenggaraan pembelajaran dalam masa pandemi Covid-19 yang dipaparkan dalam surat keputusan bersama (SKB) empat kementerian, yaitu kementerian pendidikan dan kebudayaan, kementerian agama, kementerian kesehatan dan kementerian dalam negeri. Pendidikan dan kegiatan pembelajaran mulai dari tingkat PAUD, dasar, menengah dan pendidikan tinggi diwajibkan memprioritaskan keselamatan dan kesehatan semua warga satuan pendidikan (Pengelola Web Kemdikbud, 2020).

Tahun ajaran baru tetap dimulai seperti tahun-tahun sebelumnya. Penerimaan peserta didik baru (PPDB) pun dilakukan dengan memenuhi protokol kesehatan. Perbedaan yang terasa sebelum dan selama masa pandemi atau kenormalan baru ini adalah terletak pada penyelenggaraan kegiatan belajar mengajar. Penggunaan teknologi masih sangat diperlukan. Aplikasi pembelajaran melalui gawai baik yang berbayar atau pun tidak berbayar, tetap menjadi pilihan para guru dan murid dalam melaksanakan kegiatan belajar mengajar dibandingkan dengan menerapkan sistem konvensional tatap muka. Hal ini tentunya sangat dimaklumi mengingat adanya kecemasan dari banyak pihak akan risiko penyebaran Covid-19. Namun tentunya tetap akan ada kelebihan dan kekurangan dalam penyelenggaraan kegiatan belajar seperti ini, terlebih bagi para guru dan siswa di kota-kota kecil yang sarana belajarnya, terutama yang berkaitan dengan teknologi, belum semaju dan seanggih di kota lain. Untuk mengevaluasinya tentu memerlukan waktu seiring berjalannya masa kegiatan belajar mengajar di masa kenormalan baru.

## **3. Di Sektor Perhubungan dan Transportasi**

Kegiatan masyarakat harus tetap dilakukan dengan menerapkan protokol kesehatan yang sudah dianjurkan oleh pemerintah mengingat roda perekonomian masyarakat harus tetap berputar. Dalam penerapannya di era kenormalan baru dalam masa pandemi, salah satu upaya pemerintah untuk menunjang kegiatan masyarakat di sektor

perhubungan dan transportasi adalah dengan kembali menyediakan layanan kereta api regular dan jarak jauh dengan penetapan standar protokol kesehatan. Standar yang dimaksud adalah harus dipenuhinya beberapa syarat oleh calon penumpang berdasarkan aturan yang tercantum dalam surat edaran yang dikeluarkan satuan gugus tugas penanganan Covid-19 tentang kriteria dan persyaratan perjalanan orang dalam masa adaptasi kebiasaan baru menuju masyarakat produktif dan aman *Corona Virus Disease (Covid-19)* (Gugus tugas, 2020).

Masih banyak pembahasan tentang penerapan kenormalan baru di berbagai sektor kehidupan di Indonesia. Pembahasan tersebut akan dipaparkan lebih dan khusus dan lengkap pada bab berikutnya dalam buku ini.

## **E. Siapkah Indonesia Menerapkan Kenormalan Baru?**

Banyak negara di dunia ini yang menganjurkan pembatasan kontak fisik kepada warganya dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Anjuran hingga perintah pembatasan kontak fisik diadopsi dengan berbagai macam istilah: *lockdown, quarantine, stay at home, work from home*, dan di Indonesia sendiri menggunakan istilah PSBB yang merupakan kependekan dari Pembatasan Sosial Berskala Besar (Dipublikasikan oleh Humas Kementerian Kesehatan, 2020).

Dalam situasi pandemi di mana belum ditemukannya vaksin Covid-19 ini, apakah pemerintah dan masyarakat di negara kita ini sudah benar-benar siap menerapkan kebiasaan baru dalam era kenormalan baru?

Khusus untuk wilayah Indonesia sendiri, pada tanggal 1 Juni 2020 WHO berpartisipasi dalam pertemuan daring (dalam jaringan) dengan masyarakat perwakilan dari Indonesia. Dalam pertemuan tersebut dihadiri pula oleh perwakilan dari organisasi buruh/pekerja internasional (ILO), perwakilan gugus tugas penanganan Covid-19 Magelang, Bukittinggi dan Bantul, masyarakat sipil, komunitas pariwisata, dan lain-lain. Perwakilan WHO mempresentasikan

pedoman pelaksanaan kenormalan baru di tempat kerja sehubungan dengan Covid-19 (WHO, 2020b).

Prof. Dr. Ridwan Amiruddin, seorang epidemiolog dari Fakultas Kesehatan Masyarakat (FKM) Universitas Hasanuddin menyatakan bahwa implementasi kenormalan baru bisa dicapai hanya jika suatu negara telah dapat memenuhi beberapa persyaratan yang ditetapkan oleh Organisasi Kesehatan Dunia (WHO). Persyaratan tersebut dijadikan standar acuan oleh negara-negara yang terdampak pandemi Covid-19 (Ramadani, Adysha Citra, 2020).

Kriteria yang dimaksud antara lain:

1. Negara yang bermaksud menerapkan konsep kenormalan baru wajib memiliki bukti bahwa di penularan Covid-19 wilayah tersebut sudah berhasil dikendalikan. Jika berpedoman pada besaran angka reproduksi ( $R_0$ ), Covid-19 sudah bisa dikategorikan terkendali jika angka  $R_0$  menunjukkan kurang dari 1. Menurut Ridwan, saat ini,  $R_0$  di Indonesia menunjukkan angka pada kisaran 2,2-3,58.
2. Fasilitas kesehatan yang dimiliki oleh suatu negara yang hendak menerapkan kenormalan baru harus memiliki sistem kesehatan dan peralatan medis yang telah memenuhi persyaratan dan mampu mengidentifikasi, melakukan isolasi, melakukan pengujian mandiri, melakukan penelusuran kontak, sampai dengan mampu melakukan karantina pasien yang terinfeksi.
3. Negara harus mampu menekan adanya risiko atau dampak dari Covid-19, terutama penekanan di wilayah yang memiliki tingkat kerentanan tinggi, misalnya panti wreda, rumah sakit atau fasilitas kesehatan mental, hingga kawasan pemukiman penduduk yang padat.

Negara harus mampu menjamin terlaksananya penerapan langkah-langkah yang perlu dilakukan sebagai tindakan pencegahan penyebaran Covid-19 di lingkungan kerja.

Negara harus mampu mengendalikan risiko dari pembawa virus yang masuk ke suatu wilayah.

Negara harus memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk berpendapat, memberi masukan, serta melibatkan mereka dalam proses transisi menuju era kenormalan baru.

Keenam kriteria itu harus bisa dipenuhi oleh negara mana pun yang akan menerapkan kenormalan baru. Jika belum bisa memenuhi kriteria tersebut, maka pemerintah harus melakukan pertimbangan ulang untuk menerapkannya.

Dalam pelaksanaan PSBB dan penerapan kenormalan baru, pemerintah Indonesia sendiri telah mengeluarkan panduan pelaksanaan *new normal* bagi kantor dan pabrik yang harus tetap beroperasi selama PSBB (Nina A. Loasana, 2020).

Lalu, bagaimana realita pelaksanaan kenormalan baru di sejumlah wilayah di Indonesia?

Beberapa wilayah di Indonesia seperti DKI Jakarta dan Jawa Barat mulai menerapkan kenormalan baru.

DKI Jakarta mulai menerapkan kenormalan baru dengan istilah PSBB transisi. Misalnya aktivitas sosial dan ekonomi. Dalam PSBB transisi ini, masyarakat diizinkan melaksanakan aktivitas sosial dan ekonomi dengan sejumlah syarat serta pembatasan yang harus mereka penuhi. Pemerintah provinsi DKI di bawah komando gubernur Anies Baswedan akan membuka kembali secara bertahap rumah ibadah, tempat pariwisata, pusat perbelanjaan, hingga perkantoran (Heru Margianto, 2020).

Wilayah lain yang mulai menerapkan kenormalan baru adalah Jawa Barat. Wilayah ini mulai menerapkan kenormalan baru sejak 1 Juni 2020 walaupun kriteria yang ditetapkan WHO masih belum terpenuhi. Kegiatan perekonomian masyarakat Jawa Barat mulai dibuka dan dijalankan kembali secara perlahan dengan tetap menerapkan protokol kesehatan. Ridwan Kamil sebagai gubernur Jawa Barat mengungkapkan bahwa pemerintah daerah Jawa Barat akan menggelar sosialisasi selama empat hari sejak dikeluarkannya pengumuman tentang rencana penerapan kenormalan baru (Rio Tuasikal, 2020)

Suka ataupun tidak suka, inilah realita yang terjadi. Kita dihadapkan pada kenyataan bahwa Covid-19 itu memang ada. Namun kondisi ini tidak boleh membuat kita menyerah. Pilihan ada pada diri kita masing-masing, namun yang pasti akan mempengaruhi kehidupan orang lain di sekitar kita juga. Menyerah atau tetap bertahan hidup dan beradaptasi dengan kondisi sekarang. Protokol kesehatan berupa jaga jarak, batasi kontak secara fisik, mencuci tangan dan menjaga kebersihan, berperilaku sehat selayaknya memang harus kita lakukan dengan atau tanpa adanya Covid-19. Semoga badai Covid-19 ini segera berlalu dan kehidupan kita di segala sektor berangsur membaik, lebih baik dari sebelumnya.

Artikel ini ditulis tanpa ada konflik kepentingan dari pihak manapun, baik dari tulisan artikel jurnal ilmiah, surat kabar, situs internet, peraturan pemerintah yang penulis sitasi ataupun dari semua sumber yang penulis cantumkan pada artikel ini.

## Daftar Pustaka

- CNN Indonesia (2020) 'Pemerintah Andalkan Penanganan OTG Covid-19 dengan Imunitas', 11 Mei 2020. Available at: <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20200511062828-20-501894/pemerintah-andalkan-penanganan-otg-covid-19-dengan-imunitas>.
- Dipublikasikan oleh Humas Kementerian Kesehatan (2020) *Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2020 tentang Pedoman Pembatasan Sosial Berskala Besar dalam Rangka Percepatan Penanganan Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)*. Republik Indonesia. Available at: <https://setkab.go.id/menkes-teken-permenkes-nomor-9-tahun-2020-soal-tata-cara-usulan-psbb/>.
- Fauci, A. S., Lane, H. C. and Redfield, R. R. (2020) 'Covid-19 — Navigating the Uncharted', *New England Journal of Medicine*, 382(13), pp. 1268–1269. doi: 10.1056/NEJMe2002387.
- Fitra, I. El (2020) *Jaga Jarak Fisik Pengunjung Mal*, 20 Mei 2020. Available at: <https://www.antarafoto.com/olahraga/v1589974206/jaga-jarak-fisik-pengunjung-mal> (Accessed: 5 June 2020).

- Gugus tugas (2020) *Surat Edaran no. 7 Tahun 2020 tentang tentang kriteria dan persyaratan perjalanan orang dalam masa adaptasi kebiasaan baru menuju masyarakat produktif dan aman Corona Virus Disease (COVID-19)*. <https://covid19.go.id/p/regulasi/surat-edaran-nomor-7-tahun-2020>. Available at: <https://covid19.go.id/p/regulasi/surat-edaran-nomor-7-tahun-2020>.
- Heru Margianto (2020) 'New Normal dan PSBB Transisi ala DKI Jakarta', *Kompas.com*. Available at: <https://www.kompas.com/tren/read/2020/06/08/094205865/new-normal-dan-psbb-transisi-ala-dki-jakarta?page=all>.
- Huminca Sinaga (2020) 'WHO Ungkap Alasan "Physical Distancing" Lebih Baik daripada "Social Distancing"', *31 Maret 2020*. Available at: <https://www.pikiran-rakyat.com/internasional/pr-01358826/who-ungkap-alasan-physical-distancing-lebih-baik-daripada-social-distancing>.
- Jacobson, N. C. *et al.* (2020) 'Flattening the Mental Health Curve: COVID-19 Stay-at-Home Orders Are Associated With Alterations in Mental Health Search Behavior in the United States', *JMIR Mental Health*, 7(6), p. e19347. doi: 10.2196/19347.
- Kementrian Kesehatan (2020) *Keluarga Kunci untuk Memasuki Era New Normal, Selasa, 2 Juni 2020*. Available at: <https://www.kemkes.go.id/article/view/20060200002/keluarga-kunci-untuk-memasuki-era-new-normal.html> (Accessed: 5 June 2020).
- Nina A. Loasana (2020) 'COVID-19: Health minister Issues 'New Normal' Guidelines for Workplaces', *The Jakarta Post*. Available at: <https://www.thejakartapost.com/news/2020/05/25/covid-19-health-minister-issues-new-normal-guidelines-for-workplaces.html>.
- Pengelola Web Kemdikbud (2020) *Panduan Penyelenggaraan Pembelajaran pada Tahun Ajaran 2020/2021 dan Tahun Akademik 2020/2021 di Masa Pandemi Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)*. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Kementerian Agama, Kementerian Kesehatan, Kementerian Dalam Negeri. Available at: <https://www.kemdikbud.go.id/main/blog/2020/06/panduan-penyelenggaraan-pembelajaran-tahun-ajaran-baru-di-masa-pandemi-covid19>.
- Putri, G. S. (2020) 'WHO Ubah Social Distancing Jadi Physical Distancing, Apa Maksudnya?', *24 Maret 2020*. Available at: <https://>

- [www.kompas.com/sains/read/2020/03/24/120000023/who-ubah-social-distancing-jadi-physical-distancing-apa-maksudnya?page=all](http://www.kompas.com/sains/read/2020/03/24/120000023/who-ubah-social-distancing-jadi-physical-distancing-apa-maksudnya?page=all).
- Ramadani, Adysha Citra, R. D. (2020) '6 Syarat Pemberlakuan New Normal dari WHO, Indonesia Siap?', *Republika*. Available at: <https://republika.co.id/berita/qb5c97414/6-syarat-pemberlakuan-emnew-normalem-dari-who-indonesia-siap>.
- Rio Tuasikal (2020) 'Jabar Berlakukan "New Normal" Meski Belum Capai Standar WHO', *VOA*. Available at: <https://www.voaindonesia.com/a/jabar-berlakukan-new-normal-meski-belum-capai-standar-who-/5438967.html>.
- Rothan, H. A. and Byraredy, S. N. (2020) 'The epidemiology and pathogenesis of coronavirus disease (COVID-19) outbreak', *Journal of Autoimmunity*, 109, p. 102433. doi: 10.1016/j.jaut.2020.102433.
- Selectability (2020) *Physical Distancing vs Social Distancing: A mental wellbeing discussion amid the COVID-19 crisis, 25 March 2020*. Available at: <https://www.selectability.com.au/physical-distancing-v-social-distancing/>.
- Shalihah, N. F. and Wedhaswary, I. D. (2020) 'Pandangan Para Ahli soal Social Distancing dan Physical Distancing', 2020. Available at: <https://www.kompas.com/tren/read/2020/03/30/071700465/pandangan-para-ahli-soal-social-distancing-dan-physical-distancing?page=all>.
- Susilo, A. *et al.* (2020) 'Coronavirus Disease 2019 : Tinjauan Literatur Terkini Coronavirus Disease 2019 : Review of Current Literatures', *Jurnal Penyakit Dalam Indonesia*.
- WHO (2020a) *Pneumonia of unknown cause – China. Disease Outbreak News, 5 Januari 2020*. Available at: <https://www.who.int/csr/don/05-january-2020-pneumonia-of-unkown-cause-china/en/> (Accessed: 5 June 2020).
- WHO (2020b) *WHO Indonesia Situation Report -10*. Available at: [https://www.who.int/docs/default-source/searo/indonesia/covid19/who-situation-report-10.pdf?sfvrsn=a9ceb157\\_2](https://www.who.int/docs/default-source/searo/indonesia/covid19/who-situation-report-10.pdf?sfvrsn=a9ceb157_2).
- World Health Organization (2020) *coronaviruse transcripts of WHO audio emergencies coronavirus press conference*. Available at: <https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/>

transcripts/who-audio-emergencies-coronavirus-press-conference-full-20mar2020.pdf.

- Y. Prayogo (2020) 'Resmi, "New Normal" Menjadi "Kenormalan Baru", Tapi Belum Masuk KBBI', 2020. Available at: [https://www.kalderanews.com/2020/05/resmi-new-normal-menjadi-kenormalan-baru-tapi-belum-masuk-kbbi/#:~:text=Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa,normal adalah "kenormalan baru".&text=Tapi%2C kata "normal" dalam,"normal" sebagai kata benda.](https://www.kalderanews.com/2020/05/resmi-new-normal-menjadi-kenormalan-baru-tapi-belum-masuk-kbbi/#:~:text=Badan%20Pengembangan%20dan%20Pembinaan%20Bahasa,normal%20adalah%20%22kenormalan%20baru%22.&text=Tapi%2C%20kata%20%22normal%22%20dalam%2C%20%22normal%22%20sebagai%20kata%20benda.)

## BAB 2

# NEW NORMAL DUNIA PENDIDIKAN

**Sitti Fithriani Saleh**

Universitas Muhammadiyah Makassar

fitriani.saleh@gmail.com

### **A. Pendahuluan**

Aspek kehidupan manusia di seluruh dunia terdampak akibat pandemi *Corona Virus Disease* (Covid-19), termasuk dunia pendidikan di Indonesia. Sejak diterbitkan Surat Edaran Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 3 tahun 2020 tentang Pencegahan *Corona Virus Disease* (Covid-19) pada Satuan Pendidikan tanggal 9 Maret 2020 (Mendikbud RI, 2020), sejumlah pemimpin daerah dan pimpinan universitas mengambil keputusan menutup sementara sekolah dan kampus. Kegiatan pembelajaran dilakukan secara daring (dalam jaringan). Pembelajaran daring boleh jadi akan terus berlanjut setelah masa pandemi dan menjadi suatu kenormalan baru dalam dunia pendidikan.

Perubahan aktivitas belajar tidak hanya terjadi pada jalur pendidikan formal, tetapi juga di dua jalur pendidikan lainnya. Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional Pasal 13 Ayat 1 dijelaskan bahwa jalur pendidikan terdiri atas pendidikan formal, nonformal, dan informal yang dapat saling melengkapi dan memperkaya (Presiden RI, 2003). Pendidikan formal meliputi sekolah dasar, sekolah menengah, dan perguruan tinggi. Pendidikan nonformal contohnya kelompok bermain, bimbingan belajar, lembaga kursus, atau lembaga pelatihan. Sedangkan pendidikan informal adalah pendidikan yang terjadi di keluarga atau lingkungan.

## B. Pendidikan dalam Keluarga

Satu di antara dampak dari pengoptimalan pembelajaran daring akibat pandemi Covid-19 adalah kegiatan belajar yang selama ini dilakukan di kampus atau sekolah, beralih dilakukan di rumah. Mahasiswa atau siswa sekolah menengah mungkin dapat mengerjakan tugasnya secara mandiri dan bertanggung jawab. Berbeda dengan siswa sekolah dasar, murid taman kanak-kanak, atau anggota kelompok bermain yang membutuhkan pendampingan dan pengawasan dari orang tua. Belajar dari rumah sebenarnya lebih tepat disebut “kembali ke kenormalan lama” dibanding “kenormalan baru” atau diistilahkan *new normal*. Pada masyarakat primitif, proses belajar keterampilan untuk bertahan hidup, seperti berburu dan membangun hunian terjadi dalam keluarga, sedangkan pada masyarakat industri atau modern, proses belajar dengan wujud berbeda terjadi di sekolah (Berns, 2013).

Selama ini banyak orang tua yang sibuk bekerja dan menyerahkan penuh pendidikan anaknya kepada pihak sekolah. Akibatnya, dengan pemberlakuan pembelajaran daring, tidak sedikit orang tua yang mengeluh dan merasa kewalahan. Padahal sebenarnya keluarga, terutama ibu, adalah tempat pendidikan pertama dan utama bagi seorang anak. Komunikasi yang baik antara orang tua dan guru sangat diperlukan dalam pendidikan anak. Jika ada materi pelajaran yang tidak dimengerti anak dan tidak dapat dijelaskan oleh orang tua, maka orang tua perlu berkonsultasi dengan guru. Orang tua berperan mendampingi anak belajar dan membantu anak memahami materi pelajaran. Di sisi lain, sang anak sendirilah yang harus berupaya mengerjakan tugas atau menyelesaikan ujian, bukan orang tua atau orang lain. Orang tua yang menggantikan anak mengerjakan tugas atau ujian dengan harapan anaknya memperoleh nilai bagus, secara tidak langsung telah mematahkan daya juang dan mematikan rasa ingin tahu anak. Boleh jadi anak memperoleh nilai memuaskan, tetapi tidak mendapatkan pengetahuan dan pengalaman yang bermakna. Bukan membantu, tetapi orang tua tersebut malah semakin menjerumuskan anak ke dalam ketidaktahuan dan ketidakacuhan. Terlalu mendewakan angka-angka di atas kertas untuk merepresentasikan kemampuan

seseorang dapat memicu tindakan menempuh cara tak terpuji seperti menyontek atau memanfaatkan jasa joki.

Orang tua berkewajiban meneladankan, menumbuhkan, dan membiasakan sikap-sikap baik pada diri anak, serta memberikan pengetahuan dan keterampilan. Guru di sekolah berperan membantu orang tua dalam mendidik anak. Robot (2020) mencontohkan “Pendidikan di Meja Makan” sebagai suatu aktivitas rutin dan sederhana dalam keluarga yang dapat dioptimalkan untuk mengajarkan banyak nilai. Memupuk keimanan kepada Tuhan Yang Maha Esa melalui kegiatan berdoa dan bersyukur atas hidangan yang tersedia; meneladankan etika, adab, dan sopan santun pada saat mengambil makanan dan makan; mempraktikkan perilaku hemat dan tidak mubazir; menumbuhkan rasa empati terhadap orang-orang diluar sana yang tidak dapat menikmati hidangan dengan baik; sampai kepada melatih kerja keras, tanggung jawab, kemandirian, dan gotong royong membersihkan bekas peralatan makan.

Dalam belajar daring, orang tua perlu membimbing dan mengingatkan anak untuk tetap menjaga etika. Bersikap dan bertutur kata yang sopan, baik kepada guru maupun teman, memperhatikan penjelasan guru, bukan malah sibuk berselancar di media sosial atau membuka situs-situs yang tidak terkait dengan pembelajaran. Orang tua senantiasa mengingatkan anak agar menggunakan fasilitas internet untuk pengembangan diri ke arah yang positif. Di masa kenormalan baru ini, orang tua dituntut untuk kembali belajar bersama anak.

Tak terbatas pada materi pelajaran dari sekolah, banyak pengetahuan yang bisa dipelajari bersama oleh orang tua dan anak di rumah. Seorang ayah yang hobi mengutak atik mesin, dapat melibatkan anak sembari memperkenalkan berbagai fungsi dan kegunaan mesin. Seorang ibu dapat melakukan kegiatan berkebun bersama anak dan menceritakan proses fotosintesis. Kegiatan masak memasak bersama dapat menjadi ajang belajar tentang satuan ukuran yang digunakan dalam menakar bahan masakan. Bahkan orang tua yang memiliki bisnis *online* dapat melibatkan anak membantu sambil belajar keterampilan berwirausaha.

Bimbingan paling penting dari orang tua kepada anak adalah bagaimana senantiasa meningkatkan keimanan kepada Tuhan Yang Maha Esa. Keimanan dapat mendorong seseorang untuk berperilaku baik dan menghindari perilaku buruk. Termasuk ketika orang tua sudah harus kembali bekerja di luar rumah dan tak dapat mendampingi secara penuh anak belajar daring. Anak akan bertanggung jawab pada dirinya sendiri, karena meyakini ada Tuhan yang selalu mengawasi. Anak tidak akan menyalahgunakan kepercayaan orang tua dalam penggunaan fasilitas internet. Sebaliknya, anak akan menggunakan fasilitas itu untuk memperkaya khazanah pengetahuan dan keterampilannya. Menjadi pebelajar mandiri sepanjang hayat.

### C. Pendidikan Formal

Sebelum pandemi Covid-19 merebak, universitas-universitas di Indonesia telah berbenah mengembangkan Sistem Pembelajaran Daring (SPADA) sebagai wujud implementasi dari Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi, dan Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 109 Tahun 2013 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Jarak Jauh pada Pendidikan Tinggi. *Blended learning* atau pembelajaran campuran yang memadukan kegiatan tatap muka dan daring telah dilakukan di beberapa kampus, meskipun masih didominasi oleh kegiatan tatap muka di ruang-ruang kelas. Sedangkan pada jenjang sekolah dasar dan menengah, hanya sekolah-sekolah tertentu yang mampu melakukan pembelajaran campuran. Terdapat berbagai kendala pelaksanaan pembelajaran daring, mulai dari ketidaktersediaan pasokan listrik di daerah terpencil, sulitnya akses internet, sampai ketidakmampuan guru atau orang tua siswa membeli atau mengoperasikan komputer, laptop (komputer jinjing), atau *smartphone* (ponsel cerdas).

Pandemi Covid-19 memaksa setiap jenjang pendidikan untuk cepat tanggap beradaptasi menerapkan pembelajaran daring. Baik pengajar maupun pelajar belajar cepat menggunakan aplikasi

seperti Google Classroom, ZOOM Cloud Meetings, Edmodo, atau Microsoft Office 365 Education. Mengoptimalkan penggunaan media sosial seperti WhatsApp, Facebook, atau YouTube untuk proses pembelajaran. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia (Kemendikbud) telah menyediakan portal Rumah Belajar yang bisa diakses secara gratis oleh guru dan siswa pendidikan anak usia dini (PAUD), sekolah dasar, maupun sekolah menengah. Selama masa belajar di rumah sebagai dampak pandemi Covid-19, Kemendikbud juga membuat program tayangan “Belajar dari Rumah” yang disiarkan oleh Televisi Republik Indonesia (TVRI). Upaya ini dilakukan untuk membantu siswa, guru, dan orang tua yang memiliki kendala akses internet dan keterbatasan ekonomi untuk melakukan pembelajaran daring (*Kemendikbud hadirkan program tayangan ‘Belajar dari Rumah’ di TVRI, 2020*).

Belajar daring bukan berarti pengajar hanya menunjukkan materi pelajaran atau tautan yang dapat diakses pelajar, kemudian memberikan latihan atau tugas, dan menilai atau mengomentarnya. Pengajar, baik guru maupun dosen, tetap bertanggung jawab menyampaikan pengetahuan, meneladankan dan membiasakan sikap baik, serta melatih keterampilan. Selain menyampaikan etika bermedia sosial kepada pelajar, pengajar juga harus mencontohkan etika tersebut dalam proses interaksi virtualnya. Etika bermedia sosial seperti bertutur sopan, menyebarkan materi atau pesan-pesan yang positif dan bermanfaat, tidak menyampaikan ujaran kebencian atau informasi bohong, tidak melakukan *bullying* (perundungan), tidak membagikan materi pornografi atau kemaksiatan, menepati waktu belajar yang telah disepakati (*Siregar et al., 2020*).

Pengajar berperan mengembangkan keterampilan seperti komunikasi, kolaborasi, pemecahan masalah, berpikir kritis, serta berpikir kreatif dan inovatif. Pengajar juga perlu senantiasa menumbuhkan rasa ingin tahu pelajar, sehingga mereka selalu termotivasi untuk mencari pengetahuan yang bermanfaat secara sadar dan mandiri, bukan sekadar tuntutan menyelesaikan tugas. Tugas-tugas yang diberikan kepada pelajar hendaknya mampu

menumbuhkembangkan keterampilan itu, serta meminimalisir kemungkinan mereka menyontek atau sekadar *copy paste* (salin rekat). Tugas berbasis proyek, analisis masalah, maupun penemuan dapat digunakan oleh pengajar.

Di masa kenormalan baru, sekolah dapat kembali dibuka dengan tetap menerapkan protokol kesehatan seperti menjaga jarak, memakai masker, dan membiasakan mencuci tangan. Negara seperti Jerman, Cina, Inggris, Vietnam, atau Thailand yang telah mengalami penurunan kasus Covid-19 telah memperbolehkan membuka sekolah yang memenuhi syarat. Ada berbagai syarat yang diterapkan seperti melakukan tes swab, satu ruang kelas tidak boleh berisi lebih dari 15 siswa, jarak kursi antar siswa terpisah sejauh 2 meter, tidak diperkenankan bertukar alat tulis atau buku, diberlakukan sistem satu arah di area sekolah untuk meminimalisir kontak, melakukan kegiatan cuci tangan secara teratur, dan sebagainya (Sagita, 2020).



Gambar 2.1 Siswa Sekolah Wichutit Bangkok (Pookasook, 2020)

Meskipun sekolah telah kembali dibuka, tetapi kemungkinan pembelajaran daring atau pembelajaran campuran tetap berlangsung. Zoe Kleinman, seorang reporter teknologi, menyatakan bahwa pandemi Covid-19 akan mengakibatkan kehidupan manusia semakin bergantung pada teknologi (*How will coronavirus change the way we live?*, 2020). Hal ini juga terjadi di dunia pendidikan. Pelaku pendidikan harus tanggap menghadapi perubahan dan menjalani kenormalan baru. Terus belajar, menyegarkan dan memperbarui pengetahuan dan

keterampilan, terutama yang berkaitan dengan pemanfaatan teknologi. Richardus Eko Indrajit, seorang pakar teknologi, menyatakan bahwa teknologi tidak akan bisa menggantikan posisi guru, tetapi guru yang tidak mampu memanfaatkan teknologi bisa jadi tersingkirkan (Winata, 2019).

Setidaknya ada tiga aspek yang membutuhkan bimbingan guru atau orang dewasa untuk dikembangkan dalam diri siswa, tetapi tidak dapat digantikan oleh teknologi, yaitu intelektual, sosial, dan moral. Collinson (2001) mencontohkan secara intelektual, siswa membutuhkan bantuan guru untuk menilai keterpercayaan suatu informasi, memilah dan mengkritisi informasi, atau membuat keputusan terkait suatu informasi. Teknologi belum mampu menggantikan manusia dalam mengelola emosi. Siswa tetap membutuhkan bantuan guru atau orang dewasa untuk mengembangkan keterampilan sosial seperti membangun hubungan yang baik dengan orang lain, bernegosiasi, atau mengatasi rasa kecewa dan putus asa. Hubungan yang baik antarsesama manusia dan resolusi terhadap masalah sosial yang kompleks membutuhkan penilaian moral manusia. Teknologi juga belum mampu melakukan penilaian moral sekomples yang dilakukan manusia.

Tak terbatas pada masalah teknologi, pengajar juga harus terus meningkatkan kompetensi terkait pendidikan dan pengajaran. Tak cukup hanya menguasai prinsip pedagogi, tetapi juga harus mengetahui tentang andragogi, heutagogi, peeragogi, paragogi, sampai ke cybergogi untuk mendukung praktik pembelajaran berbasis teknologi.

#### **D. Pendidikan di Luar Sekolah**

Perkembangan teknologi komunikasi memberi ruang luas bagi siapa saja untuk belajar apa saja, kapan dan di mana saja. Media sosial dapat dijadikan sarana belajar. Mulai dari kelompok kajian keagamaan hingga komunitas hobi saling informasi melalui media sosial.

Selain media sosial, tersedia berbagai *platform* yang menyediakan kelas-kelas dari berbagai bidang keilmuan yang dapat dipilih sesuai kebutuhan, baik secara gratis maupun berbayar. *Platform* itu antara lain Ruangguru, MejaKita, bahaso, IndonesiaX, Quipper, edX, Udemy, Khan Academy, Innovative Language Learning, Stanford Online, Elsevier Researcher Academy, dan masih banyak lagi. Belajar menggunakan *platform* seperti ini memberikan keuntungan dari sisi waktu. Materi yang diberikan dapat diulang hingga dipahami betul, tanpa khawatir mengganggu pengguna yang lain. Pengembang *platform* juga menyediakan sertifikat atau bukti kelulusan. Sebagai contoh, bahaso menyediakan sertifikat dari Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya Universitas Indonesia, sedangkan Elsevier Researcher Academy mengeluarkan sertifikat dari Penerbit Elsevier.

Demi mencegah penularan virus corona, dikeluarkan imbauan untuk tetap berada di rumah dan menghindari kontak dengan orang lain. Imbauan ini berdampak pada pengaturan ulang berbagai kegiatan seminar atau konferensi, baik yang berskala lokal maupun internasional. Kegiatan yang selama ini dilakukan secara luar jaringan (*luring*), dialihkan menjadi daring. Selanjutnya kegiatan *web seminars* (*webinar*) menjadi semakin marak dilakukan dengan menggunakan berbagai aplikasi yang tersedia seperti Zoom, Google Meet, Webex, GoToWebinar Meetings, dan sebagainya.

Pandemi Covid-19 mengubah banyak hal yang selama ini berlaku di masyarakat. Sebagai contoh, kebiasaan bersilaturahmi ke rumah kerabat atau sahabat setelah hari raya Idul Fitri, pada masa pandemi ini tidak dilakukan. Silaturahmi dilakukan secara virtual dari rumah masing-masing. Kebiasaan berjabat tangan atau berpelukan ketika bertemu kerabat atau sahabat, kini dihindari. Bukan karena sombong, tapi justru menunjukkan kepedulian kepada orang lain.

## **E. Terus Belajar dan Bertumbuh**

Tak dapat dipungkiri, kepanikan dan ketakutan meliputi seluruh lapisan masyarakat dan segenap aspek kehidupan, di awal merebaknya pandemi Covid-19. Orang-orang menghadapi wabah

berikut berbagai dampaknya dengan cara yang berbeda-beda. Ada yang menyalahkan dan menghujat pemerintah yang dianggap lamban atau salah langkah, tanpa menawarkan solusi yang lebih baik. Ada yang setiap detik memantau dan membandingkan data perkembangan kasus di berbagai wilayah. Ada yang terkaget-kaget melihat berita, lalu segera menularkan ketakutan dan kepanikannya kepada orang lain. Ada yang memborong bahan makanan, obat-obatan, dan masker dalam jumlah besar, tanpa mempertimbangkan orang lain yang juga membutuhkan. Ada pula yang membagikan cerita atau tips menjaga kesehatan yang ditemui di media sosial, meskipun sebenarnya dia sendiri belum yakin benar, dan belum membuktikan kebermanfaatan informasi itu. Ada yang berkolaborasi dari rumah masing-masing membuat video pendek untuk saling menyemangati. Ada yang segera bergabung menjadi relawan Covid-19 atau melakukan penelitian untuk menghasilkan vaksin maupun memperoleh solusi terhadap masalah lain yang ikut timbul seiring merebaknya wabah itu. Tentu banyak pula yang tak putus berdoa agar pandemi segera berakhir.

Best (2020) memvisualisasikan zona mental yang menunjukkan posisi seseorang selama masa pandemi Covid-19. Ketiga zona mental itu adalah zona ketakutan, zona belajar, dan zona pertumbuhan, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 2.2.



Gambar 2.2 Tiga Zona Mental (Best, 2020)

Pada masa-masa awal pandemi banyak orang yang berada di zona ketakutan. Best (2020) menunjukkan ciri perilaku orang yang berada pada zona ini, antara lain menimbun makanan, obat-obatan, dan barang-barang yang sebenarnya tidak mereka butuhkan. Perilaku lain yang ditunjukkan adalah bertindak emosional dan menularkan emosi tersebut kepada orang lain. Selain itu, mereka panik dalam menerima informasi, dan biasanya langsung meneruskan informasi tanpa menelusuri kebenarannya. Perilaku ini dapat menimbulkan misinformasi, yaitu menyampaikan hal keliru, tetapi diyakini sebagai sesuatu yang benar (Siregar *et al.*, 2020). Tidak sedikit pelaku pendidikan yang pernah berada pada zona ketakutan. Mereka mengeluhkan keterbatasan untuk melaksanakan pembelajaran daring dan menyalahkan pemerintah yang tidak memberikan fasilitas lengkap.

Berada pada zona ketakutan ketika terjadi suatu perubahan drastis atau menghadapi masalah adalah suatu hal yang wajar. Namun tetap berada pada zona itu tidak akan memberikan solusi. Hanya menyalahkan berbagai pihak, tanpa menawarkan jalan keluar, tak akan membawa kita kepada kemajuan. Justru sebaliknya akan menumpuk energi negatif dalam diri. Jika kita berada pada zona ketakutan, maka kita harus berupaya untuk segera keluar dari zona itu.

Seseorang yang mampu keluar dari zona ketakutan dapat berada pada zona belajar. Menurut Best (2020), orang yang berada pada zona ini mulai memahami keadaan dan mulai dapat mengendalikan emosinya. Mereka mencoba memikirkan tindakan yang harus dilakukan. Mereka mulai berhenti mengonsumsi, baik makanan maupun berita yang dapat berpengaruh buruk pada diri sendiri. Mereka menyadari ada hal-hal yang tidak dapat dikontrol dan dikendalikan. Mencoba beradaptasi dan berdamai, baik dengan diri sendiri maupun dengan keadaan. Tidak lagi menyalahkan orang lain, sebaliknya mengakui bahwa setiap orang telah berusaha melakukan yang terbaik. Di dunia pendidikan, orang mulai menyadari bahwa belajar tidak harus terbatas dalam ruang kelas pada waktu tertentu. Setiap orang dapat belajar apa saja, kapan saja, dan dari

mana saja. Melalui media sosial, semua orang dapat menjadi sumber informasi dan pengetahuan, sekaligus menjadi penerima. Bagi yang mengalami kendala keterbatasan pasokan listrik dan akses internet, bukan berarti tertutup peluang untuk belajar. Banyak hal yang dapat dilakukan selama mau membuka hati dan pikiran. Bahkan aktivitas sederhana seperti makan bersama keluarga bisa memberi begitu banyak pelajaran.

Sikap ikhlas menerima dan mencoba berdamai dengan keadaan dapat memberi energi positif yang mendorong seseorang beranjak ke zona pertumbuhan. Menurut Best (2020), orang yang berada pada zona pertumbuhan telah menemukan arah dan tujuan yang jelas. Bukan duduk menyesali masa lalu, tetapi mengambil tindakan untuk saat ini dan masa yang akan datang. Selain itu, mereka tidak hanya memikirkan diri sendiri dan keluarganya, tetapi juga memikirkan orang lain. Mereka menunjukkan empati, berupaya menggunakan potensi yang dimiliki untuk dapat beradaptasi dan membantu orang lain. Orang yang berada pada zona pertumbuhan mampu menemukan cara untuk berbahagia dan hidup penuh harapan, serta menularkan kebahagiaan dan harapan itu kepada orang lain. Mereka bersyukur atas karunia Tuhan yang Maha Kuasa dan meyakini bahwa selalu ada hikmah dan pelajaran yang dapat dipetik di balik setiap masalah. Para pengajar dan pendidik yang telah berada pada zona pertumbuhan akan menggunakan berbagai media untuk membagikan pengetahuannya kepada masyarakat luas, tidak terbatas hanya pada siswa atau mahasiswanya saja.

Rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Kuasa serta kepedulian dan empati terhadap sesama menjadi penanda orang yang berada pada zona pertumbuhan. Penanda itu bukan hal yang baru bagi masyarakat Indonesia. Penanda itu tergambar jelas pada sila-sila dari Pancasila dan telah diwariskan sebagai nilai-nilai luhur dalam kehidupan berbagai suku di nusantara. Sebagai contoh, suku Bugis-Makassar memegang falsafah hidup *siri' na pacce*. *Siri'* merupakan integrasi sikap malu dan harga diri, sedangkan *pacce* adalah sikap belas kasih

terhadap orang lain dan solidaritas (Marzuki, 1995; Azis, Saleh and Suriani, 2020).

Perubahan adalah suatu keniscayaan. Dalam hidup selalu terus akan terjadi perubahan. Akan tercipta kenormalan-kenormalan baru yang mendorong manusia keluar dari zona nyamannya. Orang yang mampu beradaptasi akan menciptakan zona nyaman yang baru. Kita perlu menanggalkan ketakutan, kepanikan, dan sikap saling menyalahkan untuk dapat terus belajar dan bertumbuh menghadapi dan menjalani masa kenormalan baru. Kita harus berhijrah, terus bergerak maju untuk menjadi lebih baik. Bukan hanya siswa atau mahasiswa, tetapi guru, dosen, dan orang tua harus terus belajar. Kita semua harus terus belajar menghadapi perubahan-perubahan yang terjadi.

## Daftar Pustaka

- Azis, A., Saleh, S. F. and Suriani, A. I. (2020) 'Inculcating siri' na pacce value in primary school learning', *Mimbar Sekolah Dasar*, 7(1).
- Berns, R. M. (2013) *Child, family, school, community: Socialization and support*. 9th edn. Cengage Learning. Available at: [www.cengage.com/highered](http://www.cengage.com/highered).
- Best, R. (2020) *How to maintain a positive mindset during Covid-19, Infotech*. Available at: <https://www.infotech.co.uk/blog/how-to-maintain-a-positive-mindset-during-covid-19> (Accessed: 26 June 2020).
- Collinson, V. (2001) 'Intellectual, social, and moral development: Why technology cannot replace teachers', *The High School Journal*, 85(1), pp. 35–44.
- How will coronavirus change the way we live?* (2020) BBC. Available at: <https://www.bbc.com/news/explainers-52356136> (Accessed: 23 June 2020).
- Kemendikbud hadirkan program tayangan 'Belajar dari Rumah' di TVRI* (2020) *Kemdikbud RI*. Available at: <https://www.kemdikbud.go.id/main/blog/2020/04/kemendikbud-hadirkan-program-tayangan-belajar-dari-rumah-di-tvri> (Accessed: 25 June 2020).

- Marzuki, L. (1995) *Siri': Bagian kesadaran hukum rakyat Bugis-Makassar: Sebuah telaah filsafat hukum [Siri': Bugis-Makassar people's legal awareness section: An examination of legal philosophy]*. Ujung Pandang: Hasanuddin University Press.
- Mendikbud RI (2020) 'Surat Edaran Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 3 tahun 2020 tentang Pencegahan Corona Virus Disease (Covid-19) pada Satuan Pendidikan'.
- Pookasook, A. (2020) *Thai kids rehearse school return with sanitizers, screens and face shields*, *The Jakarta Post*. Available at: <https://www.thejakartapost.com/seasia/2020/06/24/thai-kids-rehearse-school-return-with-sanitizers-screens-and-face-shields.html> (Accessed: 24 June 2020).
- Presiden RI (2003) 'Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan'.
- Robot, M. (2020) 'Belajar online dengan cara lain', in Wulakada, H. H. (ed.) *Vaksin ilmiah: Kumpulan esai tentang Covid-19 dari berbagai perspektif ilmu*. Klaten: Penerbit Lakeisha, pp. 251-256.
- Sagita, N. S. (2020) *3 negara sudah mulai buka sekolah, bagaimana new normal diterapkan?*, *DetikHealth*. Available at: <https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-5039896/3-negara-sudah-mulai-buka-sekolah-bagaimana-new-normal-diterapkan> (Accessed: 25 June 2020).
- Siregar, J. *et al.* (2020) *Mutiara Ramadhan*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Winata, D. K. (2019) *Era revolusi teknologi, peran guru tetap tidak tergantikan*, *Media Indonesia*. Available at: <https://mediaindonesia.com/read/detail/212578-era-revolusi-teknologi-peran-guru-tetap-tidak-tergantikan> (Accessed: 26 June 2020).

## BAB 3

# NEW NORMAL DUNIA USAHA (USAHA MIKRO KECIL MENENGAH/ UMKM)

**Hastin Umi Anisah**  
Universitas Lambung Mangkurat  
humianisah@ulm.ac.id

### A. Pendahuluan

*Corona Virus Disease 2019* telah dinyatakan oleh WHO sebagai sebuah pandemi yang membahayakan negara diseluruh dunia termasuk di negara Indonesia, di mana penyebaran COVID-19 untuk saat ini semakin meluas tidak hanya lintas wilayah tetapi juga lintas negara dengan jumlah kasus dan/ atau jumlah kematian yang terus meningkat. Kondisi ini tidak hanya berdampak pada aspek kesehatan tetapi juga aspek ekonomi, sosial, budaya, politik, kesejahteraan masyarakat, pertahanan dan keamanan di suatu negara termasuk di negara Indonesia. Oleh karena itu sangat diperlukan strategi yang tepat dan komprehensif untuk menangani Covid-19. Pemerintah Indonesia dalam hal ini melalui Keputusan Presiden Nomor 11 Tahun 2020 telah menetapkan Kedaruratan Kesehatan Masyarakat *Corona Virus Disease 2019* (Covid-19) di Indonesia yang wajib dilakukan upaya penanggulangan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan (Mendukung & Usaha, 2020).

Begitu juga terkait dengan perlindungan terhadap pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), karena dengan berhentinya UMKM maka akan mengakibatkan pengangguran. Oleh karena itu, beberapa negara mengeluarkan kebijakan ekonomi terkait dengan perlindungan terhadap UMKM (Unpad, 2020) yaitu: (1) pemberlakuan protokol kesehatan, (2) mengatasi kesulitan likuiditas, (3) pembiayaan murah untuk meningkatkan ketahanan usaha, dan (4) mencegah pengurangan tenaga kerja.

## B. *New Normal*

Wacana pemberlakuan *new normal* terus menguat, meskipun kasus baru Covid-19 terus bermunculan, banyak pengamat yang mendesak kepada pemerintah pusat agar tidak tergesa-gesa untuk menerapkan skema *new normal* ini. Prof. Irwan Abdullah, Guru Besar Anthropologi, Fakultas Ilmu Budaya UGM mengatakan bahwa jika menerapkan *new normal* setidaknya harus diperhatikan dua hal yaitu (1) *new normal* sebagai pernyataan kebudayaan dan (2) *new normal* dinilai sebagai preseden kebudayaan (Abdullah, 2020).

Rencana implementasi *new normal* yang akan diterapkan oleh Pemerintah Indonesia telah mempertimbangkan dari sisi studi epidemiologis dan kesiapan regional akan hal ini. *New normal* merupakan suatu skenario untuk mempercepat penanganan Covid-19 dalam aspek kesehatan dan sosial-ekonomi, dengan kata lain *new normal* adalah menyesuaikan kehidupan normalnya dengan Covid-19. WHO memberikan beberapa indikator yang harus dipatuhi oleh semua negara di dunia dalam rangka menyesuaikan kehidupan normalnya (Putsanra, 2020), indikator pertama adalah setiap negara diharapkan semaksimal mungkin dapat tidak menambah penularan atau memperluas penularan atau mengurangi penularan. Dalam hal ini Pemerintah Indonesia mengeluarkan kebijakan seperti *physical distancing*, mengurangi kontak fisik, PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) yang diterapkan di beberapa kota di Indonesia.

Indikator kedua adalah diharapkan setiap negara dapat menggunakan indikator sistem kesehatan terkait dengan seberapa tinggi adaptasi dan kapasitas pelayanan kesehatan yang dapat digunakan. Maksudnya adalah jika nanti terdapat penularan baru atau ada yang harus dirawat karena Covid-19, maka pelayanan kesehatan benar-benar tersedia, dengan catatan jumlah kasus baru lebih kecil dengan kapasitas pelayanan kesehatan yang dapat disediakan. Indikator ketiga adalah surveilans, yaitu suatu cara untuk menguji apakah seseorang atau sekelompok kerumunan berpotensi memiliki Covid-19 atau tidak. Hal ini dapat dilakukan melalui tes masif, untuk indikator ketiga ini, negara Indonesia masih rendah dalam melakukan

tes masif dibandingkan dengan negara-negara lain seperti Malaysia, Philipina, Vietnam, Brasil, Thailand, India. Oleh karena itu dalam rangka menanggulangi Covid-19 pemerintah Indonesia mengeluarkan beberapa kebijakan mulai dari *physical distancing*, mengurangi kontak fisik, PSBB, dan *new normal* yang merupakan upaya mitigasi dan kesiapan tempat kerja secara seoptimal mungkin sehingga diharapkan dapat beradaptasi melalui perubahan pola hidup pada situasi pandemi Covid-19 atau *new normal*. Walaupun demikian, alasan yang paling utama penerapan *new normal* adalah dari sisi ekonomi menurut Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Airlangga Hartarto (Sugianto, 2020).

### C. UMKM di Era *New Normal*

Pandemi Covid-19 yang dialami hampir seluruh negara di dunia tidak hanya berdampak pada sektor kesehatan, ekonomi, tetapi dapat merubah tatanan masyarakat dunia. Berbagai langkah dan kebijakan dilakukan yang bertujuan untuk mencegah penularan wabah virus corona agar tidak meluas, sehingga masyarakat diharapkan bahkan dipaksa untuk tinggal di rumah. Begitupula sekolah, bekerja bahkan beribadah pun dianjurkan untuk dilakukan di rumah saja. Hal ini tidak hanya dilakukan oleh pemerintah Indonesia tetapi hampir semua negara mengimbau warganya agar tidak beraktivitas di luar rumah jika tidak ada kepentingan yang mendesak. Perubahan aktivitas tersebut berdampak luas di banyak sektor yang menyebabkan aktivitas sosial, aktivitas perekonomian di masyarakat sepi mulai dari UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) sampai ke usaha berskala besar.

Masa pandemi Covid-19 ini memang berdampak besar terhadap keberlangsungan usaha UMKM, begitu juga jika *new normal* yang akan diterapkan oleh Pemerintah untuk menanggulangi penyebaran Covid-19 ini. Pelaku UMKM harus segera beradaptasi dalam masa pandemi Covid-19 ini, jika usahanya ingin tetap berlanjut. Menurut Kementerian Koperasi dan UKM (Kemenkop UKM) per Juni 2020 setidaknya terdapat 163.713 UMKM yang terkena dampak dari pandemi ini, sedangkan menurut Asosiasi Pengusaha Retail Indonesia,

pandemi Covid-19 ini juga berdampak pada perubahan pola perilaku konsumen yang tentunya akan berpengaruh langsung kepada retail modern yang berdadampak pada turunnya transaksi sebesar 80-85% untuk produk nonpangan dan 30-40% untuk produk makanan sejak penerapan PSBB (Fahrizal, 2020). Peralihan inilah yang kemudian dalam skenario perdagangan di tengah pademi Covid-19 yang dikenal dengan “new normal”. *New normal* ditandai dengan arus digitalisasi dan otomatisasi yang serba cepat atas pola produksi dan konsumsi yang baru.

Walaupun demikian, tidak semua UMKM yang mengalami penurunan penjualan, kesulitan dalam memperoleh bahan baku serta distribusi produk yang terhambat selama Covid-19, tapi ada juga UMKM yang bersinar atau tetap bertahan seperti yang disebutkan dalam Riset LPEM Universitas Indonesia (Arif, 2020), yang meliputi UMKM yang memproduksi buah-buahan (aneka jeruk: jeruk nipis, lemon) dan sayur-sayuran, serta produk-produk herbal (segala jenis tanaman rimpang/ empon-empon: jahe, serai, kunyit, lengkuas, temu kunci) untuk meningkatkan imunitas tubuh.

#### **D. Strategi UMKM di Masa *New Normal***

Pelaku bisnis di masa pandemi Covid-19 harus siap menerima tantangan untuk tetap hidup dan bertahan, begitu juga pelaku bisnis yang bergerak di industri UMKM juga harus inovatif dan kreatif dalam menjalankan usahanya agar tetap bertahan di masa *new normal* yang akan diterapkan oleh pemerintah Indonesia dalam rangka menanggulangi Covid-19. Oleh karena itu, solusi bagi pelaku UMKM dalam menghadapi *new normal* adalah dengan melakukan integrasi (Arif, 2020), yaitu pelaku UMKM harus memiliki sistem manajemen stok produk yang terintegrasi dengan sistem pembelian dan penjualan sehingga secara otomatis mampu memantau persediaan barang secara cepat dan tepat. *Kedua*, pelaku UMKM perlu melakukan integrasi dalam pengirimannya barangnya. *Ketiga*, pelaku UMKM harus melakukan integrasi sistem komunikasi yang cepat kepada konsumen/ pelanggannya, dalam hal ini pelaku UMKM dapat menggunakan Line,

Instagram, Whatsapp, dan lainnya. Integrasi yang lain adalah dalam hal pembayaran, yang dapat dilakukan dengan sistem transfer bank, *cash on delivery* (COD), *e-wallet* (Dana, Ovo, dan lain sebagainya). Integrasi dalam pengiriman juga bisa dilakukan dengan menyediakan pilihan untuk pengantaran barang melalui TIKI, GoSend, JNE, ataupun yang lainnya.

*Pertama*, tentang sistem manajemen stok produk yang terintegrasi dengan sistem pembelian dan penjualan sehingga secara otomatis mampu memantau persediaan barang secara cepat dan tepat. Bagi UMKM manajemen stok produk bisa jadi masih merupakan sesuatu yang belum mendapat porsi yang besar. Namun secara berangsur, seiring berjalannya proses usaha yang dijalani hal ini menjadi hal yang tak terelakkan. Bagi pemilik maupun manajer UMKM proses manajemen sering dilakukan seiring proses usaha berjalan termasuk dalam manajemen stok produk ini. Disini juga termasuk manajemen stok bahan, baik bahan dasar, bahan utama maupun pendamping. Baik produk maupun bahan sama-sama perlu dikelola agar usaha tidak terganggu misal dengan divisi pemasaran. Kecepatan pemasaran terkadang tidak didukung oleh manajemen stok yang baik. Jika ini terjadi akan mengganggu kenyamanan konsumen yang bisa berakibat tidak akan kembali memakai produk kita dan lari ke produk semisal yang sudah *settle* dan selalu *ready stock*. Jika ini berlangsung terus dan suatu usaha dikenal demikian, bisa jadi usaha tersebut akan gagal dan berhenti di tengah jalan sebelum berhasil.

*Kedua*, pelaku UMKM perlu melakukan integrasi dalam pengiriman barangnya. Bagi UMKM sangat penting sekali menyederhanakan manajemen usahanya, termasuk dalam pengiriman produk. Divisi ini bisa bersinergi dengan divisi pembayaran. Paling sederhana sekali tentu semua bisa dijalankan oleh satu orang yaitu pemilik, pemodal, yang merangkap semua proses dari A sampai Z. Jika kondisi ini terjadi, ia wajib untuk berpikir ke depan dengan mulai memikirkan bagaimana suatu pekerjaan bisa didistribusikan kepada siapa, dengan cara apa yang paling efektif. Sehingga, ketika usahanya membesar dan

memerlukan penambahan tenaga kerja, bisa memberikan tempat, dan cara bekerja yang paling efektif. Dan seterusnya.

*Ketiga*, pelaku UMKM harus melakukan integrasi sistem komunikasi yang cepat kepada konsumen/ pelanggannya, dalam hal ini pelaku UMKM dapat menggunakan Line, Instagram, Whatsapp, dan lainnya. Ini sudah menjadi tuntutan zaman. Bahkan bisa jadi inilah marketing terbaik di era pandemi seperti sekarang ini, di mana pertemuan fisik dikurangi, maka cara terbaik adalah menggunakan media komunikasi. Tinggal media komunikasi apa yang terbaik untuk melakukan komunikasi dengan konsumen khususnya, harus diketahui dengan benar dan tepat sehingga efektif dan berhasil. Kajian tentang hal ini memerlukan porsi tersendiri agar bagaimana marketing sukses dan efektif. Pelaku UMKM perlu mencermati terus, media komunikasi apa, dan bagaimana cara berkomunikasi yang terbaik dengan konsumen, termasuk dengan semua pihak yang terkait dengan usahanya.

*Keempat*, integrasi yang lain adalah dalam hal pembayaran, yang dapat dilakukan dengan sistem transfer bank, *cash on delivery* (COD), *e-wallet* (Dana, Ovo, dan lain sebagainya). Integrasi dalam pengiriman juga bisa dilakukan dengan menyediakan pilihan untuk pengantaran barang melalui TIKI, GoSend, JNE ataupun yang lainnya. Bagi UMKM yang sederhana sekali lagi ini bisa dilakukan bahkan hanya oleh satu orang. Namun, pertimbangan efektivitas perlu dilihat. Di era pandemi ini perlu sangat diperhatikan tentang keamanan kesehatan agar jangan sampai melanggar berbagai protokol kesehatan yang dikampanyekan pemerintah. Jadi, seandainya saja proses pembayaran pun harus dilakukan secara langsung, protokol kesehatan tetap harus dijalankan. Misalnya harus memakai masker standar kesehatan, sarung tangan kesehatan, cuci tangan dengan sabun pada air yang mengalir, dan mencuci uang yang diterima seperti kita mencuci tangan di atas. Ketika menerima uang pun, sebaiknya disediakan kantong plastik tersendiri, di saku atau dimasukkan tas dan tidak dicampur dengan uang yang kita miliki. Kemudian sesampainya di rumah, uang tersebut dicuci bersamaan dengan kita mencuci tangan dengan sabun

di air yang mengalir, baru kemudian kita bisa menggunakan tangan untuk aktivitas lainnya. Pakaian yang kita pakai, HP, stang sepeda motor atau mobil juga diperlakukan sama, meski tidak harus dicuci, bisa dibersihkan dengan tissue antiseptik atau disemprot dengan *hand sanitizer* atau disinfektan. Pakaian harian yang biasa dipakai di luar untuk melakukan kontak dengan konsumen dipisah dengan pakaian lainnya dan harus segera dicuci apabila ada potensi risiko yang tinggi. Misal bertemu dengan konsumen yang bersin, dan sebagainya. Meski demikian pembayaran sebisa mungkin dilakukan dengan cara tidak langsung dengan cara di atas atau transfer antarbank.

Dampak pandemi Covid-19 ini tidak hanya berdampak pada pelaku UMKM tetapi juga terhadap merek lokal di Indonesia. Tetapi kondisi ini bisa dijadikan sebagai momentum bagi UMKM untuk melancarkan jurus yang tepat, Ardhi Setyo Putranto, CEO Maxi Consulting, melancarkan jurus yang disebut juga dengan “COVID yaitu merupakan akronim dari Collaboration, Evaluation, Innovation, dan Development (Sabandar, 2020). Jurus yang pertama adalah *collaboration* atau kolaborasi dapat dilakukan oleh pelaku UMKM dengan cara membuat daftar yang memiliki potensi untuk diajak kolaborasi dan bekerja sama untuk mengembangkan usaha. Kolaborasi bisa dilakukan dengan semua pihak yang memiliki kecocokan. Kolaborasi bisa dilakukan pada saat perencanaan, bisa dengan para pemilik modal karena di antara *problem* yang sering ditemui adalah minimnya modal awal untuk menjalankan usaha. Meski modal tidak harus dengan uang namun bisa dengan kepercayaan orang kepada pelaku UMKM sehingga ia tidak harus keluar uang dalam memulai usahanya. Kolaborasi yang besar biasanya pada area pemasaran yang memerlukan jaringan yang sangat luas. Meski bisa juga menggunakan jaringan pertemanan yang selama ini sudah berlangsung. Kolaborasi bisa juga dilakukan pada pengadaan bahan sehingga kita bisa menemukan bahan terbaik dengan harga yang bersahabat meski biasanya kita hanya perlu sedikit, karena biasanya, efisiensi biaya pembelian bahan bisa dilakukan jika membelinya dalam jumlah besar.

Jurus yang kedua adalah *evaluation*. Evaluasi sangat perlu dilakukan oleh pelaku UMKM terhadap model bisnis yang selama ini diterapkan pada bisnisnya agar mendapatkan strategi bisnis yang tepat untuk diterapkan pada situasi *new normal*. Evaluasi biasanya dilakukan di bagian akhir dari keseluruhan proses. Namun, sebenarnya evaluasi yang baik dilakukan sepanjang proses bahkan masa perencanaan dilakukan. Jadi, evaluasi itu dilakukan sebelum, saat, dan setelah proses produksi. Setelah semua proses dilakukan hingga bertemu dengan proses perencanaan berikutnya, begitu seterusnya. Jadi, selalu ada evaluasi pada setiap tahapan yang terjadi dan proses yang dilakukan. Tujuannya tentu dalam rangka mencapai hasil yang terbaik. Bahkan ketika hasilnya sudah baik, penghasilan dan omset terus meningkat, kapasitas produksi bertambah, karyawan bertambah, membuka cabang baru, bisa menurunkan produk-produk pendukung selain produk utama, evaluasi senantiasa menyertai dan tidak bisa berhenti. Berhenti evaluasi sama saja berhenti produksi, berhenti produksi sama saja usahanya mati.

Jurus yang ketiga adalah *innovation*. Jurus ini dapat dilakukan oleh pelaku UMKM untuk menemukan ide baru dari proses produksi yang selama ini dijalani. Inovasi ini meliputi inovasi akan proses, inovasi produk, inovasi teknologi, inovasi manajemen, inovasi pemasaran atau inovasi pelayanan. Inovasi sebenarnya adalah produk dari evaluasi di atas. Jika evaluasi berjalan dengan baik, maka akan menghasilkan perbaikan pada keseluruhan usaha. Jika evaluasi konotasinya pada proses, maka inovasi konotasinya pada produk yang dihasilkan. Meski, inovasi pun harus dilakukan pula evaluasi. Agar inovasi berjalan terus dengan baik dan produk yang dihasilkan benar-benar merupakan produk inovatif yang memiliki *value* lebih baik, lebih maju, lebih bisa beradaptasi dengan proses perjalanan waktu dan dinamika yang terus berjalan. Sama dengan evaluasi di atas, berhenti inovasi berarti mati sehingga pernah ada produsen otomotif yang memiliki *tagline* “inovasi tiada henti”. Sebenarnya hal ini menunjukkan bahwa di situlah produsen itu memiliki kekuatan, dan sebaliknya bisa jadi karena di situlah kelemahannya maka ia jadikan hal itu sebagai *self warning* agar menjadi cambuk untuk terus melakukan inovasi. Pada usaha

yang sudah *settle* saja mereka selalu melakukan inovasi, apalagi bagi usaha yang baru buka atau baru diterima pasar tentu lebih perlu lagi melakukan inovasi-inovasi dan selalu dievaluasi. Di era *new normal* ini banyak hal yang perlu dilakukan adaptasi dan banyak produk yang harus dilakukan inovasi termasuk inovasi dalam keseluruhan proses usaha yang sudah berjalan dengan baik selama ini. Karena pandemi ini benar-benar telah mengubah hampir semua kebiasaan lama yang selama ini telah berjalan. Ketika pandemi datang kita dituntut untuk bisa beradaptasi, bahkan berinovasi agar bisa tetap bertahan bahkan bisa meraih keuntungan yang besar justru di masa pandemi ini. Karena ternyata, tidak sedikit pelaku-pelaku usaha yang justru seperti mendapat durian runtuh di pandemi dan *new normal* ini di saat yang lain harus menahan diri, berhenti berproduksi, bahkan ada yang mati. Untuk itu memang diperlukan kecermatan dan kecepatan berpikir melihat semua peluang bisa dimanfaatkan meski di masa wabah sekalipun. Dan karakter jiwa *entrepreneur* memang teruji di era pandemi ini. Siapa yang bisa bertahan bahkan justru usahanya membesar, dia lah *entrepreneur* sebenarnya. Meski memang ada saja jenis-jenis usaha yang tanpa harus banyak melakukan inovasi ia dapat bertahan dan membesarkan usahanya di era pandemi ini. Yang demikian namanya ia mendapat “berkah” dari adanya pandemi ini. Tentu yang dimaksud *entrepreneur* sebenarnya ialah, suatu usaha di era pandemi dan *new normal* ini, yang bisa melakukan inovasi-inovasi sedemikian rupa yang akhirnya ia bisa beradaptasi dan bahkan bisa bertahan dan membesarkan usahanya.

Jurus yang keempat adalah *development*. Pengembangan dalam situasi pandemi ini, menjadikan pelaku UMKM untuk merencanakan pengembangan dari bisnis yang sudah ada termasuk rencana *business plan* dan budget atau anggaran yang diperlukan. Pengembangan di sini adalah bagi mereka yang mampu bertahan di era pandemi ini. Ia sanggup melewati era transisi dari zaman normal ke era *new normal* dan mampu mengembangkan usahanya menjadi lebih banyak dan besar lagi. Ini karena memang bagi sebagian pihak pandemi ini justru mendatangkan keberkahan tersembunyi. Tak disangka justru di saat pandemi usahanya menjadi *booming* dan dicari masyarakat

konsumen. Jika demikian, maka ia harus berpikir cepat dan tepat untuk bisa mengembangkan usahanya. Setiap peluang sekecil apa pun harus bisa dimaksimalkan untuk mengembangkan usaha.

Ade Yuanda Saragih, VP and Country Head Zilingo memberikan tiga (3) tips bagi para pelaku UMKM agar siap memasuki era *new normal* (Fahrizal, 2020). *Pertama*, pelaku UMKM harus mengenali perubahan perilaku konsumen dan harus siap untuk melakukan transformasi secara proaktif. Pelaku UMKM harus memetakan pola perubahan perilaku konsumennya di era Covid-19 ini karena pandemi ini telah merubah cara berbisnis termasuk interaksi dengan pelanggannya serta mengetahui apa yang menjadi keinginan, harapan dan kebutuhan konsumen atau pelanggannya dalam menjalani kehidupan *new normal*-nya. Sebagai contoh perilaku belanja konsumen yang berubah dari konvensional menjadi secara daring atau *online*, dan pola belanja ini juga diprediksi akan menjadi pilihan yang populer setelah pandemi Covid-19 ini berakhir. Efek dari bekerja di rumah atau dari rumah juga sangat banyak. Yang mendapat porsi besar adalah produk kesehatan yang menjadi prioritas daripada produk wisata, produk boga, kecantikan, dan lain-lain untuk dipenuhi. Kemampuan membaca perubahan perilaku ini bisa mendatangkan peningkatan pendapatan tersendiri.

*Kedua*, pelaku UMKM harus memperkuat strategi pemasaran digital agar senantiasa terhubung dengan konsumen atau pelanggannya. Di masa pandemi Covid-19 ini, pelaku UMKM diharuskan untuk menggunakan *platform* media sosial yang dimiliki, hal ini digunakan tidak hanya untuk menawarkan produk baik barang maupun jasa yang sudah ada ataupun yang baru, tapi juga menciptakan jaringan pelanggan dalam komunitas sehingga pelanggan menjadi puas. Oleh karena itu, pelaku UMKM harus belajar dan cepat beradaptasi untuk mengembangkan strategi pemasaran yang sesuai dengan kondisi yang ada sekarang ini. Pelaku usaha harus memaksimalkan pemasaran melalui media *online*, media sosial, *market place* yang ada. Jangan segan-segan untuk menambah biaya *marketing online* yang memang menjadi cara yang lebih tepat di masa pandemi ini di saat pertemuan

langsung diminta untuk dihindari. Bagi yang belum biasa dibiasakan. Bagi yang belum bisa segera belajar. Bagi yang tidak mau belajar dan tidak mau beradaptasi siap-siap ditinggalkan pelanggannya dan bisa terseleksi secara alamiah alias gulung tikar di era pandemi ini.

*Ketiga*, pelaku UMKM harus senantiasa optimis di tengah masa pandemi Covid-19 yang sulit ini. Situasi pandemi Covid-19 ini selain menuntut pelaku UMKM untuk senantiasa melakukan inovasi maupun kreativitas dalam menjalankan bisnisnya di tengah situasi ekonomi yang masih belum stabil yang berdampak pada biaya operasional yang meningkat, juga dituntut untuk memperkuat psikologis dan memotivasi diri untuk tetap bertahan di tengah pandemi ini. Yang utama adalah semakin mendekatkan diri kepada Allah SWT, bahwa semua ini adalah ujian untuk memperkuat diri dan menjadi hamba-Nya yang senantiasa beriman dan bertaqwa kepada Allah SWT. Orang yang memiliki kekuatan jiwa, kesabaran, dan ketenangan dalam masa-masa sulit seperti sekarang ini, adalah seperti orang yang siap. Orang yang siap tentu berbeda dengan yang tidak siap apalagi tanpa persiapan. Keyakinan harus dipupuk bahwa di balik kesukaran ada kemudahan. Dengan berpikir positif dan cermat membaca peluang, kita bisa melalui masa-masa sulit ini dengan baik. Bahkan kita akan bisa jauh lebih baik dari masa sebelum pandemi ini karena kita telah melalui serangkaian ujian yang membuat kita harus semakin cerdas, efektif, sabar, kreatif, dan pandai memaknai semua kejadian untuk digunakan menjadi peluang kebaikan.

Terakhir, terkait dengan pemasaran yang merupakan ujung tombak dunia usaha harus bisa dan cepat beradaptasi. Karena cara hidup di era pandemi berbeda dengan keadaan normal. Untuk itu *marketing* diharapkan bisa memanfaatkan internet dan *online* sehingga mengurangi persebaran Covid-19. *Marketing* juga lebih bersifat personal mengingat orang lebih banyak diharapkan untuk berada dirumah dan mengurangi bepergian. *Marketing* juga akan banyak tertolong melalui kelompok-kelompok dunia maya seperti grup WA, IG, Youtube, dan aneka layanan medsos lainnya. Jaringan komunitas dan hubungan pertetangaan seperti antarwarga RT,

kampung atau kompleks juga sangat baik untuk pemasaran. Semua ini akan membawa banyak keuntungan di antaranya mudah, berbiaya murah, efisien, efektif, menambah silaturahmi antartetangga, dan lain-lain.

## **E. Kesimpulan**

Pandemi Covid-19 menuntut pelaku UMKM untuk senantiasa bisa beradaptasi agar bisa bertahan bahkan bisa mengembangkan usahanya. Kemampuan adaptasi dengan cara hidup baru, cara usaha baru harus selalu dilakukan dan ditingkatkan seiring dengan mengasah kemampuan untuk senantiasa terus membaca dinamika perubahan yang begitu cepat terjadi.

Adaptasi dan evaluasi pada setiap lini usaha; inovasi produk harus menjadi aktivitas yang semakin sering dilakukan dan dipertajam setiap saat dan dalam waktu yang lebih sering mengingat perkembangan yang cepat berubah. Pemasaran sebagai ujung tombak usaha juga perlu adaptasi yang tepat dan cepat, lebih bersifat personal, memanfaatkan kelompok atau grup WA, medsos, jaringan komunitas dan hubungan pertetanggaaan seperti antarwarga RT, kampung atau kompleks.

Selain itu, juga dituntut penguatan psikologis dan motivasi untuk tetap bertahan di tengah pandemi ini. Yang utama adalah semakin mendekatkan diri kepada Allah SWT, bahwa semua ini adalah ujian untuk memperkuat diri dan menjadi hamba-Nya yang senantiasa beriman dan bertaqwa kepada Allah SWT dan selalu baik sangka bahwa di balik kesusahan ada kemudahan. Di balik musibah ada berkah yang bisa diraih dalam usaha.

Pelaku UMKM diharapkan bisa beradaptasi dari kebiasaan, cara, dan strategi berbisnis metode konvensional menjadi nonkonvensional sehingga dapat bertahan di era “new normal” ini, bahkan UMKM akan bisa mendapatkan keuntungan yang lebih banyak dan berkah dari masa sebelumnya.

Sebagai harapan, pemerintah diharapkan bisa mengisi masa musibah ini dengan beragam kebijakan mendukung seperti

kemudahan akses internet, internet komunitas secara gratis, pelatihan *new life skill*, kemudahan membuka dunia kerja dan wirausaha, dan membebaskan pelaku usaha khususnya UMKM dari aneka pajak yang memberatkan.

## Daftar Pustaka

- Abdullah, I. (2020). New Normal, Momentum Transformasi Sosial Budaya. *Universitas Gadjah Mada*, (May), 1. Retrieved from <https://ugm.ac.id/id/berita/19479-new-normal-momentum-transformasi-sosial-budaya>
- Arif, N. (2020). Strategi UMKM dalam Menghadapi New Normal. Retrieved June 21, 2020, from <https://www.suara.com/yoursay/2020/05/27/134117/strategi-umkm-dalam-menghadapi-new-normal>
- Fahrizal, R. (2020). Tiga Tips untuk Pelaku UMKM Hadapi Era New Normal dari Zilingo. Retrieved from <https://infokomputer.grid.id/read/122199010/tiga-tips-untuk-pelaku-umkm-hadapi-era-new-normal-dari-zilingo?page=all>
- Mendukung, D., & Usaha, K. (2020). Keputusan menteri kesehatan republik indonesia nomor hk.01.07/menkes/328/2020 tentang panduan pencegahan dan pengendalian, 2019.
- Putsanra, D. V. (2020). Apa Itu New Normal dan Bagaimana Penerapannya Saat Pandemi Corona? Retrieved June 21, 2020, from <https://tirto.id/apa-itu-new-normal-dan-bagaimana-penerapannya-saat-pandemi-corona-fCSg>
- Sabandar, S. (2020). Jurusan COVID untuk UMKM di Tengah Pandemi Corona Covid-19. Retrieved May 5, 2020, from <https://www.liputan6.com/regional/read/4220085/jurus-covid-untuk-umkm-di-tengah-pandemi-corona-covid-19#>
- Sugianto, D. (2020). Sederet Alasan Ekonomi di Balik Rencana New Normal. Retrieved June 21, 2020, from <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5031215/sederet-alasan-ekonomi-di-balik-rencana-new-normal>
- Unpad, W. (2020). (Disampaikan pada Webinar Unpad tanggal 15 Mei 2020).

## BAB 4

# ARAH KONSUMSI RUMAH TANGGA DI ERA NEW NORMAL: PENDEKATAN TEORI KEYNESIAN

**Nisfatul Izzah**  
Universitas Widya Mataram  
Nisfatulizzah@gmail.com

### A. Pendahuluan

Setiap hari manusia membutuhkan makan, minum, dan kebutuhan pokok lainnya seperti pakaian, tempat tinggal, kendaraan dan sebagainya, sehingga mau tidak mau masyarakat suatu negara akan membeli semua barang/jasa tersebut guna memenuhi kebutuhannya. Menurut (Mankiw, 2011) konsumsi rumah tangga yaitu pembelian barang atau jasa yang bersifat tahan lama atau tidak tahan lama untuk kepentingan pribadi yang dikeluarkan rumah tangga.

Sejarah mencatat naik turunnya daya beli konsumsi rumah tangga masyarakat Indonesia misalnya pada era orde baru tahun 1965-1997 sekitar 7% dan sepanjang tahun 2000-2011 sebanyak 55%-58% sebagai penyumbang terbesar pertumbuhan perekonomian Indonesia atas Produk Domestik Bruto (PDB), Adapun 2011-2015 Indonesia mengalami penurunan pertumbuhan PDB hingga 5% (*year to year*), serta kondisi parah pada krisis finansial Asia 1998-1999 yang mengakibatkan Indonesia turun pada level 4.6% atau tumbuh -6,65% dari tahun-tahun sebelumnya (Indonesia Invesment, 2020).

Sementara itu (Badan Pusat Statistik, 2020a) melaporkan untuk periode 2015-2019 berdasarkan komponen pengeluaran, struktur ekonomi Indonesia pada tahun 2019 pendapatan nasional Indonesia didominasi oleh komponen konsumsi rumah tangga sebesar 56,62 persen.

Naik turunnya daya beli atau konsumsi rumah tangga tersebut di atas tergantung dengan pendapatan yang dihasilkan suatu masyarakat

yang pada akhirnya akan berdampak pada pendapatan perekonomian nasional sebagaimana teori konsumsi John Maynard Keynes dalam bukunya yang sangat terkenal *The General Theory of Employment, Interest, and Money* 1936 yang selanjutnya teori-teorinya dikenal dengan sebutan Keynesian. (Keynes, 2018)

Adapun akibat Covid-19 (Kemenkeu, 2020) memprediksi perkembangan perekonomian Indonesia pada awal kuartal 2020 berisiko turun di kuartal pertama dan kedua sebesar 2,3% pada skenario berat bahkan -0.4% pada skenario sangat berat yang salah satu faktornya adalah akibat melemahnya daya beli konsumsi masyarakat.

### SKENARIO OUTLOOK INDIKATOR UTAMA EKONOMI MAKRO

INDIKATOR	APBN	SKENARIO		KOMPONEN PDB PENGELUARAN (%)	APBN	SKENARIO	
		BERAT	SANGAT BERAT			BERAT	SANGAT BERAT
Pertumbuhan PDB (% yoy)	5,3	2,3	-0,4	Konsumsi RT	5,0	3,22	1,60
Harga ICP (USD/barel)	63	38	31	Konsumsi LNPRT	-1,6	-1,78	-1,91
Nilai Tukar Rupiah (Rp/USD)	14.400	17.500	20.000	Konsumsi Pemerintah	4,3	6,83	3,73
Inflasi (%)	3,1	3,9	5,1	PMTB	6,0	1,12	-4,22
				Ekspor	3,7	-14,00	-15,60
				Impor	3,2	-14,50	-16,65
				<b>Pertumbuhan PDB</b>	<b>5,3</b>	<b>2,3</b>	<b>-0,4</b>

Gambar 4.1 Skenario outlook Indikator Utama Ekonomi Makro pada *Press Conference* Kementerian Keuangan 1 April 2020. (Kemenkeu, 2020).

Upaya untuk memulihkan perekonomian Indonesia dari dampak pandemi Covid-19 ini Presiden Republik Indonesia pada 27 Mei 2020 di Komplek Istana Kepresidenan Bapak Joko Widodo telah menyiapkan *exit strategy* dengan sebuah wacana untuk menerapkan tatanan kehidupan baru atau *new normal*. *New normal* menurut Roger McNamee adalah suatu waktu di mana seseorang atau kelompok kemungkinan besar bersedia dengan permainan dan aturan baru untuk kehidupan jangka panjang (McNamee, 2004).

## **B. Pergerakan Indeks Konsumsi Rumah Tangga dan Paham Keynesian**

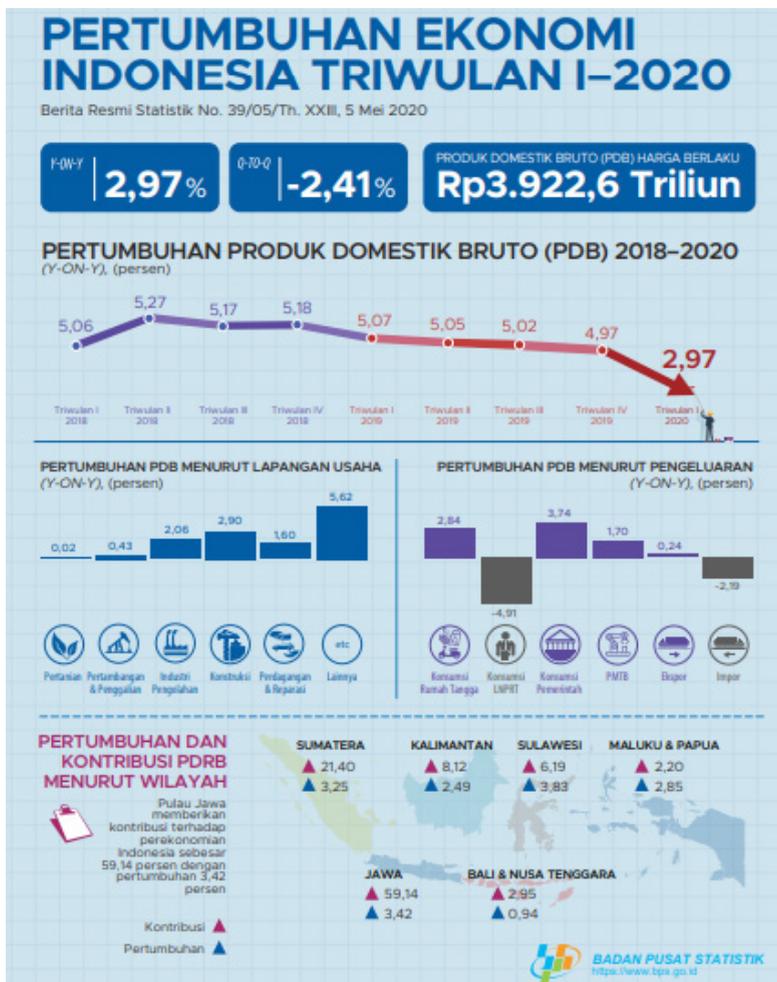
Sejak Covid-19 dinyatakan sebagai pandemi global dan masuk Indonesia pada awal kuartal 2020, perekonomian Indonesia banyak mendapatkan perhatian dari berbagai pakar ekonom Indonesia bahkan dunia dan World Bank. Sementara itu, menteri keuangan Sri Mulyani membuat skenario tingkat penurunan perekonomian Indonesia dari adanya dampak wabah ini dari yang berat 2,3% hingga sangat berat -0,4% yang bisa menjadikan kontraksi pada empat sektor utama yaitu rumah tangga, UMKM, korporasi dan sektor keuangan. Adapun sektor rumah tangga saat itu diprediksi menjadi sektor terbesar yang mengalami penurunan pada level 2.84%, jauh dari tahun sebelumnya yang dapat tumbuh pada 5% (Kemenkeu, 2020).

Sejalan dengan Kementerian Keuangan pada awal wabah masuk Indonesia, Bank Dunia juga memprediksi pertumbuhan ekonomi Indonesia bakal mengalami penurunan di bawah 5% bahkan ke titik 0 karena tidak mampu tumbuh dengan baik. Hal ini juga dilihat dari kemampuan daya beli konsumsi rumah tangga yang anjlok akibat banyaknya Pemutusan Hubungan Kerja (PHK), kepercayaan konsumen yang rendah akibat kegiatan ekonomi yang menurun (World Bank, 2020).

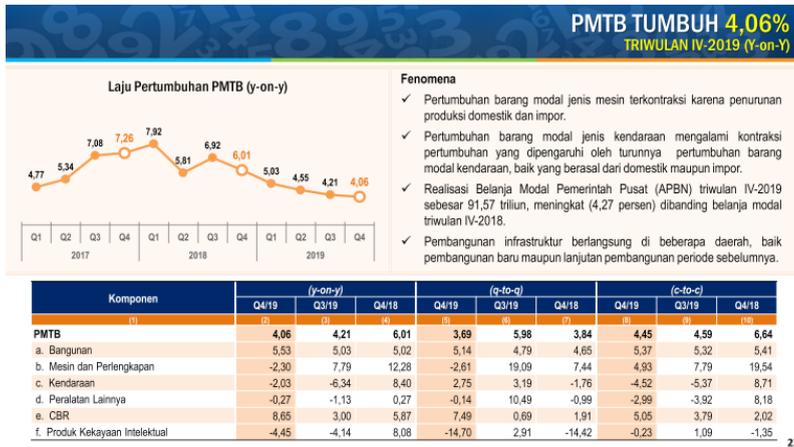
Kedua prediksi tersebut di atas kini terbukti dengan adanya laporan Badan Pusat Statistik yang mencatat tingkat konsumsi rumah tangga sejak adanya Covid-19 pada triwulan pertama 2020 melemah signifikan pada kuartal I-2020 dibandingkan dengan kuartal I-2019 dari ahir 2019 sebesar 5,03% menjadi 2,84% di awal 2020. Padahal konsumsi di Indonesia memiliki peran penting dalam pertumbuhan perekonomian hingga 57% kemudian disusul peran lainnya, seperti pembentukan modal tetap bruto 31,95%, impor serta ekspor barang dan jasa 17,57 % dan 17,43%, dan selebihnya konsumsi pemerintah 6,50%, perubahan inventori pada persentase 2,25%, serta konsumsi lembaga nonprofit rumah tangga persentasenya terendah hanya 1,28%. Sedangkan jika dilihat dari kontribusi daerah penyumbang konsumsi masyarakat, yaitu provinsi Jawa menjadi penyumbang

terbesar hingga 59% dengan pertumbuhan 3,42% dilanjutkan dengan Sumatra 21,40% dengan pertumbuhan 3,25% baru diikuti provinsi lainnya yang rata-rata di bawah 10% dari total pendapatan nasional. (Badan Pusat Statistik, 2020b)

Di bawah ini terdapat dua gambar pertumbuhan ekonomi Indonesia pada triwulan 1 tahun 2020 dan perbandingannya dengan triwulan IV tahun 2019 dari Badan Pusat Statistik sebagai berikut:



Gambar 4.2 Pertumbuhan Ekonomi Indonesia dari 2018 hingga awal 2020 terdiri dari Persentase PDM Menurut Pengeluaran dan Kontribusi PDRB Wilayah. (Badan Pusat Statistik, 2020b).



Gambar. 4.3 Tingkat konsumsi rumah tangga dari tahun 2017 hingga tahun 2019 di mana triwulan pertama masih lebih bagus 5.03% sebelum akhirnya turun ke level 4,06 %. (BPS, 2020)

Besarnya konsumsi dan pendapatan belanja rumah tangga menurut (Keynes, 2018) sangat berpengaruh terhadap fluktuasi ekonomi negara. Adapun besarnya jumlah konsumsi rumah tangga suatu masyarakat, tergantung dari pendapatan yang diperoleh. Perbandingan antara besarnya jumlah konsumsi terhadap pendapatan suatu masyarakat antara nol dan satu yang disebut sebagai *Marginal Propensity to Consume* (MPC) atau kecenderungan konsumsi marginal. Sedangkan untuk menghitung perbandingan tersebut perlu menggunakan sebuah hipotesis pengujian yang diberi nama Hipotesis Pendapatan Absolut (*absolut income hypothesis*) yang berbunyi “semakin besar pendapatan semakin tinggi pula konsumsi rumah tangga suatu masyarakat dan sebaliknya semakin kecil pendapatan semakin rendah daya beli di bidang konsumsi rumah tangga”.

Untuk lebih jelasnya berikut ini akan dijelaskan rumus untuk menghitung daya beli konsumsi rumah tangga ala John Maynard Keynes sebagai berikut:

$$C = a + bY$$

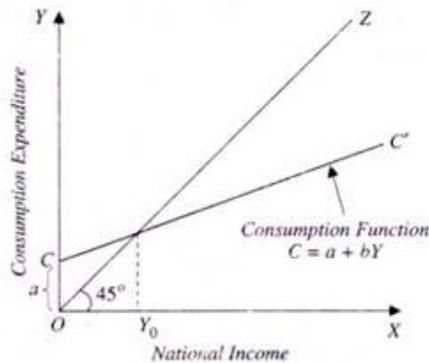
Keterangan:

$C_0$  = konsumsi (*consumption*)

$Y$  = pendapatan yang bisa digunakan untuk konsumsi

$a$  = Konstanta

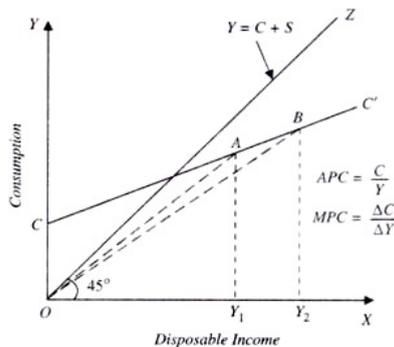
$b$  =Kecenderungan konsumsi Marginal



Gambar 4.4 Fungsi Konsumsi Linier Keynesian (Supriya Guru, 2020)

Jika kurva fungsi konsumsi ada pada garis  $45^\circ$  itu berarti jumlah konsumsi sama dengan pendapatan di setiap tingkat pendapatan. Sehingga peningkatan pendapatan akan meningkatkan konsumsi dengan jumlah yang sama, namun pada waktu tertentu garis kurva bisa menyimpang dari pusat yang berarti konsumsi tidak selalu sama dengan pendapatan, bisa saja konsumsi meningkat namun di sebesar total pendapatan. Hal ini karena masyarakat butuh untuk menyisihkan menjadi tabungan dikemudian hari.

Dari rumus konsumsi juga dapat diperoleh perbandingan jumlah konsumsi dibandingkan dengan pendapatan dalam bentuk rata-rata konsumsi atau *Average Propensity to Consume* (APC). Sedangkan untuk perubahan jumlah konsumsi akibat adanya penambahan pendapatan dihitung dengan *Marginal Propensity to Consume* (MPC) atau perubahan konsumsi yang terjadi karena pendapatan yang meningkat. Adapun kecenderungan mengkonsumsi rata-rata adalah sama di semua tingkat pendapatan sebagaimana gambar berikut ini.



Gambar 4.5 Kecenderungan penurunan rata-rata untuk mengkonsumsi dari Keynesian (Supriya Guru, 2020)

Sebagaimana penjelasan gambar kurva 4.4 bahwa konsumsi tidak selamanya sama dengan pendapatan melainkan dapat menyimpang ke arah yang lebih rendah dari pendapatan atau sebaliknya konsumsi lebih tinggi dari pendapatan yang menyebabkan terjadinya “*konsumsi otonomus*”. Adapun dalam kondisi terpuruk seperti Covid-19 ini atau kondisi akibat faktor lain yang membuat anjloknya suatu perekonomian dan menurunkan daya beli, maka teori Keynesian berpendapat supaya pemerintah mengambil peran untuk membantu masyarakatnya dengan memberikan bantuan kepada masyarakat miskin untuk digunakan sebagai alat belanja konsumsi rumah tangga. Karena sejatinya orang miskin yang tidak memperoleh penghasilan tidak akan menggunakan uangnya untuk menabung melainkan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi pokok yang hal ini akan kembali kepada pertumbuhan perekonomian suatu negara.

### C. Arah Daya Beli Rumah Tangga di Era *New Normal*

Dampak Covid-19 terhadap perekonomian dunia dan Indonesia memang sangat terasa tidak hanya pada segi kesehatan, tapi juga pada segi perekonomian nasional di berbagai negara. Maka peran pemerintah untuk memutus mata rantai penularan dengan membuat protokol kesehatan serta karantina wilayah menjadi penting. Selain itu, pemerintah idealnya juga harus bisa menjaga kondisi perekonomiannya selama pandemi. Adapun setelah 3

bulan masyarakat Indonesia diimbau di rumah saja dengan aturan ketat lainnya seperti Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) guna memutus mata rantai penularan. Adapun di awal April 2020 pemerintah sudah mulai memikirkan untuk menumbuhkan kembali perekonomian Indonesia yang anjlok akibat Covid-19, salah satunya dengan memberikan bantuan sosial kepada masyarakat miskin. Bantuan sosial yang dimaksud berupa bantuan sembako dan bantuan langsung tunai (BLT) sebagaimana yang disosialisasikan Juru Bicara Presiden pada awal April 2020 supaya masyarakat dapat bertahan hidup dengan membeli kebutuhan pokok rumah tangga (Kompas, 2020).

Peran pemerintah seperti ini sangat sesuai dengan apa yang digaungkan dalam teori Keynesian tersebut di atas, yaitu jika terjadi *great depression*, supaya pemerintah sudah sewajarnya harus turun tangan untuk meningkatkan belanja masyarakat, baik dengan cara meningkatkan pembelian barang dan jasa oleh pemerintah maupun dengan suplai uang selama daya beli menurun. Adapun terobosan ini untuk menjawab rumus konsumsi tersebut di atas bahwa pendapatan perekonomian terjadi dari konsumsi yang dilakukan seseorang yang membelanjakan kepada seorang penyedia barang dan jasa supaya penjual terbantu penghasilannya, sehingga otomatis secara terus menerus siklus transaksi ekonomi berlanjut yang ujungnya lambat laun dapat membuat perekonomian berjalan secara normal kembali (Keynes, 2018).

Adapun harapan pemerintah terhadap kasus penurunan perekonomian akibat pandemi Covid-19 selama tiga bulan terakhir di triwulan pertama 2020 yaitu dengan melakukan *exit strategy* berupa wacana menjalankan kenormalan baru yang selanjutnya disebut dengan *new normal*.

*New normal* adalah tentang kehidupan dan waktu yang nyata untuk beraktivitas dengan segala cara, pola dan kebiasaan baru yang bisa jadi membutuhkan waktu yang lama dalam adaptasi menjalankan tatanan kehidupan yang sangat berbeda dengan sebelumnya. Namun mempelajarinya dan menjalankannya dengan benar meski pelan dan

butuh waktu lama itu lebih baik dari pada cepat namun tidak tepat. (McNamee, 2004)

Penggunaan kata *new normal* sebelumnya juga digunakan dalam bidang rumah tangga yang harus menyesuaikan dengan model keluarga normal yang bahagia dengan membesarkan anak-anak dengan baik (Walsh, 2012). Dalam bidang masalah keuangan, pekerjaan, dan layanan pemerintah daerah untuk pemulihan ekonomi setelah terjadi resesi, pecahnya gelembung perumahan dan krisis perbankan pada 2008. (Martin, Levey and Cawley, 2012)

Adapun wacana penerapan *new normal* di Indonesia dalam tatanan kehidupan baru dengan protokol kesehatan setelah masa pandemi masih mengalami pro kontra di masyarakat di awal pengumumannya. Hal ini karena Indonesia dinilai belum layak menjalankan kenormalan baru meski sudah ada protokol untuk tetap mengenakan masker, jaga jarak, dan tidak berkerumun, serta rajin cuci tangan. Standar tersebut dirasa Indonesia masih jauh untuk penerapan *new normal* seperti pada negara lain yang telah turun kasus Covidnya, serta siap untuk memenuhi kriteria atau standar *new normal* dari WHO.

Menurut (WHO, 2020) setidaknya ada 6 (enam) kriteria pelaksanaan *new normal* yaitu:

1. Pertama, penularan Covid-19 setempat harus sudah terkendali dan terisolasi di tiap wilayah.
2. Kedua, kapasitas infrastruktur kesehatan harus baik.
3. Ketiga dapat menekan impor dan kasus dari luar daerahnya.
4. Keempat, adanya prosedur standar operasional (SOP) pemerintah untuk mengantisipasi jika kasus merebak pada suatu wilayah tertentu.
5. Kelima, semua sektor harus siap menjalankan protokol baru
6. Keenam, harus ada sikap suportif dari masyarakat, kepastian hukum, kanal laporan, masukan, dan pusat aduan masyarakat.

Terlepas dari pro kontra waktu yang tepat untuk diterapkannya *new normal* di Inonesia. Penulis dalam bab ini akan mengulas pendapat

terkait dengan arah konsumsi rumah tangga di era *new normal* dengan pendekatan teori konsumsi Keynesian sebagaimana beberapa data yang ada pada bab sebelumnya (subbab B) tentang gerak konsumsi rumah tangga dan paham Keynesian.

Adapun arah konsumsi rumah tangga masyarakat menurut penulis akan mengalami beberapa rutinitas dan perilaku baru dan kebiasaan konsumsi baru. Meminjam istilah perusahaan analisis data dan AI ADA perilaku baru dan konsumsi baru di sebut dengan istilah "*crisis persona*". Berikut ini adalah perubahan dan arah konsumsi yang mungkin terjadi di era *new normal* dengan asumsi penulis menggunakan pendekatan postulat teori konsumsi Keynesian yang setidaknya ada 3 hal yaitu:

### **1. Perubahan permintaan untuk barang menyebabkan perubahan produksi.**

Barang konsumsi yang dibutuhkan konsumen selama pandemi dan dimasa *new normal* akan tinggi dalam penyerapan produk perlengkapan rumah tangga seperti sayur, buah, vitamin, daging, serta produk kesehatan dan produk kebersihan seperti *hand sanitizer*, sabun mandi, sabun cuci tangan, dan sabun cuci pakaian, serta sabun pel lantai, dan konsumsi listrik serta konsumsi rumah tangga lainnya yang dapat mendukung keberhasilan pemutusan dan pencegahan rantai penularan pandemi.

Begitu pula dengan pola transaksi belanja konsumen. Ke depan pembelian secara *online* menjadi alternatif mengurangi kerumunan, sehingga wajar jika menjadi primadona dalam metode belanja di era *new normal* dan akan berdampak signifikan pada segmen produk yang berkolerasi dengan metode penjualan *online*, misalnya akan meningkatkan pengeluaran biaya di bidang komunikasi, sehingga pengusaha alat komunikasi dan internet akan sangat terbantu dalam peningkatan pendapatan usahanya.

Adapun dari sisi produsen akan banyak berubah produk bisnisnya, misalnya pabrik kosmetik jika tidak berubah sama sekali kemungkinan akan menambah segmen produk baru seperti masker wajah dan *hand*

*sanitizer* yang ramah dengan kulit masyarakat Indonesia sekaligus dapat menyehatkan kulit yang menggunakannya. Hotel dan restoran akan merambah dengan bisnis pelayanan *catering* rumahan dan jasa servis seperti perbaikan AC.

Tidak hanya produknya yang ditingkatkan variasi segmennya, tetapi pihak produsen juga akan melengkapi fasilitas yang akan menunjang jalannya produksi dengan memperhatikan protokol pencegahan, misalnya di tempat kerja kantor dan industri perusahaan memiliki area atau ruang terpisah untuk karyawan yang suspek atau diduga memiliki gejala virus corona, serta memberikannya hak selama isolasi bagi karyawan. Hal ini sesuai dengan Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor HK.01.07/ MENKES/ 328/2020 tentang Pedoman untuk Mencegah dan Mengendalikan Covid-19 (KemenKes RI, 2020).

## **2. Perubahan produksi menyebabkan perubahan pendapatan**

Pada awal *new normal* pendapatan tidak akan naik dengan cepat karena sebagian masyarakat masih enggan beraktivitas di luar rumah sampai obat virus ditemukan dan kasus Covid benar-benar tidak ada, sehingga tingkat konsumsi tetap berada di level bawah. Sepinya toko-toko serta penutupan beberapa pusat perbelanjaan selama Covid-19 mengakibatkan sektor rumah tangga banyak yang kehilangan pendapatan akibat tidak dapat bekerja untuk memenuhi kebutuhan dasarnya terutama bagi keluarga rentan di sektor informal dan keluarga miskin.

Butuh waktu yang tidak sebentar untuk mengembalikan kepercayaan konsumen untuk membeli barang dan menggunakan jasa yang selama pandemi tutup atau dihentikan seperti jasa perawatan tubuh untuk ibu-ibu rumah tangga, tukang pijat dan lainnya yang membutuhkan interaksi sentuhan langsung antara penyedia jasa dengan konsumen.

Kesanggupan produsen dalam memproduksi secara massal barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat secara cepat juga belum tentu bisa. Hal ini disebabkan jumlah karyawan yang sudah

terlanjur di PHK, sehingga konsumen akan dengan mudah beralih ke tempat lain yang dapat dengan mudah memenuhi kebutuhannya. Misal masker tidak selalu harus ke apotik namun bisa ke pengusaha rumahan pembuat masker atau justru dapat membuat masker sendiri dengan memanfaatkan bahan sisa/ perca. Hal ini dapat menghemat pengeluaran konsumen namun menurunkan pendapatan bagi apotek dan produsen masker yang selama ini sudah konsen di bidang pembuatan masker.

Menurut teori Keynesian permintaan barang tidak selalu sama dengan penawaran karena *income* tidak selamanya dibelanjakan melainkan sebagian ditabung (*saving*). Semangat masyarakat dalam menabung dengan mengurangi volume belanja kebutuhan rumah tangga akan berakibat dengan kelebihan stok barang atau kelebihan produksi barang (penawaran). Sementara ketidakseimbangan penawaran dengan permintaan akan berdampak kurang baik terhadap perekonomian negara. Ada dua akibat dalam hal ini: *Pertama*, para produsen akan mengurangi jumlah produksi mereka pada tahun berjalan dan tahun periode berikutnya. Hal ini berarti *output* akan berkurang yang akhirnya akan berdampak sangat serius terhadap variabel makro, akibatnya *income*, lapangan, pekerja, konsumsi, investasi dan seterusnya akan menurun. *Kedua*, akibat dari turunnya *output* barang (GDP) dan *income* maka harga-harga akan turun. Seandainya harga barang dan harga tenaga kerja bersifat fleksibel dan turun sebanding dengan penurunan *income*, sesuai dengan hukum permintaan dan penawaran. Dengan demikian kemungkinan untuk kembali perekonomian jatuh meski sudah menerapkan *new normal* itu sangat besar untuk masa uji coba *new normal*.

### **3. Perubahan pendapatan menyebabkan perubahan permintaan barang.**

Konsumsi rumah tangga saat pandemi tidak hanya menurunkan daya beli masyarakat tetapi juga mengubah pola konsumsi rumah tangga masyarakat mulai dari pemilihan produk kesehatan hingga produk-produk yang terjamin kebersihan dan keamanannya dari penyebaran Covid-19. Survei membuktikan sejak terjadinya Covid-19

sebanyak 46,8% ibu rumah tangga senang memasak sendiri, tingkat konsumsi vitamin dari 35,1% menjadi 58,6%. Hal ini menjadi salah satu indikator masyarakat yang tergerak untuk hidup lebih sehat walaupun masih ada yang mengkonsumsi makanan cepat saji seperti makanan kaleng, mie instan, *frozen food* sebesar 27,9% responden dan 47,7% responden akibat masyarakat sulit menemukan produk kesehatan yang dimaksud dengan kebutuhannya. Sehingga untuk memenuhi pola hidup yang sehat ini para konsumen juga mengalami perubahan dalam hal kesetiaan pada salah satu *brand* produk industri, masyarakat lebih memikirkan apakah saya mendapatkan barang yang saya butuhkan atau tidak daripada sekadar memikirkan barang merek apa yang saya inginkan, sehingga loyalitas *customer* terhadap suatu *brand* menurun dari 75,7%, 79,3%, hingga 93,7% untuk produk makanan minuman, kesehatan, hingga produk higienitas (Fetry Wursanti, 2020).

Pandemi tidak hanya mengubah daya beli dan pola konsumsi masyarakat (kualitas), tetapi juga akan mengarah pada pembelian produk prioritas dengan jumlah yang tidak terlalu banyak pada segmen produk tertentu, misal jika selama ini seseorang ganti baju bisa tiga kali sehari maka menurut penulis dengan keterbatasan kegiatan di era *new normal* nanti akan membuat seseorang yang tidak bekerja di luar mengurangi kebutuhan beli baju baru karena tidak ada alasan untuk berpergian jauh, rutin, serta ramai. Serta banyak contoh lainnya yang mengalami perubahan kuantitas yang awalnya membutuhkan banyak barang menjadi memilih untuk belanja dengan jumlah sedikit yang disebabkan oleh penurunan pendapatan masyarakat.

Adapun jika tetap harus melakukan pengeluaran yang sama dengan biasanya bahkan terpaksa harus meningkatkan jumlah belanja namun dengan kondisi pendapatan yang minim atau nol, bahkan minus yang bisa mengakibatkan terjadi konsumsi otonomus, maka jalan keluar yang diberikan oleh Keynes adalah harus ada keterlibatan pemerintah dalam mensejahterakan masyarakat melalui bantuan untuk menstimulus daya beli atau memulai konsumsi dengan prioritas daya beli demi kelangsungan kesejahteraan masyarakat dan negaranya.

Teori Konsumsi Keynes menyatakan bahwa “daya beli konsumsi seseorang dan tabungan dipengaruhi oleh pendapatannya, sehingga semakin besar pendapatan semakin banyak jumlah konsumsi dan jumlah tabungannya, dan sebaliknya jika pendapatan kecil, maka konsumsi dan tabungan ikut kecil“. Hal Ini didasarkan pada kecenderungan mengkonsumsi marginal = MPC (*Marginal Propensity to Consume*) sehingga kemungkinan besar masyarakat dengan pendapatan kecil atau miskin yang menerima bantuan uang dari pemerintah juga akan dibelanjakan kembali untuk kebutuhan pokok semua tanpa sisa untuk menabung.

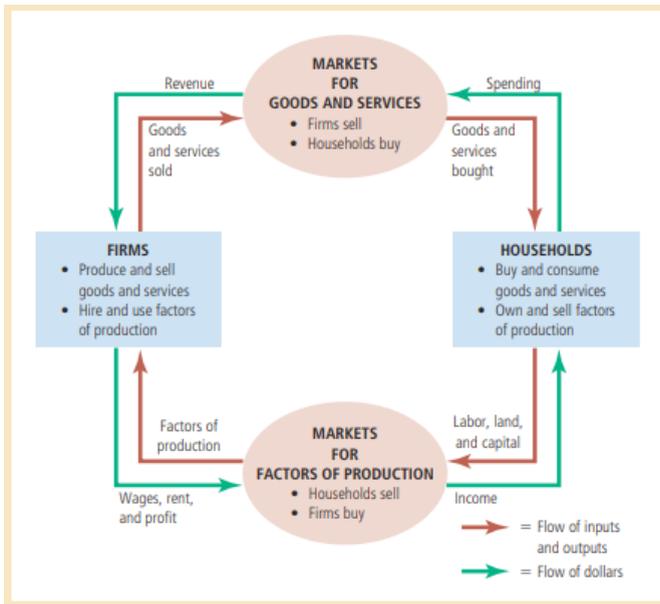
Adapun sebab seseorang lebih memilih menahan uang pada era *new normal* jika di kaitkan dengan pendekatan Keynesian adalah:

1. Motif transaksi (*transaction motive*), masyarakat melakukan pembayaran untuk kebutuhan setiap hari yang harus secara tunai, namun pilihan transaksi dengan *online* tetap menjadi idola masyarakat di era baru sehingga uang tunai akan lebih sedikit untuk beredar.
2. Motif berjaga-jaga (*precautionary motive*) untuk keperluan di masa mendatang. Masyarakat juga cenderung mengurangi belanja yang bersifat investasi dan hobi seperti rumah, mobil, dan sebagainya dalam waktu dekat, untuk berjaga-jaga memenuhi kebutuhan yang tidak dapat diperoleh dengan mudah jika menjual kembali produk yang mahal tersebut, karena kepercayaan masyarakat terhadap produk-produk mahal ini masih rendah. Namun bagi seseorang yang belum memiliki mobil dan kendaraan pribadi namun cukup pendapatan bisa saja sebaliknya akan membeli mobil untuk menghindari menggunakan fasilitas umum yang berisiko terhadap penularan Covid-19. Artinya motif berjaga-jaga ini tergantung siapa konsumennya dan hanya bisa dilakukan oleh semua lapisan masyarakat baik yang berpenghasilan menengah ke atas karena sudah terpenuhinya kebutuhan primer sehingga uangnya tidak dikeluarkan semua atau justru oleh masyarakat berpenghasilan rendah, karena takut ke depan jika ada sesuatu yang dibutuhkan tidak ada pendapatan yang dapat menjadi kelangsungan hidupnya

karena Covid yang belum diketahui akan berhenti selamanya dan tidak akan terulang lagi atau masih akan terjadi fase-fase baru .

3. Motif spekulasi (*speculation motive*) dalam kondisi normal masyarakat menahan uang untuk kegiatan spekulasi, yaitu disimpan atau digunakan untuk membeli surat-surat berharga, seperti obligasi pemerintah, saham, atau instrumen lainnya. Namun dalam kondisi *new normal* nanti motif ini masih akan berlaku bagi mereka dengan pendapatan yang makin meningkat selama pandemi dan tatanan baru ini, mereka itu di antaranya adalah para pengusaha jasa komunikasi, internet, aplikasi *meeting online* seperti Zoom, Skype, dan sejenisnya, pengusaha kesehatan dan higienitas yang memiliki konsumen setia, serta masyarakat lainnya yang tidak terkontraksi pendapatannya oleh sebab wabah Covid-19.

Sejalan dengan postulat teori Keynesian dan pandangan penulis tentang arah keputusan konsumsi rumah tangga di era *new normal* di bawah ini penulis sajikan sebuah gambar skema antara produksi oleh pengusaha sebagai penjual dengan kebutuhan konsumsi masyarakat sebagai pembeli dengan diagram lingkaran aliran yang dipopulerkan oleh Mankiw dalam bukunya *Principles of Economics* di mana dalam diagram tersebut sejalan dengan tiga postulat teori konsumsi Keynesian yang saling berpengaruh antara produksi dengan permintaan barang, pendapatan dengan konsumsi, dan pendapatan dengan perubahan barang sebagaimana diagram di bawah ini:



Gambar 4.6 Diagram Lingkaran Aliran sebuah skema representasi organisasi ekonomi interaksi antara perusahaan dan konsumsi rumah tangga. (Mankiw, 2011)

Selain pendapatan yang dapat mempengaruhi jumlah penyerapan konsumsi khususnya produk yang mendukung gizi rumah tangga adalah jumlah dalam keluarga yang sedikit dengan yang banyak, status ekonomi kaya atau miskin, serta usia kepala rumah tangga yang produktif atau tidak lagi produktif. (Sukandar *et al.*, 2014). Keluarga dengan gambaran tersebut akan kesulitan memperoleh konsumsi gizi yang cukup dibanding dengan keluarga yang jumlahnya sedikit, kaya dan kepala rumah tangganya yang produktif. Sehingga dengan data tersebut di atas penulis berpendapat bahwa masyarakat dengan jumlah keluarga yang banyak, serta miskin dan kepala rumah tangga yang sudah tidak produktif dalam berkarya di era *new normal* adalah kelompok masyarakat yang tetap harus diperhatikan dengan sungguh-sungguh oleh pemerintah karena rentan dengan ketidakmampuan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi dan semakin mengalami kesulitan untuk bangkit dan berbelanja seperti sebelum adanya Covid-19 maupun sebelum *new normal*.

Meski sampai dengan tulisan ini dimuat penulis belum melakukan penelitian secara mendalam, tetapi hipotesa penulis sementara ini adalah “masyarakat dengan jumlah keluarga besar, miskin dan kepala rumah tangga yang tidak produktif di era *new normal* akan dapat kembali bekerja, namun pendapatannya tidak semua untuk konsumsi rumah tangga, tetapi sebagian untuk mengembalikan utang yang dipinjam selama *social distance* atau untuk pemulihan dalam berbagai aspek sebelum benar benar menjalankan kehidupan normal kembali”.

Akhirnya supaya ekonomi Indonesia kembali normal, maka ekonomi kerakyatan bisa menjadi pilihan pascapandemi. Sambil menunggu benar-benar *new normal* diterapkan sesuai standar, maka sekali lagi penulis mengutip apa yang disampaikan Keynes sebagai solusi untuk mengembalikan ke arah pertumbuhan ekonomi yang baik pascamengalami depresi ekonomi adalah dengan meningkatkan stimulus daya beli masyarakat dengan cara peningkatan defisit belanja pemerintah, penurunan tarif pajak, atau penurunan tingkat suku bunga dengan sebuah kebijakan ekonomi makro kontra-siklus (*counter-cyclical macroeconomic policies*). Adapun dalam kasus Covid-19, pemerintah selain memberikan stimulus bantuan konsumsi rumah tangga, juga dapat memperhatikan para pengusaha kecil dalam membantu mengembalikan daya produksinya. Jika perlu pemerintah juga membantu dalam biaya tenaga kerja para pengusaha kecil, seperti yang dilakukan negara Republik Ceko (Universitas Widya Mataram, 2020). Hal ini karena menurut hemat penulis akan menstimulus perekrutan karyawan kembali yang telah di-PHK yang berarti akan mengurangi pengangguran sehingga dengan gaji sebagai pekerja akan meningkatkan daya beli konsumsi rumah tangganya.

Adapun yang dimaksud penulis dengan kebijakan berupa ekonomi kerakyatan adalah sistem ekonomi kerakyatan yang sendi utamanya adalah kembali kepada UUD 1945 pasal 33 ayat (1), (2), dan (3) yaitu menghidupkan koperasi dan keterlibatan aktif perusahaan negara, serta perusahaan swasta yang tidak menguasai hajat hidup orang banyak. Selain itu, memprioritaskan dengan berbelanja ke

tetangga dekat dan teman adalah wujud gotong royong yang dapat menumbuhkan jiwa Pancasila.

Mengakhiri pendapat ini, penulis menutup dengan makna ekonomi kerakyatan yang diusung Prof. Mubyarto dengan menekankan Sistem Ekonomi Nasional Indonesia yang berazas kedaulatan rakyat, kekeluargaan, serta bermoral Pancasila, dan menunjukkan pemihakan ekonomi rakyat dengan sungguh-sungguh. Adapun syarat mutlak berjalannya sistem ekonomi nasional yang berkeadilan sosial adalah berdaulat di bidang kemandirian ekonomi, di bidang politik, dan berkepribadian budaya. Konsep ekonomi kerakyatan yang dimaksud di sini adalah menekankan penjabaran konsep Sistem Ekonomi Pancasila (SEP) di mana rakyat sebagai individu yang mendapatkan keadilan, kemakmuran sebagaimana pada sila ke-4 yaitu, kerakyatan yang dipimpin oleh hikmat kebijaksanaan dalam permusyawaratan/perwakilan (Wijayanto, 2016).

## Daftar Pustaka

- Badan Pusat Statistik (2020a) *Pendapatan Nasional Indonesia*.
- Badan Pusat Statistik (2020b) 'Statistik Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan I-2020', *Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan IV-2019*, (17), pp. 1–12. Available at: <https://www.bps.go.id/pressrelease/2020/02/05/1755/ekonomi-indonesia-2019-tumbuh-5-02-persen.html>.
- BPS (2020) *Berita Resmi Statistik 5 Feb 2020*.
- Fetry Wursanti (2020) *Pola Konsumsi Berubah, Saat Pandemi Tidak ada Loyalitas Brand, Media Indonesia*. Available at: <https://mediaindonesia.com/read/detail/314394-pola-konsumsi-berubah-saat-pandemi-tidak-ada-loyalitas-brand> (Accessed: 17 June 2020).
- Indonesia Investment (2020) *Produk Domestik Bruto Indonesia, Indonesia-Investment*. Available at: <https://www.indonesia-investments.com/id/keuangan/angka-ekonomi-makro/produk-domestik-bruto-indonesia/item253> (Accessed: 18 June 2020).
- KemenKes RI (2020) 'Panduan Pencegahan Dan Pengendalian Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) Di Tempat Kerja Perkantoran Dan

- Industri Dalam Mendukung Keberlangsungan Usaha Pada Situasi Pandemi', 2019.
- Kemenkeu (2020) 'Langkah Penguatan Perlindungan Sosial dan Stimulus Ekonomi Menghadapi Dampak Covid-19', *Official Press Conference*, (April), pp. 1–41. Available at: <https://www.kemenkeu.go.id/media/14790/materi-konferensi-pers-1-april-2020.pdf> - 8 Juni 2020, pk. 03:15 WIB.
- Keynes, J. M. (2018) *The general theory of employment, interest, and money*. Springer.
- Kompas (2020) *Simak! Daftar 3 Bantuan Sosial Khusus untuk Hadapi Wabah Virus Corona*, *Kompas.Com*. Available at: <https://www.kompas.com/tren/read/2020/04/11/190000665/simak-daftar-3-bantuan-sosial-khusus-untuk-hadapi-wabah-virus-corona?page=all#page2> (Accessed: 18 June 2020).
- Mankiw, N. G. (2011) *Principals of economics, The effects of brief mindfulness intervention on acute pain experience: An examination of individual difference*. doi: 10.1017/CBO9781107415324.004.
- Martin, L. L., Levey, R. and Cawley, J. (2012) 'The "new normal" for local government', *State and Local Government Review*. Sage Publications Sage CA: Los Angeles, CA, 44(1\_suppl), pp. 17S-28S.
- McNamee, R. (2004) *The New Normal, Polly Labarre FastCompany*. Available at: [https://www.fastcompany.com/46387/new-normal?position=1&campaign\\_date=06232019](https://www.fastcompany.com/46387/new-normal?position=1&campaign_date=06232019) (Accessed: 7 June 2020).
- Sukandar, D. *et al.* (2014) 'Studi Ketahanan Pangan Pada Rumahtangga Miskin Dan Tidak Miskin', *Gizi Indonesia*, 29(1). doi: 10.36457/gizindo.v29i1.24.
- Supriya Guru (2020) *Consumption Function: Concept, Keynes's Theory and Important Features*, *yourarticlelibrary.com*. Available at: <https://www.yourarticlelibrary.com/economics/consumption-function/consumption-function-concept-keyness-theory-and-important-features/37745> (Accessed: 20 June 2020).
- Universitas Widya Mataram (2020) 'Memasuki era kenormalan baru: Pembelajaran dari Indonesia dan Republik Ceko'.
- Walsh, F. (2012) 'The new normal: Diversity and complexity in 21st-century families.', in *Normal family processes: Growing diversity*

*and complexity, 4th ed.* New York, NY, US: The Guilford Press, pp. 3–27.

WHO (2020) *WHO Director-General's opening remarks at the media briefing on COVID-19 - 13 April 2020, WHO.* Available at: <https://www.who.int/dg/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19--13-april-2020> (Accessed: 10 June 2020).

Wijayanto (2016) *Mubyarto: Jayalah Ekonomi Kerakyatan!, Brikolase.* Available at: <http://www.brikolase.com/2016/10/03/mubyarto-jayalah-ekonomi-kerakyatan/> (Accessed: 20 June 2020).

World Bank (2020) *Indonesia Overview-World Bank, The World Bank IBRD-IDA.* Available at: <https://www.worldbank.org/en/country/indonesia/overview> (Accessed: 19 June 2020).

# BAB 5

## PUBLIC RELATIONS DALAM MENYAMBUT “THE NEW NORMAL”

**Shulbi Muthi Sabila Salayan Putri**  
Universitas Widya Mataram Yogyakarta  
shulbi.muthi@gmail.com

### A. Pendahuluan

Seperti yang kita ketahui, membantu mengelola reputasi dengan berkomunikasi serta membangun relasi yang baik dengan seluruh pemangku kepentingan khususnya publik adalah sebuah keefektifan dari Humas atau yang kini lebih dikenal *Public Relations* ( PR). Bagi seorang PR, publik memiliki peran yang sangat penting, di mana setiap publik memiliki pandangan tentang suatu perusahaan/organisasi, dari bagaimana menjalin hubungan, berinteraksi, serta kesan-kesan yang dirasakan dari komunikasi antara kedua belah pihak. Berikut juga dengan masukan, pandangan, komentar, keluhan akan secara langsung diberikan oleh publik itu sendiri. Interaksi ini akan sekaligus menciptakan opini publik terhadap aktivitas komunikasi yang telah dilakukan oleh perusahaan (Arief and Saputra, 2019).

Revolusi industri yang kita alami, menuntut perubahan pada perusahaan sehingga memberikan pengaruh pada profesi-profesi yang ada termasuk profesi PR. Sejalan dengan revolusi industri, maka terjadi pula evolusi pada peran, fungsi serta tugas PR. Pada era PR 1.0, tugas dijalankan secara tradisional, di mana monitoring secara manual dilakukan setiap harinya oleh para praktisi PR. Media cetak seperti koran, majalah, televisi menjadi andalan dan sumber informasi. Bentuk komunikasi yang vertikal dari satu sumber komunikasi terhadap banyak audiens, atau *one to many* digambarkan oleh PR pada 1.0, sehingga aktivitas PR 1.0 menggambarkan PR sebagai komunikator. Kemudian, masuk ke era PR 2.0 di mana di sinilah media *online* terlahir. Komunikasi yang semula hanya vertikal, menjadi horizontal alias

saling berhubungan. PR menjadi *connector* para audiens. Kemudian media cetak bertransformasi menjadi *platform* digital. Masuk ke era PR 3.0 di mana media yang paling banyak diminati dan digunakan oleh publik adalah media sosial. Pada era inilah *citizen journalism* atau lebih dikenal jurnalisme warga bermunculan. Signifikansi perubahan terjadi pada era ini, di mana jika dulu hanya wartawan yang dapat membuat berita, saat ini siapa pun dapat mengunggah berita. Tugas PR pada era ini tidak hanya memonitor media *offline* dan *online* namun juga media sosial, sehingga potensi berita yang baik dan buruk dapat muncul kapan pun.

Tibalah kita pada era 4.0, di mana era *big data* hadir. Memang dampak dari fenomena ini belum begitu terasa saat ini. Namun pada kenyataannya *Artificial Intelligence* (AI) ataupun robot sudah mampu mencari bahan, menulis, serta aktivitas lainnya. PR sudah mulai memanfaatkan perangkat yang berfungsi untuk meringkas dan juga memudahkan tugas PR. Selain itu, pengelolaan *platform* untuk konten audio, video dan digital serta pengelolaan data analitik dapat dilakukan oleh teknologi AI. Maka dari itulah PR diharuskan berpikir secara futuristik karena transformasi PR adalah sesuatu yang mutlak dalam era revolusi industri. Kompetensi PR juga harus diperbarui, baik di bidang teknologi maupun nonteknologi. Perpaduan unik antara nalar, intuisi, emosi, empati, serta kreativitas yang tak terbatas dan *out of the box* yang dimiliki oleh seorang PR inilah yang tidak ada pada robot berteknologi AI. Namun, PR juga harus dapat mengimbangi kemampuannya dalam analitik, digital, konten, membangun relasi serta memiliki spesialisasi. Di samping itu, integritas seorang PR juga harus diperhatikan di mana PR tidak boleh mudah terpengaruh arus isu yang beredar di masyarakat. Pengecekan ulang atas isu dan berita-berita yang beredar harus dilakukan sehingga dengan begitu integritas seorang PR tidak menurun di era industri 4.0 ini. Tata kelola atau *good governance* dan transparansi harus selalu dimiliki oleh seorang PR dan tidak hanya menjawab sesuatu yang berkaitan dengan kebutuhan *stakeholders*, melainkan juga seluruh warga negara. Jika kita lihat lagi lebih jauh, PR tidak dapat bergerak secara individual dalam menjalankan tugas dan perannya di era digital ini. Sinergi

antarpraktisi, baik pemerintah, swasta, maupun akademisi sangatlah diperlukan, sehingga ekspektasi *stakeholders* yang berkali-kali lipat terhadap fungsi praktisi PR dapat tertangani dengan baik. Tidak hanya sampai di situ, belum tuntas kita menggodok perubahan era industri 4.0, telah lahir kembali era 5.0 di mana PR harus memiliki pemikiran yang mengglobal, kemampuan riset, teknologi dan juga etika keprofesionalan. Mengingat *The Role of PR* adalah mengetahui performa dan reputasi dalam perusahaan/organisasi kita sendiri. Dengan konsep *society 5.0* yang mendekati ke kehidupan dengan segala kemudahan teknologi, ini akan memaksa kita menjadi kaum yang produktif dalam segala aspek dan dengan segala kecerdasan teknologi.



Gambar 5.1 The Public Relations (Sabila, 2020)

Kondisi yang tengah kita hadapi saat ini yaitu bencana non-alam Covid-19 tanpa disangka-sangka melahirkan sebuah era baru yang kita kenal saat ini dengan *The New Normal* atau normal baru. Namun, sebenarnya, apa yang kita pahami mengenai Normal Baru ini? *New normal* atau normal baru adalah perubahan perilaku untuk tetap menjalankan aktivitas normal seperti biasa namun dengan tetap menerapkan protokol kesehatan guna mencegah terjadinya penularan

Covid-19 mengingatkan vaksin virus ini belum ditemukan hingga saat ini. Kondisi ini diibaratkan sebagai sebuah cara untuk berdamai dengan Virus Covid-19 itu sendiri. Lantas era baru pascapandemi ini menuntut seluruh industri dunia untuk beradaptasi dan berinovasi guna memulihkan kembali pertumbuhan ekonomi.

## **B. Industri PR dalam *New Normal***

Di masa pandemi Covid-19, elemen komunikasi sangat penting dan sangat dibutuhkan. Peran PR menjadi strategis, ketika komunikasi harus dipastikan berjalan dengan solid baik di kalangan internal maupun eksternal. Tak terkecuali PR juga harus mampu tanggap, cepat, dan responsif dalam beradaptasi, berinteraksi dengan metode-motode baru. Industri kehumasan (PR) saat ini juga dituntut untuk berinovasi dan melakukan improvisasi untuk mencari peluang bisnis di tengah kondisi krisis saat ini. Servis-servis baru juga harus dikembangkan guna memenuhi kebutuhan klien. Namun jika kita cermati kembali, pembuktian dedikasi perusahaan PR terhadap klien yang tengah mengalami imbas dari pandemi, menjadi momentum yang tepat. Bagi seorang PR, manajemen reputasi sangatlah penting di masa apa pun, terlebih di masa krisis seperti ini, yang tentunya membutuhkan perjuangan yang ekstra. Pandemi ini seolah-olah memaksa kita untuk bertransformasi sebesar-besarnya ke ranah digital. Pilihan ini dianggap paling efektif dan masuk akal. Kita dituntut mengelola bisnis secara digital dan mencoba berinteraksi dengan konsumen/audiens secara digital. Hal ini juga akan melahirkan sebuah kebiasaan baru di mana digitalisasi telah menjadi bagian dari kultur kerja dan bisnis.

Perubahan terjadi dengan begitu cepat dari waktu ke waktu, begitu juga dengan ide-ide dan inovasi yang kita miliki haruslah berjalan dengan kecepatan yang sama. Kemampuan analisis yang mendalam sangatlah diperlukan, begitu pun dengan membaca dan memahami apa yang dilakukan oleh masyarakat dan membangun program serta interaksi yang meninggalkan impresi yang mendalam. Berbagai strategi pun dilakukan seperti *podcast*, *video campaign*, *social media activation*, dan lain-lain yang diproduksi dengan kreatif. Di

samping itu, jam kerja yang tidak dibatasi juga berpengaruh pada ide-ide baru yang bermunculan.

PR diharuskan tetap berada pada koridornya yakni membangun serta menjaga reputasi dan positif image melalui pemantauan, pengelolaan informasi serta komunikasi yang terstruktur. Di tengah ketidakpastian praktisi PR pun harus siap dihadapi dengan sejumlah tantangan baru, dari mulai *manage* waktu komunikasi yang tepat disaat tren yang tidak menentu, *engagement building* dengan audiens, hingga penggunaan media *platform* yang dimaksimalkan sesuai dengan objektif komunikasi. Begitu pula dengan eksistensi PR yang harus tetap bertahan guna melanjutkan investasi media *relations* dan digital yang akan menjaga visibilitas sebuah merek agar tetap dikenal oleh masyarakat. Di sinilah diperlukan sebuah *story telling*, di mana cara ini adalah cara yang kerap dilakukan oleh seorang PR yang tidak melakukan *hard selling* melainkan mengemasnya dalam bentuk cerita. Mengetahui target khalayak, pemetaan strategi *people platform*, mengkonversi bentuk komunikasi menjadi digital, *live streaming* menjadi hal yang mutlak yang sudah seharusnya dilakukan oleh seorang PR untuk mempertahankan eksistensinya. Saat ini, perusahaan dihadapkan dengan tantangan *new normal* sehingga seluruh divisi termasuk *public relations* haruslah memiliki peran strategis, di mana konsep *public relations* ibarat membangun jembatan. Bukan hanya sebagai penabuh gong, tetapi membangun relasi antara perusahaan dengan publiknya yang didasarkan pada komunikasi .



Gambar 5.2 Bagan Peran Strategis Perusahaan di Era New Normal (Yulianita, 2020)

Adapun peran-peran strategis PR Perusahaan di era *new normal* yaitu PR perusahaan harus melakukan budaya komunikasi bisnis dan *marketing public relations* secara *online*, mengingat semua dilakukan secara *online* maka perusahaan pun harus segera menyesuainya. Kita ambil contoh saja, budaya makan di luar (*dine in*) menjadi *delivery services*. Perusahaan harus mencermati apa yang diminati oleh konsumen dimasa pandemi ini yang mengharuskan mereka mengurangi aktivitas di luar rumah. Begitu juga dengan program-program *online* yang dilakukan oleh perusahaan di mana kegiatan PR perusahaan kini serba virtual seperti *press conference*, webinar, *exhibition*, *sharing session*, dan masih banyak lagi. Kemudian PR haruslah melakukan inovasi-inovasi serta harus dapat mengatur waktu untuk mengimplementasikan program kerja PR, mengingat pola dan metode kerja di perusahaan kini berubah. Di samping itu, Covid-19 memunculkan filosofi perilaku kebaikan sosial PR perusahaan di mana banyak peluang-peluang yang dapat diambil untuk melakukan kegiatan-kegiatan sosial perusahaan.

Kemudian kita bergeser pada tantangan *public relations* pemerintahan di era *new normal* saat ini, di mana ada beberapa kondisi riil yang harus kita sadari. Humas pemerintah juga memiliki kendala di dalamnya, di mana pesan dinilai tidak konsisten dan

kerap membuat bingung masyarakat dalam penerimaan pesan yang disampaikan. Kita juga dihadapkan dengan era *post truth* di mana kebenaran informasi menjadi samar dan ambigu sehingga terjadi *hoax* di mana-mana dikarenakan sumber informasi pun juga tidak terintegrasi. Terjadinya persepsi yang keliru atas pesan dan kebijakan pemerintah sehingga dampaknya pun kepada kepuasan masyarakat, begitu pula dengan kepuasan *stakeholders* terhadap komunikasi publik berkurang atau cenderung rendah. Kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah dan elite politik pun rendah, belum lagi paradigma masyarakat masih berorientasi pada penyerapan anggaran. Pada intinya adalah masyarakat belum mampu mengadopsi perilaku dan kultur baru dalam beraktivitas dan berinteraksi. Indonesia memiliki banyak *influencer*, namun *influencer* yang memiliki semangat loyalitas pada negara juga masih kurang. Sehingga hal inilah yang menjadi tantangan PR pemerintah di era *new normal*.

Lantas apa saja yang harus dilakukan PR di situasi yang serba kompleks ini? Yang pertama adalah PR harus dapat membangun pusat informasi satu pintu dengan mengusung pesan yang selaras, kedua PR juga harus berperan secara sentral dalam membangun pola perilaku dan budaya baru melalui kebijakan dan program-program yang ada. Kemudian, seperti yang sudah dibahas sebelumnya pada bab ini, PR harus membangun kolaborasi dengan industri, perguruan tinggi, masyarakat dan media, dan juga membangun kekuatan data sebagai dasar pengambilan keputusan komunikasi, melalui monitoring, riset, dan audit dengan metode Big Data. Kemudian yang terakhir adalah bersinergi dengan konflik dan perbedaan kepentingan politik yang kerap terjadi.

Sebelum membahas lebih lanjut mengenai langkah-langkah strategis seperti apa yang harus dilakukan PR pemerintah saat ini, adapun kekuatan analisis data yang kini sedang banyak digunakan praktisi PR sebagai dasar pengambilan keputusan tindakan komunikasi, dikarenakan dengan adanya data analisis, maka kita akan dapat melakukan pengukuran kinerja bidang komunikasi. Kita juga dapat mengetahui kepuasan terhadap pesan dan respon publik, di

samping juga kita dapat melakukan *branding*, yang selanjutnya kita dapat memetakan kesiapan untuk melakukan adaptasi kebiasaan baru atau *new normal life*.



Gambar 5.3 6 Langkah Rencana Strategis PR(Yulianita, 2020)

PR pastinya memiliki beberapa orientasi dan goals dalam kinerjanya diantaranya membangun engagement(interaktif) antara perusahaan dan publik,kemudian penyamaan persepsi dan makna atas segala kebijakan dan program, peningkatan partisipasi khalayak, dan juga membangun brand dan reputasi perusahaan serta perubahan yang terjadi pada perilaku konsumen. Dalam bagan di atas, PR sudah seharusnya mempunyai langkah strategis di era *new normal* ini. Yang pertama adalah menetapkan gol dari setiap tindakan komunikasi publik, kemudian membuat pedoman artikulasi pesan komunikasi dan pengemasan pesan utama bagi juru bicara atau pimpinan yang sifatnya persuasif, edukatif dan instruktif, selanjutnya menjadi fasilitator dalam proses konstruksi kebiasaan atau budaya baru di era *new normal life*. Langkah keempat adalah menetapkan konteks dan *timing* yang tepat sesuai dengan kondisi atau situasi aktual masyarakat. Kemudian kendala yang terjadi pada *influencer* yang kurang memiliki loyalitas pada negara juga harus segera dibangun dan dapat dikolaborasikan antara *influencer* dari kalangan pemerintah dengan para digital *influencer pentahelix*. Dan yang terakhir adalah

pemanfaatan dan monitoring media secara intensif untuk melakukan manajemen isu dan manajemen krisis.

### C. Manajemen Krisis di Tengah Pandemi

Dalam kondisi yang tengah kita hadapi saat ini manajemen krisis merupakan strategi yang sangat dibutuhkan di mana perusahaan-perusahaan dan organisasi terkena dampak dari kejadian krisis. Krisis yang tengah hadir dalam kehidupan kita saat ini juga sangat berdampak pada berbagai macam aspek. Apa pun bentuknya, kejadian krisis dapat berpotensi mengancam berbagai sektor termasuk juga keberhasilan bisnis di dalamnya yang dampaknya akan negatif pada sisi keuangannya. Manajemen krisis ini merupakan komponen penting dari *public relations*, di mana manajemen krisis alah proses *preparing* dan *managing* atas situasi darurat atau tidak terduga yang dapat mempengaruhi kepentingan, karyawan, klien, dan pemasukan perusahaan. Berbeda dengan manajemen risiko yang kita ketahui mengharuskan menilai potensi ancaman dan menemukan metode atau jalan terbaik untuk menghindarinya, sedangkan dalam manajemen krisis, ancaman ini sudah nyata terjadi dan harus dihadapi. Namun, yang perlu kita ketahui, krisis yang tengah kita hadapi saat ini tidak sepenuhnya buruk bagi perusahaan, namun juga dapat memotivasi perusahaan untuk menjadi lebih baik di masa depan.



Dalam menghadapi krisis, perusahaan perlu memahami kondisi yang sedang dihadapinya sehingga perusahaan dapat mengambil tindakan yang tepat. Kita perlu mengetahui tahapan dalam manajemen krisis yang pertama adalah pra-krisis, di mana pada tahapan ini kita harus dapat mencegah potensi terjadinya krisis. Namun, bagaimana jika sudah terjadi kemudian perusahaan terkena dampaknya? Maka dari itu, pada tahapan inilah perusahaan harus membuat perencanaan manajemen krisis sejak dini, karena kita tidak akan pernah tahu apa yang akan terjadi ke depannya. Langkah kedua adalah menanggapi

krisis yang sedang terjadi, di mana disaat inilah pengimplementasian tahap awal pra-krisis yang di dalamnya sudah terbentuk rencana penanganan krisis dilakukan. Tindakan yang perusahaan ambil pun haruslah efektif dan efisien sehingga dapat dieksekusi dengan cepat. Salah satu contoh adalah kasus Covid-19 yang memberlakukan kebijakan WFH(*Work From Home*) guna mengurangi risiko penularan virus sebagaimana yang telah dianjurkan oleh pemerintah. Melihat kondisi ini, perusahaan harus tanggap dan sigap dalam menerapkannya paling tidak memiliki aplikasi atau *tools* yang mendukung efektivitas kerja maupun belajar dari rumah. Masuk ke tahapan pasca-krisis di mana tahap ini menandakan krisis sudah mereda namun proses penanggulangan krisis masih harus berjalan. Pada tahapan inilah perusahaan perlu mengevaluasi strategi perusahaan dalam menanggulangi krisis, apakah perlu ada perbaikan atau sudahkah berjalan efektif rencana yang sudah dilakukan. Perusahaan akan terbantu untuk lebih siap disaat menghadapi krisis lainnya di masa mendatang.



Gambar 5.4 Iustrasi Management Crisis(Sabila, 2020)

Saat ini krisis yang tengah kita hadapi adalah virus Sars Cov2 yang melanda dunia. Ini adalah pandemi yang tidak terelakkan dan sulit diprediksi. Banyak sekali dampak yang dirasakan mencakup penurunan

produktivitas, penurunan penjualan, komunikasi yang terhambat dan masih banyak lagi. Ketika perusahaan sudah memahami krisis yang sedang dihadapi dan sudah memikirkan metode-metode apa yang akan dilakukan untuk meminimalisir dampak yang berpengaruh pada perusahaan, maka perusahaan dapat memberlakukan misalnya *work from home*, dan jika tidak memungkinkan, perusahaan dapat mengurangi jam operasional serta menyediakan peralatan kesehatan seperti yang dianjurkan untuk melindungi dan mencegah civitas perusahaan agar tidak terpapar. Setiap perusahaan memiliki standar operasionalnya masing-masing yang dapat diterapkan di setiap aktivitas pekerjaan. Krisis yang saat ini terjadi seharusnya tidaklah membuat perusahaan begitu panik, karena seharusnya krisis dapat menjadi stimulus guna mempersiapkan strategi yang lebih baik dalam menghadapi berbagai permasalahan yang tidak pernah kita ketahui ada di masa mendatang. Maka dari itu, agar proses bisnis tetap dapat berjalan secara produktif, manajemen krisis diperlukan.

Krisis itu sendiri haruslah direspon secara positif oleh perusahaan, lewat PR yang tugasnya menjembatani antara organisasi dengan publiknya. Di samping itu, PR adalah fungsi dari manajemen yang mengidentifikasi sikap publik itu sendiri. Beranjak dari hakikat PR inilah maka kita juga dapat merespon setiap krisis yang datang. Pun ketika waktu krisis telah usai, PR masih bertugas dalam memperbaiki hubungan dan posisi perusahaan di masyarakat secara umum dan *stakeholders* secara khusus. Hal ini dapat dilakukan dengan pertemuan-pertemuan dengan pemerintah, karyawan, klien, media internal perusahaan, media massa, dan kemudian melakukan strategi komunikasi secara jujur dan terbuka. Krisis yang tengah kita hadapi maupun krisis-krisis yang lain tidak bisa menjadi pilihan yang dapat ditolak oleh perusahaan. Krisis akan terus berkembang dan hidup seiring dengan laju perusahaan. Peluang untuk memmanage kembali tatanan perusahaan justru adalah ketika krisis muncul. *Public relations* hadir sebagai bagian dalam organisasi yang menjembatani perusahaan dengan publiknya (Luhukay, 2009). Keputusan PR bukanlah keputusan yang mengandalkan intuisi belaka, melainkan berdasarkan keputusan *the top management* dengan dasar pertimbangan dari PR itu sendiri

di mana posisi PR harus memiliki akses dan berdekatan dengan manajemen atas. PR haruslah bergerak bersama dengan seluruh komponen perusahaan, terlebih ketika krisis melanda seperti saat ini karena dewasa ini peran PR itu sendiri lebih ditekankan untuk *problem solving* yang telah menjadi sebuah keharusan.

### **Daftar Pustaka**

- Arief, N. N. and Saputra, M. A. A. (2019) 'Kompetensi Baru Public Relations (PR) Pada Era Artificial Intelligence', *Jurnal Sistem Cerdas*. doi: 10.37396/jsc.v2i1.19.
- Luhukay, M. S. (2009) 'Penerapan Manajemen Krisis Di Indonesia : Memotret Krisis Dalam Kacamata Public Relations', *Scriptura*, 2(1), pp. 18–28. doi: 10.9744/scriptura.2.1.18-28.
- Sabila, S. M. (2020) 'The Illustration Of Public Relations'. Bandung, p. 1.
- Yulianita, N. (2020) 'Bagan Peran Strategis PR Perusahaan'. Bandung: Fikom Unisba.

# BAB 6

## MANAJEMEN AGRIBISNIS DI ERA NEW NORMAL

Sawitania Christiany Dwi Utami Situmorang  
Universitas Sumatera Utara  
Sawitania90@usu.ac.id

### A. Pendahuluan

Sejak pertama kali ditemukan di China pada Desember 2019 silam, dunia dihebohkan dengan kehadiran sebuah virus baru yang dikenal sebagai *Corona Virus Disease 2019* (COVID-19), sebuah virus yang kemungkinan besar diduga ditularkan melalui perantara kelelawar di daerah Wuhan yang merupakan inang alamnya (Fan *et al.*, 2019; Hu *et al.*, 2015; Singhal, 2020). Kehebohan tersebut terjadi lantaran hanya dalam kurun waktu tiga bulan sejak kemunculannya, virus ini telah berhasil menginfeksi 121 negara yang tersebar di berbagai belahan dunia dan menimbulkan korban jiwa dalam jumlah yang tidak sedikit (Arnani 2020)<sup>1</sup>. Hingga Juli 2020, total korban di tingkat dunia yang dikonfirmasi telah meninggal akibat tertular virus ini tercatat sebanyak 598.367 jiwa di mana Amerika Serikat dan Brazil memegang rekor sebagai negara dengan jumlah korban meninggal terbanyak disusul dengan Inggris, Meksiko, dan Spanyol dengan jumlah korban berturut-turut sebesar 141.935, 77.932, 45.233, 37.574, dan 28.420 jiwa (Bramasta 2020)<sup>2</sup>.

Melihat perkembangan jumlah penularan yang masih mengalami peningkatan yang cukup pesat dan belum ditemukannya vaksin yang

- 
- 1 Mela Arnani. 2020. Timeline Wabah Virus Corona, Terdeteksi pada Desember 2019 hingga Jadi Pandemi Global, (<https://www.kompas.com/tren/read/2020/03/12/113008565/timeline-wabah-virus-corona-terdeteksi-pada-desember-2019-hingga-jadi?page=all>, diakses 18 Juli 2020).
  - 2 Dandy Bayu Bramasta. 2020. Update Virus Corona di Dunia 18 Juli: 14,1 Juta Orang Terinfeksi | Rekor Kasus Harian Covid-19 Global, (<https://www.kompas.com/tren/read/2020/07/18/074600065/update-virus-corona-di-dunia-18-juli-14-1-juta-orang-terinfeksi-rekor?page=all>, diakses 18 Juli 2020).

tepat untuk mencegah dan mengobati penyakit yang disebabkan oleh penularan virus tersebut pada saat itu (*limited of knowledge*) maka pada bulan Maret 2020, Badan Perserikatan Bangsa-Bangsa untuk Kesehatan Dunia (World Health Organization/ WHO) menetapkan kasus ini sebagai pandemi dunia (*global pandemic*). Dalam rangka menghormati keputusan WHO tersebut, maka beberapa negara seperti: China, Italia, Spanyol, Perancis, Irlandia, El-Salvador, Belgia, Polandia, Belanda, Denmark, Malaysia, Filipina, dan Selandia Baru, langsung menanggapi positif keputusan tersebut dan mengambil langkah tegas untuk lebih dulu memberlakukan kebijakan karantina wilayah (*lockdown*), diikuti oleh negara Inggris pada tanggal 23 Maret, India pada tanggal 24 Maret, dan Thailand pada tanggal 26 Maret 2020 silam.

Berbeda dengan negara-negara tersebut, Indonesia yang juga merupakan anggota WHO sejak 70 tahun yang lalu justru menolak memberlakukan kebijakan karantina wilayah dan hanya memberlakukan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) (Peraturan Pemerintah No. 21 Tahun 2020 Tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar dalam Rangka Percepatan Penanganan Coronavirus Disease 2019 (Covid-19), 2020) untuk mencegah perluasan penularan virus tersebut. Padahal sejak pertama kali terdeteksi masuk ke Indonesia yaitu pada Maret silam hingga Juli ini, Covid-19 telah menginfeksi 86.521 orang warga Indonesia dari berbagai kalangan usia di mana 4.320 orang di antaranya dinyatakan telah meninggal dunia (Adimaja 2020)<sup>3</sup>.

Bukan tanpa alasan yang kuat. Tanpa mengesampingkan masalah kesehatan dan keselamatan masyarakat, perekonomian menjadi salah satu faktor pertimbangan terberat dan alasan kuat mengapa pemerintah lebih condong menerapkan kebijakan PSBB dibandingkan karantina wilayah (Surbakti 2020)<sup>4</sup>. Sebab, apabila kebijakan karantina

---

3 Muhammad Adimaja, 2020. Pandemi Covid-19 Indonesia Lampau China, Perkantoran dan Rapat Jadi Sumber Penularan, (<https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-51850113>, diakses 18 Juli 2020).

4 Hidayat Arif Surbakti. 2020. Terungkap! Alasan Jokowi Pilih PSBB Bukan Lockdown, (<https://www.cnbcindonesia.com/news/20200423075855-4->

wilayah tersebut diterapkan maka itu artinya pemerintah juga harus siap untuk bertanggung jawab dalam memenuhi segala kebutuhan warganya secara swadaya sampai kebijakan tersebut diputuskan untuk dicabut kembali. Jika tidak, karantina wilayah hanya akan mengancam eksistensi manusia akibat terjadinya peningkatan jumlah pengangguran (Blustein *et al.*, 2020) dan lonjakan harga (inflasi) yang dipicu oleh terhambatnya distribusi bahan baku industri dan hasil-hasil produksi di segala bidang (Boissay & Rungcharoenkitkul, 2020; Maliszewska *et al.*, 2020; OECD, 2020).

Dengan kata lain, melakukan karantina wilayah tanpa persiapan yang cukup di tengah kondisi pandemi sama artinya dengan menimbulkan *economic downturn* dan resesi yang berkepanjangan (Zarei & Rad, 2020). Di samping itu, tidak ada jaminan yang pasti bahwa setelah menerapkan kebijakan karantina wilayah, negara tersebut akan terbebas sepenuhnya dari penularan virus Covid-19. Belum lagi disebabkan oleh fenomena *panic buying* (Nicola *et al.*, 2020) saat kestabilan pasokan pangan juga ikut terganggu akibat ditutupnya lalu lintas perdagangan (distribusi terhambat) seperti yang telah dijelaskan pada paragraf sebelumnya.

Penerapan kebijakan PSBB tak lantas membuat Indonesia sepenuhnya terbebas dari dampak pandemi Covid-19. Selain dibebani dengan utang luar negeri yang meningkat dua kali lipat dari tahun-tahun sebelumnya dalam rangka pengadaan stimulus fiskal, Alat Pelindung Diri (APD), dan fasilitas kesehatan lainnya; kinerja ekspor Indonesia juga tercatat mengalami penurunan yang tajam dari waktu ke waktu akibat pengaruh resesi global yang menyebabkan investor (utamanya di bidang sekunder dan tersier) mulai menarik satu per satu investasinya dari dalam negeri yang berujung pada Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) (United Nation Conference on Trade and Development (UNCTAD), 2020). International Labor Organization (ILO) bahkan menemukan terjadinya penurunan jam kerja di tingkat dunia sebesar 6.7 persen yang setara dengan hilangnya 195 juta

---

153804/terungkap-alasan-jokowi-pilih-psbb-bukan-lockdown, diakses 18 Juli 2020).

pekerjaan rumah penuh waktu akibat pandemi tersebut (Muhyiddin, 2020).

Belajar dari fenomena krisis moneter yang pernah melanda Indonesia pada tahun 1998 dan 2008 silam, dalam kondisi seperti ini, sektor pertanian selalu menjadi tumpuan harapan yang dapat diandalkan dalam menyangga perekonomian nasional. Sebab, selain berperan sebagai penyedia kebutuhan pokok masyarakat yang selalu dibutuhkan, sektor pertanian juga memiliki kemampuan untuk menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang besar dan menekan angka kemiskinan karena efek *back-forward linkages* yang dimilikinya. Namun, kali ini situasinya berbeda.

Jika pada tahun 1998 dan 2008 sektor pertanian masih dapat menunjukkan pertumbuhan yang positif (Andri, 2019)<sup>5</sup>, Jámbor *et al.* (2020), Siche (2020) an outbreak of the coronavirus disease 2019 (COVID-19, dan (Seleiman *et al.*, 2020) justru meramalkan bahwa Indonesia akan mengalami ancaman krisis pangan akibat pandemi ini. Menurut Sri Mulyani dalam CNN Indonesia (2020)<sup>6</sup>, hal ini disebabkan karena krisis yang terjadi pada tahun 1998 dan 2008 lebih banyak dipengaruhi oleh faktor ekonomi global yang penyelesaiannya dapat dilakukan hanya dengan melakukan penyesuaian dan penguatan ekonomi di dalam negeri (salah satunya dengan pembangunan sektor pertanian dan industri pengolahannya).

Berbeda dengan kondisi saat ini. Terjadinya krisis disebabkan karena penularan virus berbahaya yang dapat mengancam kelangsungan hidup manusia. Penyelesaiannya tidak dapat dilakukan hanya dengan menjaga kestabilan ekonomi tetapi juga harus memperhatikan aspek keselamatan warganya. Meskipun tidak sepenuhnya membatasi ruang gerak masyarakat lewat kebijakan karantina wilayah, PSBB juga ditujukan untuk membatasi

---

5 Kuntoro Boga Andri. 2019. Pertanian Meredam Krisis, (<https://mediaindonesia.com/read/detail/277502-pertanian-meredam-krisis>, diakses: 18 Juli 2020).

6 CNN Indonesia. 2020. Sri Mulyani Ungkap Beda Krisis 1998, 2008, dan 2020, (<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20200630103623-532-518929/sri-mulyani-ungkap-beda-krisis-1998-2008-dan-corona-2020>, diakses 18 Juli 2020).

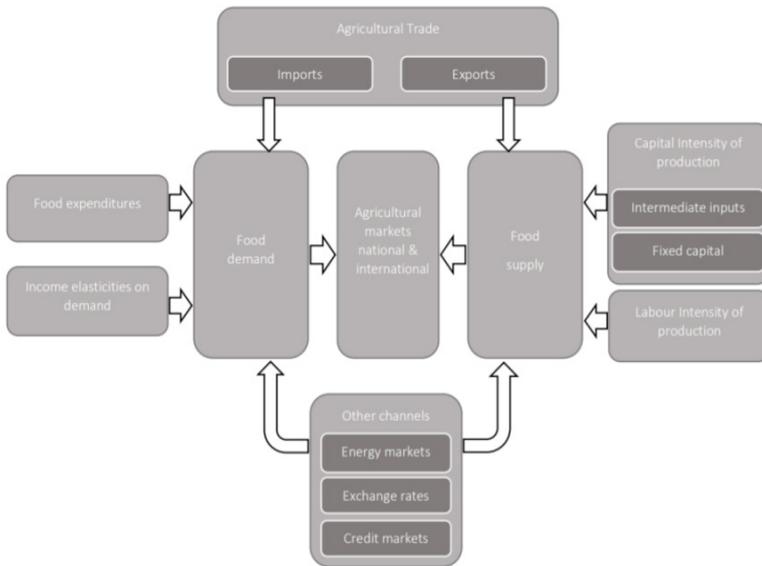
mobilitas warga. Akan tetapi, tidak hanya warga yang dibatasi ruang geraknya. Rantai perdagangan barang dan jasa (*supply chain*) juga turut mengalami perlambatan gerak akibat ditutupnya sejumlah jalur transportasi (yang berarti juga mengganggu jalannya seluruh aktivitas/ kegiatan ekonomi) (Kusuma, 2020)<sup>7</sup>.

Bagi sektor pertanian (agrokomples), di tingkat produsen (khususnya petani dan peternak), kebijakan PSBB tersebut membuat mereka kesulitan untuk memperoleh bahan baku dengan kualitas dan kuantitas yang sesuai dengan kebutuhan mereka tepat pada waktunya (karena musim tanam tidak dapat ditunda, bergantung dengan perubahan iklim dan cuaca). Selain itu, produsen kekurangan tenaga kerja untuk mengelola dan merawat usaha mereka karena tidak semua buruh tani berani turun ke lading (Poudel et al., 2020). Minimnya anggaran pemerintah yang dialihfungsikan untuk penanggulangan penularan wabah Covid-19 membuat pemerintah tidak dapat membantu petani secara optimal melalui program yang mereka buat.

Di tingkat pedagang besar (tengkulak, termasuk pelaku ekspor), adanya kebijakan PSBB membuat produk sampai ke pasar dengan kuantitas yang lebih sedikit dan kualitas yang buruk (karena produk pertanian mudah membusuk dan membutuhkan ruang yang besar dalam penyimpanan). Bagi yang memasarkan produknya ke mall, supermarket, atau minimarket, mereka terpaksa harus berhenti berproduksi sementara waktu atau beralih mencari pasar yang baru sampai pemerintah memberikan izin penuh bagi ketiga pelaku usaha tersebut untuk kembali beroperasi. Rangkuman alur gangguan distribusi produk dan bahan baku pertanian agrokomples dijelaskan dalam Gambar 6.1. berikut ini:

---

7 Hendra Kusuma. 2020. Beda Krisis 1998 dan 2008 dengan Krisis Corona, (<https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4985879/beda-krisis-1998-dan-2008-dengan-krisis-corona>, diakses 18 Juli 2020).



Gambar 6.1 Dampak Covid-19 terhadap Distribusi Produk Pertanian Agrokomples secara Menyeluruh (Schmidhuber *et al.*, 2020)

Kini, setelah selang hampir empat bulan berlalu setelah kebijakan PSBB diberlakukan, Indonesia telah memberlakukan fase “*New Normal*”. Fase di mana perlahan masyarakat mulai diizinkan untuk beraktivitas di luar rumah dengan tetap mengikuti pedoman protokol kesehatan yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Toko, kafe, pusat perbelanjaan, dan taman kota perlahan mulai beroperasi kembali meskipun jumlahnya masih dibatasi. Sekolah-sekolah mulai dibuka kembali. Demikian juga dengan hotel-hotel dan jalur distribusi.

Lalu, apakah dengan diterapkannya kebijakan *new normal*, kinerja sektor pertanian dapat kembali membaik seperti sediakala? Apakah pola manajemen agribisnis terdahulu masih relevan untuk diterapkan di era *new normal* ini? Penyesuaian-penyesuaian seperti apa yang perlu dilakukan agar kinerja sektor pertanian Indonesia dapat berjalan beriringan dengan berbagai perubahan yang terjadi selama berlangsungnya masa PSBB tersebut? Semua akan dibahas secara detail dalam sub-bab pembahasan bab ini.

## **B. *New Normal* Tak Berarti Semua Kembali Berjalan Seperti Sediakala. Namun, *New Normal* Memberi Secerach Harapan Bagi Sektor Pertanian Indonesia Pasca-PSBB**

Meskipun Indonesia telah menerapkan kebijakan *new normal* mengikuti negara Korea Selatan, China, Swedia, dan Inggris yang telah menerapkan kebijakan ini terlebih dahulu, bukan berarti masyarakat sudah 100% terbebas dari ancaman Covid-19 dan leluasa bergerak ke mana saja dan berbuat apa saja. Mengapa demikian? Muhyiddin (2020) menyebutkan bahwa kebijakan ini ditempuh pemerintah karena kapasitas pemerintah yang terbatas dan roda perekonomian Indonesia yang telah menunjukkan kinerja yang menurun sebesar 2.97% di kuartal pertama. Lengah sedikit saja maka Indonesia berpotensi mengalami bahaya ledakan Covid-19.

Untuk menghindari terjadinya ledakan Covid-19, pemerintah menyarankan masyarakat tetap berjaga-jaga dan mengikuti anjuran pemerintah untuk mengikuti protokol kesehatan yang ada dalam beraktivitas agar terhindar dari risiko tertular. Selain itu, pembukaan tempat-tempat hiburan yang erat kaitannya dengan keramaian dan kerumunan warga juga dibuka secara bertahap. Untuk melakukan mobilitas dari satu tempat ke tempat yang lain, setiap warga harus melakukan cek kesehatan berupa *swab* atau *rapid test*, termasuk bagi pelaku distribusi. Dari dalam masyarakat itu sendiri, pasca-PSBB, masyarakat mulai beramai-ramai menerapkan aktivitas berbasis *contactless* dan *cashless society* dalam menyambut era *new normal*.

Bagi sektor pertanian (agrokomples), penyesuaian-penyesuaian baru ini tentu saja menambah beban baru bagi pelaku-pelaku usaha di bidang ini. Selain menambah ongkos produksi dan menekan harga beli di tingkat petani (sementara produsen tingkat I merupakan kaum marjinal) karena harus menyiapkan dokumen kesehatan setiap kali melakukan perjalanan, beban angkatan kerja di sektor pertanian bertambah akibat banyak toko/ industri yang tutup, beralih ke sistem daring/ *online* pascaberadaptasi dengan sistem *contactless* dan *cashless society* selama masa PSBB.

Meskipun demikian, dibandingkan dengan sektor-sektor lainnya seperti rumah makan, perhotelan, dan sektor sekunder/ tersier lainnya; sektor pertanian patut bersyukur karena sektor ini memiliki efek *backward linkages* (Fentahun, 2019; Mittal, 2007) yang tidak dimiliki oleh sektor lain. Artinya, jika sektor lain masih perlu menunggu selama lebih kurang 2 sampai 3 tahun lagi pascaditerapkannya kebijakan *new normal* agar dapat kembali beroperasi secara dalam titik keseimbangan semula, sektor pertanian tidak perlu menunggu selama itu. Apalagi setelah terjadinya pandemi, kesadaran masyarakat untuk mengonsumsi makanan sehat juga ikut mengalami peningkatan (peluang usaha baru bidang pertanian).

### **C. Di Era New Normal, Terjadi Perubahan Nilai Manajemen Agribisnis dari yang Semula Berbasis Tenaga Kerja Menuju *Leadership Brain Mechanism*. Pemberian Nilai Tambah (*Value Added*) Menjadi Sebuah Keharusan, Bukan Pilihan**

Terkait perihal adaptasi terhadap sistem *contactless* dan *cashless society* selama masa PSBB yang telah saya jelaskan sebelumnya, (Kankaew, 2020) menemukan adanya evolusi nilai manajemen agribisnis di Thailand dari yang semula berbasis tenaga kerja menuju "*Leadership Brain Mechanism*" pasca terjadinya pandemi Covid-19 ini (Pertanian 4.0). Alternatif penggunaan media sosial atau internet dan teknologi untuk menghindari kontak fisik dengan lingkungan pada akhirnya semakin mempercepat proses disrupsi yang diakibatkan oleh kecepatan perubahan ilmu pengetahuan dan teknologi yang memang sudah terjadi sejak lebih dari satu dekade yang lalu.

Jika memang demikian, bagaimana nasib petani, peternak, dan nelayan kita di era *new normal*? Dalam hal ini, saya dapat berkata bahwa peran generasi muda (*renewing agriculture human resources*) sangatlah dibutuhkan mengingat sebaran usia tenaga kerja di bidang pertanian agrokomples hingga saat ini masih didominasi oleh tenaga kerja usia tua dan lanjut. Sementara itu, kunci sukses penerapan sistem manajemen ini berada pada kombinasi manajemen ilmu

pengetahuan (*knowledge*) dan penguatan peran organisasi yang tidak hanya bertujuan untuk memperkuat posisi tawar ketiga pelaku utama usaha pertanian agrokomples tersebut tetapi juga untuk melahirkan inovasi-inovasi baru (pemberian *value added* pada produk-produk pertanian yang mereka hasilkan) yang sulit sekali mereka wujudkan hingga saat ini (Hitt *et al.*, 2010; Hitt & Duane, 2002).

Perihal inovasi baru, dengan semakin banyak bermunculannya para pesaing-pesaing baru (terutama yang diakibatkan oleh pulangnya tenaga-tenaga kerja yang dirumahkan akibat pandemi Covid-19 ke kampung halaman mereka masing-masing), penerapan inovasi dalam sektor pertanian bukan lagi menjadi pilihan. Hal ini dilakukan guna menghindari risiko terjadinya "*crowded sales/ over supply*" yang berpotensi semakin menurunkan harga jika tidak diimbangi pemberian kualifikasi khusus (*brand*) terhadap produk-produk yang mereka hasilkan (berkaitan dengan *Consumer Willingness To Pay/ CWTP*).

#### **D. Produk-Produk yang Sehat dan Mampu Memperkuat Imun yang Akan Menjadi Primadona di Era New Normal Bisa Dijadikan Alternatif Komoditas Pilihan Bagi Petani Agrokomples Indonesia**

Karena belum ditemukannya vaksin yang dapat mengobati penyakit Corona sehingga masyarakat mulai beralih ke pola hidup sehat dengan mengonsumsi berbagai makanan bergizi yang dapat memperkuat imun mereka (Arshad *et al.*, 2020; Khaled *et al.*, 2020). Jika petani agrokomples Indonesia belum mampu menghasilkan inovasi-inovasi baru, dari segi perencanaan produksi (*management planning*), usaha tani produk-produk makanan bergizi penguat imun pun dapat dijadikan alternatif pilihan dalam jangka pendek. Contoh produk yang dapat diusahakan ialah jahe merah, kunyit, serai, cabai, bawang, sayuran hijau, ikan (yang mengandung banyak asam amino penting bagi tubuh), dan lain sebagainya. Lebih rinci, beberapa alternatif jenis-jenis makanan yang saya maksudkan tersebut saya uraikan dalam tabel 6.1. berikut ini:

Tabel 6.1 Beberapa Jenis Makanan Penguat Imunitas Tubuh yang Banyak Dicari Konsumen Pascapandemi Covid-19

<b>Kandungan Vitamin/ Mineral</b>	<b>Fungsi</b>	<b>Jenis Makanan</b>
Zat Besi	Mengangkut oksigen dari paru-paru ke seluruh jaringan tubuh serta mengangkut elektron-elektron di dalam tubuh untuk pembentukan energi di dalam sel tubuh	Bayam, kacang-kacangan, quinoa, brokoli, tahu dan tempe, ikan, dan sereal
Selenium	Memproduksi protein khusus untuk mencegah kerusakan sel di dalam tubuh	Telur, jamur, daging ayam dan sapi, serta keju
Tembaga	Membantu pembentukan plasma darah untuk pembentukan hemoglobin	Kentang, kacang-kacangan, sayuran hijau, gandum, dan coklat hitam
Seng	Membantu pembentukan materi genetik di dalam tubuh, sel darah merah Membantu fungsi-fungsi pankreas dalam proses pencernaan	Buncis, labu, kacang almond, susu, keju, kentang, kangkung, dan kacang hijau
Asam Folat	Memecah, menggunakan, dan membentuk protein baru dalam tubuh untuk memproduksi DNA, sel darah merah dan menyalurkan informasi genetik dalam tubuh individu.	Asparagus, telur, brokoli, jeruk, bayam, papaya, pisang, dan alpukat
Magnesium	Memelihara kesehatan tulang	Jahe, coklat hitam, pisang, tahu, tempe, kacang-kacangan, gandum utuh, sayuran hijau, ikan, dan alpukat
Vitamin A	Memelihara kesehatan mata, kulit, organ reproduksi, serta meningkatkan kekebalan tubuh	Serai, hati sapi, minyak ikan kod, ubi jalar, wortel, bayam, brokoli, paprika merah, mangga, melon, dan tomat

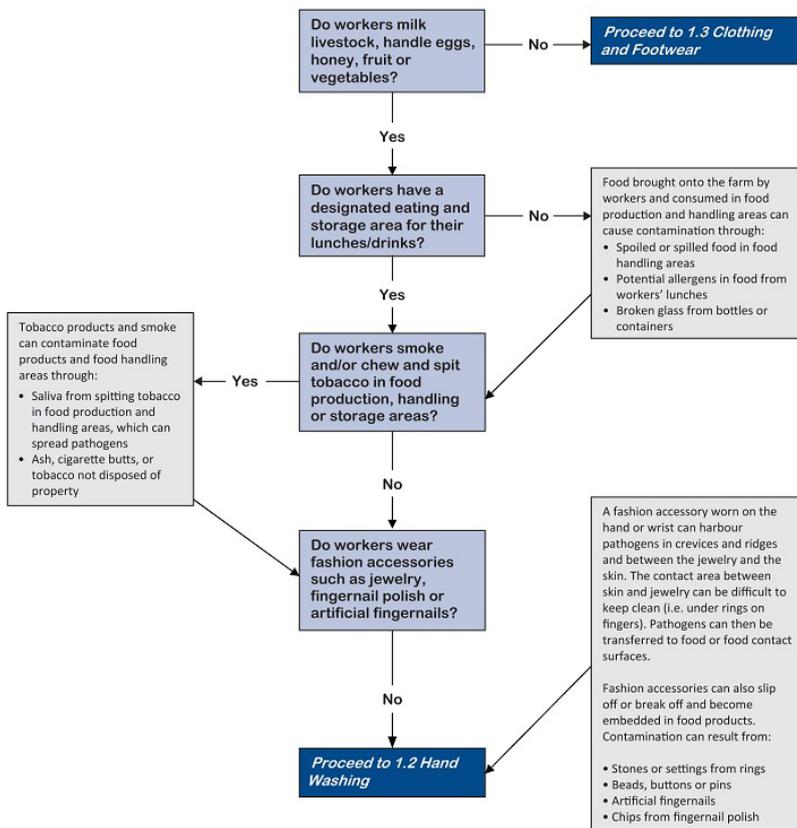
Kandungan Vitamin/ Mineral	Fungsi	Jenis Makanan
Vitamin B6	Mengatasi anemia, menurunkan kolesterol (risiko penyakit jantung), dan menguatkan fungsi kerja otak	Kunyit, susu, bayam, ikan salmon, telur, dan wortel
Vitamin B12	Membantu pembentukan DNA, memelihara kerja fungsi saraf, dan mencegah terjadinya anemia	Kepiting, kerang, ikan sarden, ikan salmon, ikan tuna, daging sapi, susu, yoghurt, telur, dan daging ayam
Vitamin C	Memelihara kesehatan tulang, gigi, jantung, dan pembuluh darah Mencegah terjadinya serangan jantung dan stroke	Jeruk, lemon, cabai merah, paprika merah dan hijau, kangkung, brokoli, papaya, stroberi, dan bunga kol
Vitamin D	Meningkatkan pertumbuhan tulang dan menjaga sistem kekebalan tubuh, otak, dan sistem syaraf	Ikan salmon, kuning telur, ikan tuna, jamur, susu, dan jeruk
Vitamin E	Menguatkan sistem kekebalan tubuh, pertumbuhan sel, serta kesehatan mata dan kulit	Minyak biji gandum, biji bunga mahatari, kacang almond, dan hazelnut.

### **E. Menerapkan Prinsip *Good Agricultural Practices* dan *Integrated Pest Management* Guna Mengurangi Risiko Kerugian Akibat Ketergantungan Pada Penggunaan Bahan Baku Usaha Pertanian Agrokomples dari Luar**

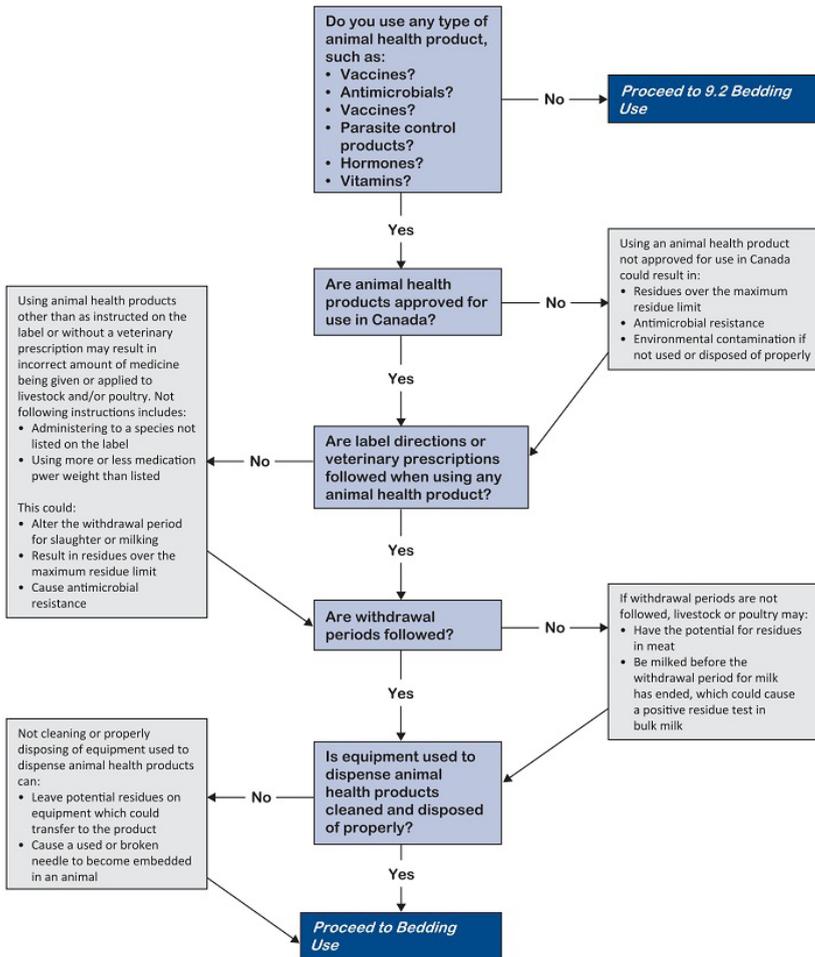
Dari aspek manajemen produksi, usaha tani pertanian (agrokomples) perlu dikembalikan ke pronsip *good agricultural practices* terutama dalam hal pengelolaan hama dan penyakit (menggunakan *integrated pest management*). Selain dilakukan untuk menghindari risiko terlambat panen karena pasokan bahan baku yang tidak didapat tepat waktu akibat terganggunya jalur distribusi, penerapan GAP dapat mengurangi risiko kerugian karena barang tidak laku di pasar akibat meningkatnya kesadaran masyarakat

untuk kembali pada pola hidup sehat. Contoh pedoman pelaksanaan *good agricultural practices* yang dapat dilakukan pasca-*new normal* dijelaskan dalam Gambar 6.2.

Tak lupa, stimulus pajak dalam hal ini dibutuhkan terutama bagi distributor yang harus mengurus syarat kesehatan setiap kali bepergian. Di Sumatera Utara, biaya yang harus dikeluarkan untuk 1x pemeriksaan *rapid test* ialah Rp. 300.000,00 dengan masa berlaku 10 hari sedangkan untuk tes *Swab* dengan masa berlaku 1 bulan, dibutuhkan biaya sekitar 1.5 hingga 2 juta rupiah. Dapat kita bayangkan berapa biaya tambahan yang harus dikeluarkan untuk mengantar hasil panen dari desa ke kota yang membutuhkan waktu perjalanan lebih dari 32 hari dalam sekali angkut.



(a)



(b)

Gambar 6.2 : Contoh Penerapan Good Agricultural Practices di Sektor Pertanian (a) dan Peternakan (b) (British Columbia, 2020)<sup>8</sup>

8 British Columbia. 2020, Good Agricultural Practices and Covid-19, (<https://www2.gov.bc.ca/gov/content/industry/agriculture-seafood/food-safety/good-agricultural-practices>, diakses tanggal 22 Juli 2020).

## Daftar Pustaka

- Arshad, M. S., Khan, U., Sadiq, A., Khalid, W., Hussain, M., Yasmeen, A., Asghar, Z., & Rehana, H. (2020). Coronavirus Disease (COVID-19) and Immunity Booster Green Foods: A Mini Review. In *Food Science & Nutrition* (Issue July). <https://doi.org/10.1002/fsn3.1719>
- Blustein, D. L., Duffy, R., Ferreira, J. A., Cohen-Scali, V., Cinamon, R. G., & Allan, B. A. (2020). Unemployment in The Time of Covid-19: A Research Agenda. *Journal of Vocational Behavior*, 119(May), 1–4.
- Boissay, F., & Rungcharoenkitkul, P. (2020, April). Macroeconomic Effects of Covid-19: an Early Review. *Bank for International Settlements*.
- Fan, Y., Zhao, K., Shi, Z. L., & Zhou, P. (2019). Bat Coronaviruses in China. *Viruses*, 11(3), 27–32.
- Fentahun, T. (2019). *Abhinav FORWARD AND BACKWARD LINKAGE ANALYSIS OF MANUFACTURING INDUSTRIES IN AMHARA REGION , ETHIOPIA. III*(February 2014), 14–26.
- Hitt, M. A., & Duane, R. (2002). The Essence of Strategic Leadership: Managing Human and Social Capital. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 9(1), 3–14.
- Hitt, M. A., Haynes, K. T., & Serpa, R. (2010). Strategic Leadership for The 21 Century. *Business Horizons*, 53(5), 437–444.
- Hu, B., Ge, X., Wang, L. F., & Shi, Z. (2015). Bat Origin of Human Coronaviruses. *Virology Journal*, 12(1), 1–10.
- Jámbor, A., Czine, P., & Balogh, P. (2020). The Impact of The Coronavirus on Agriculture: First Evidence Based on Global Newspapers. *Sustainability (Switzerland)*, 12(11), 1–10.
- Kankaew, K. (2020). The Evolution of Agribusiness Management Values from Labor to Brain Mechanism that Shape Leadership Style. *E3S Web of Conferences*, 175, 1–7.
- Peraturan Pemerintah No 21 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar Dalam Rangka Percepatan Penanganan Coronavirus Disease 2019 (Covid-19), (2020).
- Khaled, M. B., Benajiba, N., & Boumediene, M. (2020). The Role of Nutrition in Strengthening Immune System Against Newly Emerging Viral Diseases: Case of SARS-CoV-2. *The North African Journal of Food and Nutrition Research*, 04(07), 240–284.

- Maliszewska, M., Mattoo, A., & Mensbrugge, D. van der. (2020). *The Potential Impact of COVID-19 on GDP and Trade* (No. 9211).
- Mittal, S. (2007). Strengthening Backward and Forward Linkages in Horticulture: Some Successful Initiatives. *Agricultural Economics Research Review*, 20(June), 457–469.
- Muhyiddin. (2020). Covid-19, New Normal, dan Perencanaan Pembangunan di Indonesia. *Jurnal Perencanaan Pembangunan: The Indonesian Journal of Development Planning*, 4(2), 240–252.
- Nicola, M., Alsafi, Z., Sohrabi, C., Kerwan, A., Al-Jabir, A., Iosifidis, C., Agha, M., & Agha, R. (2020). The Socio-Economic Implications of The Coronavirus Pandemic (COVID-19): A Review. *International Journal of Surgery*, 78(March), 185–193. <https://doi.org/10.1016/j.ijisu.2020.04.018>
- OECD. (2020). *OECD Interim Economic Assessment. Coronavirus: The World Economy at Risk*.
- Poudel, P. B., Poudel, M. R., Gautam, A., Phuyal, S., & Tiwari, C. K. (2020). COVID-19 and Its Global Impact on Food and Agriculture. *J Biol Today's World*, 9(5), 7–10.
- Schmidhuber, J., Pound, J., & Qiao, B. (2020). *COVID-19: Channels of Transmission to Food and Agriculture*. Food and Agriculture Organization of the United Nations. <https://doi.org/https://doi.org/10.4060/ca8430en>
- Seleiman, M. F., Selim, S., Alhammad, B. A., Alharbi, B. M., & Juliatti, F. C. (2020). Will Novel Coronavirus (COVID-19) Pandemic Impact Agriculture, Food Security and Animal Sectors? *Bioscience Journal*, 36(4), 1315–1326.
- Siche, R. (2020). What is The Impact of Covid-19 Disease on Agriculture? *Scientia Agropecuaria*, 11(1), 3–9.
- Singhal, T. (2020). A Review of Coronavirus Disease-2019 (COVID-19). *Indian Journal of Pediatrics*, 87(4), 281–286.
- United Nation Conference on Trade and Development (UNCTAD). (2020, April). *From the Great Lockdown to the Great Meltdown: Developing Country Debt in the Time of Covid-19*.
- Zarei, M., & Rad, A. K. (2020). Covid-19, Challenges and Recommendations in Agriculture. *Journal of Botanical Research*, 2(1), 12–15.

## BAB 7

# NEW NORMAL ERA FINTECH LENDING

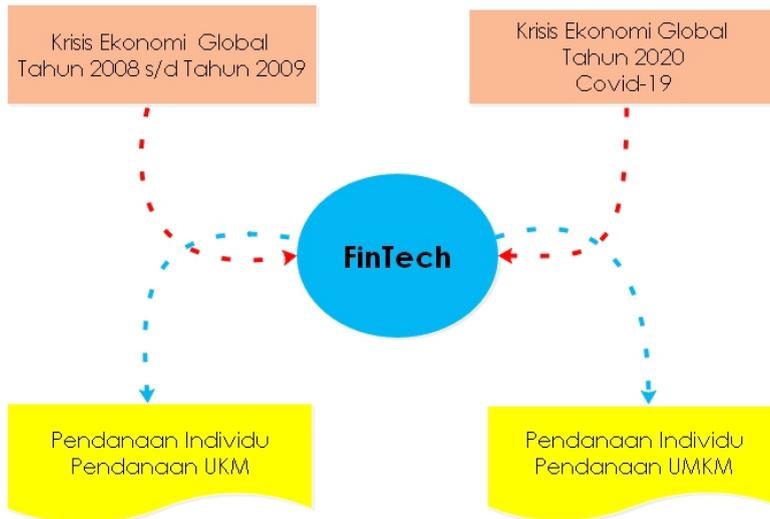
Widyastuti Andriyani  
STMIK AKAKOM  
widya@akakom.ac.id

### A. Pendahuluan

Pandemi Covid-19 masih mengguncang sektor keuangan publik dan swasta secara global. Tren investasi *FinTech Lending* secara global menampilkan *insights* dalam bentuk beragam data yang memberi manfaat pada aktivitas kemitraan maupun menambah pendapatan perusahaan. Namun, pada periode Maret sampai akhir Mei bahkan beberapa bulan ke depan, *FinTech Lending* akan mengalami penurunan suntikan dana dari investor terkait guncangan Covid-19 (Tanjib Rubaiyat, 2020). Situasi dan kondisi ekonomi secara tidak langsung mengingatkan kembali pada krisis keuangan Asia tahun 1997 (Salamah, 2001) dan krisis keuangan global tahun 2008 (Dullien *et al.*, 2010). Pada saat itu hampir semua perusahaan mengalami kegagalan dikarenakan ketidaksiapan modal yang cukup untuk mengantisipasi penurunan ekonomi yang terjadi, sehingga penanam saham mengalami kerugian yang sangat tajam, yang berdampak pada semua sektor ekonomi Asia.

Kesehatan sebuah perusahaan dapat dilihat dari beberapa faktor yang menjadi pertimbangan utama antara lain kapitalisasi, etika dalam menjalankan suatu bisnis, *rule* bisnis yang ditetapkan serta legalitas perusahaan itu sendiri. Berkaca pada krisis global yang terjadi pada tahun 2008 sampai dengan 2009 (Dullien *et al.*, 2010) industri *FinTech* mulai lahir di tengah krisis dan menarik perhatian bisnis secara global dengan memberikan perpaduan antara praktik finansial di institusi keuangan konvensional berpadu dengan kemajuan teknologi yang menjadi industri krusial dalam mendukung pemulihan ekonomi yang

terjadi pada saat itu (Puschmann, 2017; Haddad and Hornuf, 2017; Saksonova and Kuzmina-Merlino, 2017; Buckley *et al.*, 2019).



Gambar 7.1 Peran *FinTech* saat Krisis Ekonomi Global (Andriyani, 2020a)

Krisis ekonomi saat pandemi Covid-19, *FinTech Lending* menjadi salah satu industri pembiayaan keuangan yang dapat diandalkan dari pada sektor bank. Lonjakan transaksi meningkat tajam untuk memenuhi kebutuhan modal tambahan sebagai bagian dari usaha ataupun untuk kebutuhan mengatasi Covid-19 (Crowder *et al.*, 2020).

*New normal era* pada *FinTech Lending* kelak membantu ekonomi dunia kembali pulih dengan menstimulasi peminjam produktif seperti pelaku UKM (Sheng, 2020), perkembangan UMKM yang bahkan tidak berkurang pascakrisis ekonomi tahun 1997 sampai dengan tahun 1998, sampai saat ini krisis dengan pandemi Covid-19 justru semakin bertambah memberikan harapan bagi pelaku UKM untuk terus aktif pada saat ekonomi tidak menentu didukung dengan beralihnya UKM ke sistem digital. *FinTech Lending* dapat membantu memberikan akses finansial yang mudah serta aman untuk memenuhi berbagai kebutuhan pembiayaan. Perlu diketahui teknologi merupakan alat bantu dan dapat menggantikan beberapa level pekerjaan yang

bersifat terstruktur dan semi struktur kecanggihan tersebut akan banyak memberikan solusi-solusi alternatif terhadap perkembangan perbankan terhadap permintaan pelanggan atau nasabah, segmen pasar akan memilih suatu pelayanan yang praktis dan memberi solusi pada setiap kebutuhan pembiayaan.

## **B. *FinTech Lending* Solusi Keuangan Modern**

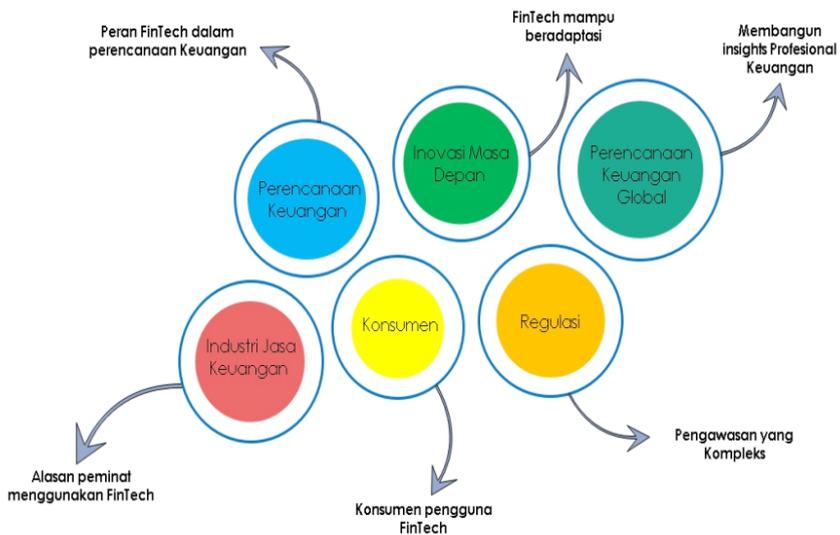
Layanan produk keuangan non-bank sedang mendominasi di dunia digital yang kita kenal dengan *FinTech Lending*, menawarkan cara alternatif untuk mengakses layanan keuangan mulai dari pendanaan atau pembiayaan (Croux *et al.*, 2020), meningkatnya pengguna pembiayaan pada saat Covid-19 menandakan bahwa *FinTech Lending* mempunyai peran penting dalam membantu perekonomian (Gunawan, 2020) sepanjang bulan Maret nilai penyaluran pembiayaan meningkat 30 persen dibandingkan dengan rata-rata bulan sebelumnya, kenaikan nilai penyaluran dana mengidentifikasi daya tarik *Peer to Peer* (P2P) *Lending* sebagai alternatif investasi yang artinya investor mulai memiliki *trust* untuk pendanaan terhadap proyek dengan *return* yang lebih rendah dengan proses transaksi pinjaman yang relatif singkat yaitu 15 menit terhitung sejak melengkapi persyaratan-persyaratan berbasis digital (Walfajri, 2020) sehingga pelaku bisnis dan investor tetap dapat produktif pada saat kondisi perekonomian tertekan oleh ancaman Covid-19.

Hasil survei Asosiasi Fintech Pendanaan Bersama Indonesia (AFPI) pada periode 9 Mei sampai dengan 14 Mei 2020, terdapat 88 *platform* mendapat permohonan rekonstruksi dari peminjam yang telah disetujui oleh pihak pemberi pinjaman dengan total dana 234 milyar dari 674.068 peminjam. Kemudian tingkat keberhasilan bayar pada saat Covid-19 dinyatakan stabil pada 90 *platform* dan 6 *platform* mengalami kenaikan pembayaran (Safitri, 2020). *FinTech Lending* secara global memuncak di atas 40 persen di antara pengguna yang aktif secara digital sudah menjadi pelanggan *FinTech* (Gulamhuseinwala and Lewis, 2015). Munculnya *platform* dan alat *FinTech* dan saran otomatis dapat membentuk masa depan

perencanaan keuangan, dampak potensial memperluas cakupan standar perencanaan keuangan *FinTech Lending*.

Cakupan standar perencanaan keuangan (Financial Planning Standards Board, 2016 meliputi:

1. Industri Jasa Keuangan, menegaskan bahwa suatu ide bisnis berbasis *platform* teknologi *FinTech Lending* dilihat berdasarkan pada perilaku pasar dengan dilatarbelakangi suatu kebutuhan mendesak untuk meningkatkan bisnis dari berbagai lapisan masyarakat.
2. Perencanaan Keuangan, segmentasi pasar dengan beragam suntikan dana untuk dapat bertahan atau memajukan bisnisnya akan memberikan celah bagi pemain bisnis untuk membidik peluang *FinTech Lending* untuk memerikan solusi praktis dan menguntungkan.
3. Konsumen, *FinTech Lending* dapat dijangkau berbagai lapisan bisnis yang terdapat di masyarakat dengan dukungan *smart phone*.
4. Inovasi Masa Depan, *FinTech Lending* akan menyesuaikan semua kebutuhan manusia yang mendukung kemajuan bisnis maupun kebutuhan lainnya
5. Regulasi/ Pengawasan, Teknologi mampu beradaptasi secara cepat mengikuti perubahan permintaan bisnis berbasis digital, peran otoritas jasa keuangan (OJK) dituntut untuk dapat mengimbangi dalam pengawasan secara memadai pada bidang yang dinamis dan kompleks tersebut.
6. Perencanaan Keuangan Global, Pemangku kepentingan dapat mengatasi implikasi dari *FinTech* dan saran otomatis tentang masa depan perencanaan keuangan.



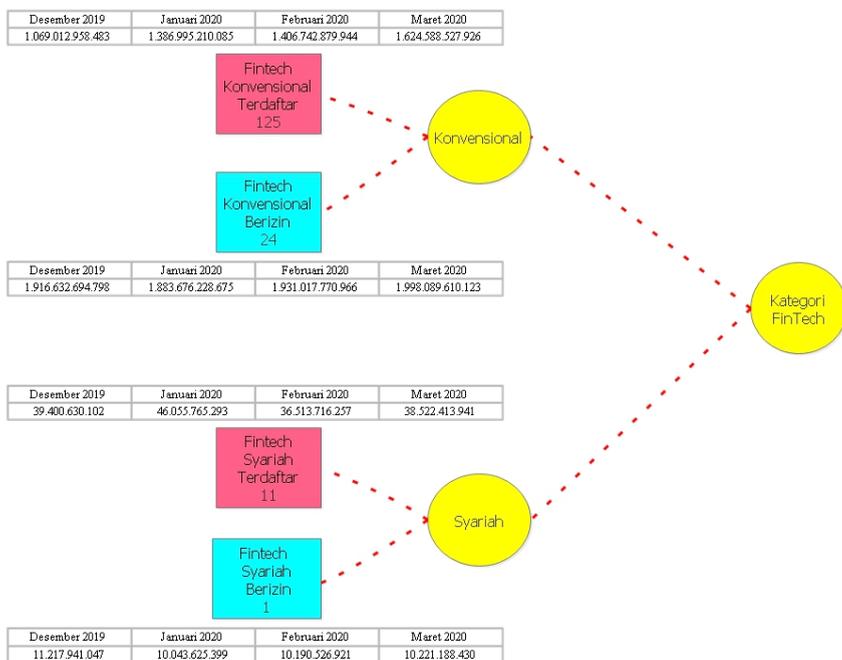
Gambar 7.2: Standar Perencanaan Keuangan *FinTech Lending* (Andriyani, 2020b)

Inklusi keuangan selama krisis Covid-19 dipengaruhi oleh hilangnya keseimbangan ekonomi, pengusaha mencari strategi keluar, individu mengalami kesulitan bertahan hidup, dan setiap rumah tangga berjuang untuk memberi makan keluarga mereka terutama di negara-negara berkembang yang telah memberlakukan *lockdown*. Untuk mengatasi masalah ini, solusi cepat dan tindakan dukungan segera diperlukan (Ozili, 2020).

Pemerintah sudah bereaksi terhadap krisis corona virus dengan mengeluarkan beberapa kebijakan. Namun pada kenyataannya kebijakan itu hanya menguntungkan pihak-pihak tertentu, salah satunya adalah pinjaman di sektor bank yang tidak memberi keringanan pada semua level jenis peminjam. Peraturan OJK Nomor 11 Tahun 2020 yang berisi panduan bagi bank yang mendukung kebijakan stimulus perekonomian melalui restrukturisasi kredit bagi debitur terdampak corona (OJK, 2020) tidak diberlakukan oleh sektor bank dan pada akhirnya menambah beban hidup masyarakat (Thertina, 2020). Hadirnya *FinTech Lending* menjadi penolong bagi sebagian masyarakat dalam pembiayaan usaha mandiri maupun

biaya hidup (Pratama, 2020; Hidayat, 2020; Mutia, 2020). Banyaknya minat pada pembiayaan tersebut didukung dengan produk-produk *FinTech* terdiri dari dua jenis kategori yang terdaftar pada Otoritas Jasa Keuangan, di antaranya kategori *FinTech* secara konvensional dan secara Syariah (OJK, 2020).

Kategori konvensional memiliki total kenaikan aset 3,62 persen dihitung dari bulan Desember 2019 sampai dengan Maret 2020 dengan 125 jenis perusahaan *FinTech* dengan status terdaftar dan 24 *FinTech* status berizin. Sedangkan untuk kategori syariah memiliki total kenaikan aset 0,05 persen dihitung dari bulan Desember 2019 sampai dengan Maret 2020 dengan status *FinTech* terdaftar sebanyak 11 dan status *FinTech* berizin sebanyak 1 perusahaan.



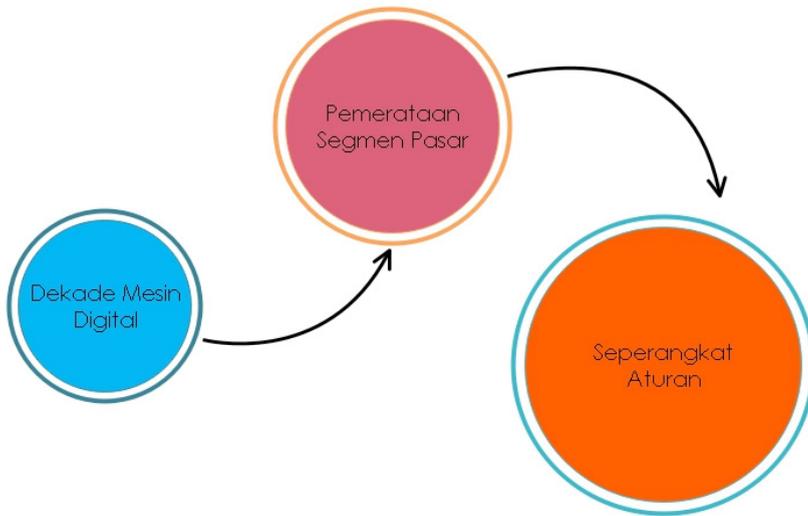
Gambar 7.3 Data Pelaku *FinTech* dan Aset yang dimiliki data periode Maret 2020 (Andriyani, 2020c)

### C. Globalisasi *FinTech Lending*

Ekosistem *FinTech* yang berkembang dan mengalahkan dunia perbankan, bermunculan di mana-mana dengan membangun piramida berbasis *trust* yang diuraikan secara luas (Findexable, 2019). *FinTech* dan *startup* mempunyai perbedaan yang sangat mendasar yaitu tentang penggunaan data. Terdapat ketidakkonsistenan dan ketidaklengkapan dari data yang tersedia pada ekosistem *FinTech*, data set yang dapat digunakan untuk menghasilkan solusi yang lebih layak.

Ekosistem *FinTech Lending*, meliputi:

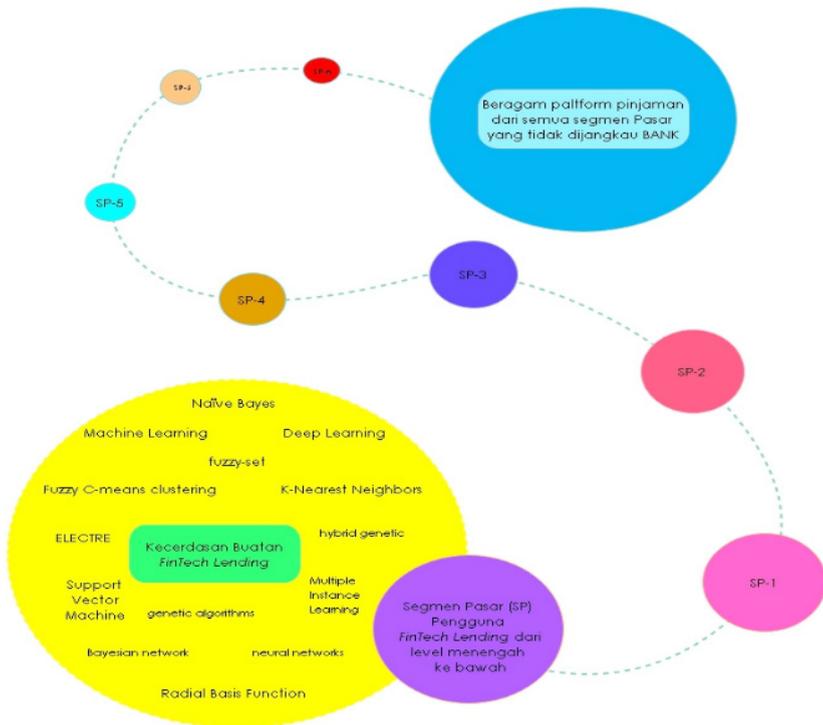
1. Dekade Mesin Digital adalah bisnis *FinTech Lending* dengan menerapkan inovasi berbasis teknologi yang secara khusus ditunjukkan pada penyediaan atau distribusi layanan keuangan. Perusahaan *FinTech* cenderung menjadi bisnis mandiri yang besar, dengan semua aktivitas teknologi keuangan yang akan dibidik oleh para pemain pasar.
2. Pemerataan Segmen Pasar adalah ekosistem *FinTech* yang kuat bukan hanya tentang inovasi bisnis yang pesat, tetapi juga didukung oleh kebutuhan organisasi pendukung yang menyediakan fasilitas untuk membantu aliran koneksi dan modal di pasar.
3. Seperangkat Aturan adalah level *playing field* suatu kebijakan manuver memungkinkan bisnis digital secara bebas dengan mengedepankan *trust* pada semua elemen yang terlibat dalam sirkulasi birokrasi maupun bisnis.



Gambar 7.4 Ekosistem *FinTech Lending* (Andriyani, 2020d)

#### **D. Kecerdasan Buatan pada *FinTech Lending* dan Reaksi Perbankan**

*FinTech Lending* menerapkan kecerdasan buatan dalam melakukan interaksi dengan pengguna atau nasabah semua tahap pengajuan pendanaan atau pembiayaan hanya memerlukan waktu yang sangat singkat praktis dan bisa diandalkan (FinTech Circle Institute, 2018) kecerdasan buatan berpotensi memiliki banyak aplikasi di seluruh layanan keuangannya, tetapi perkembangan *FinTech* lebih merupakan sebuah evolusi, hanya sedikit yang dapat sepenuhnya menggantikan cara tradisional dalam berbisnis.



Gambar 7.4 Kecerdasan Buatan pada *FinTech Lending* (Andriyani, 2020e)

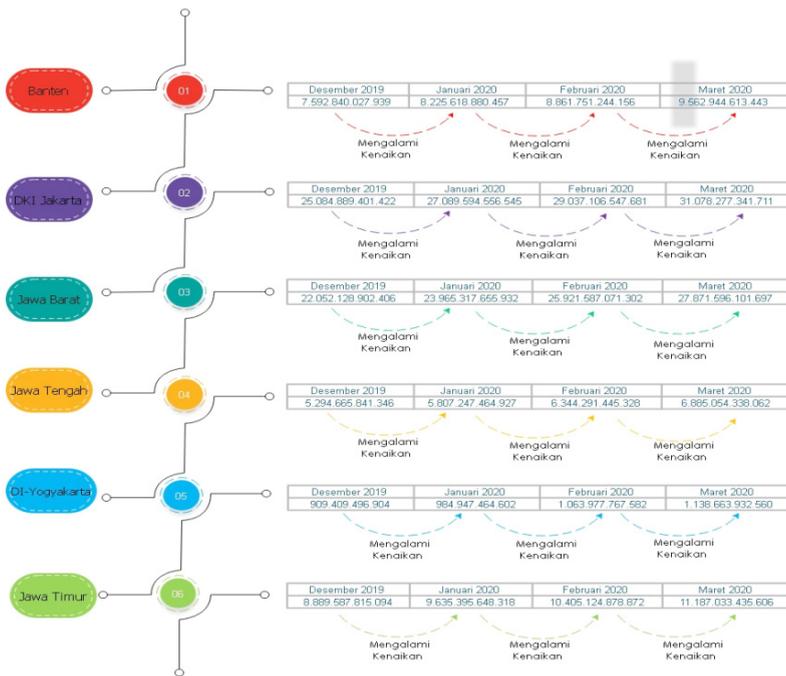
Misalnya, menggunakan kecerdasan buatan untuk menganalisis sejumlah besar data alternatif untuk memprediksi kelayakan kredit dengan lebih baik, menggantikan metode penjaminan kredit tradisional (Turkson, Baagyere and Wenya, 2016; Bai *et al.*, 2019; Vanneschi *et al.*, 2018; Yap, Ong and Husain, 2011; Masmoudi, Abid and Masmoudi, 2019; Liu *et al.*, 2019). Kecerdasan buatan mampu menjangkau segmen pasar yang terabaikan segmen pasar dari semua level dapat dijangkau, seperti yang terlihat pada *platform* pinjaman konsumen yang semakin mengintegrasikan pembelajaran mesin dengan beragam produk, atau membantu segmen pasar dari beragam level di mana sejarah kreditnya tidak tersedia pada bank pemerintah atau swasta.

Hadirnya *FinTech Lending* turut memicu disrupsi pada industri perbankan membuat masyarakat bisa bertransaksi sebanyak-

banyaknya di luar sistem perbankan. Pada awalnya, Presiden Direktur Bank Central Asia (BCA) Jahja Setia Atmadja mengatakan bahwa “*FinTech Lending* menjangkau pasar yang tidak dijangkau BCA atau dengan segmen pasar yang kecil-kecil” (Hastuti, 2019). Namun, seiring berjalannya waktu BCA menjadi bagian dari *FinTech Lending* Modalku dalam mendukung pembiayaan UMKM (Adi, 2020; Mahendra, 2020). Hal ini menunjukkan *FinTech Lending* mampu menjadi pesaing perbankan (Anagnostopoulos, 2018) yang tidak dapat diremehkan dengan melihat dari segmen pasar yang dirasa hanya dari kalangan menengah ke bawah (Ananta, 2019). Pergerakan *FinTech Lending* semakin hari semakin digemari masyarakat dengan aplikasi berbasis *smatphone* yang sangat praktis dan efisien dalam penggunaannya.

Peningkatan *FinTech Lending* menyebar di seluruh dunia dengan sangat dinamis dan konsisten. Beberapa peningkatan pengguna pembiayaan *FinTech Lending* di area Jawa terdapat beberapa kota dengan peningkatan penyaluran jumlah pembiayaan pinjaman beragam (OJK, 2020). Dari enam kota yang ada di area Jawa (Banten, DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, DI.Yogyakarta, dan Jawa Timur) periode bulan Desember 2019 sampai dengan Maret 2020 mengalami peningkatan *lender* di setiap bulannya dengan rentang paling tinggi pada kota Jawa Timur dengan jumlah 6,76 persen peningkatan dan rentang paling rendah di kota DI.Yogyakarta dengan jumlah 4,75 persen. Kemudian urutan kedua kota Banten sebanyak 6,04 persen, urutan ketiga kota Jawa Barat sebesar 6,01 persen, urutan keempat kota Jawa Tengah sebesar 5,97 persen, urutan kelima DKI Jakarta 5,33 persen.

Data peningkatan akumulasi penyaluran pinjaman nasabah di daerah Jawa, meliputi (OJK, 2020):



Gambar 7.5 Akumulasi Penyaluran Pinjaman di Wilayah Jawa (Andriyani, 2020f)

### E. 2020 New Normal Era FinTech Lending

Perkembangan *FinTech* yang semakin matang selama periode 2019, dengan perkembangan yang pesat dan selalu memperbaiki kekurangan-kekurangannya dalam melayani dan memenuhi kebutuhan pelanggan sehingga meningkatkan kemajuan pada penggunaan data yang semakin luas dan menuntut ketertiban teknologi *FinTech* di sejumlah negara pada peraturan yuridiksi.

Tahun 2020 menjadi tahun besar bagi *FinTech*. Berikut prediksi di tahun 2020 (Ian Pollari & Ruddenklau, 2020):

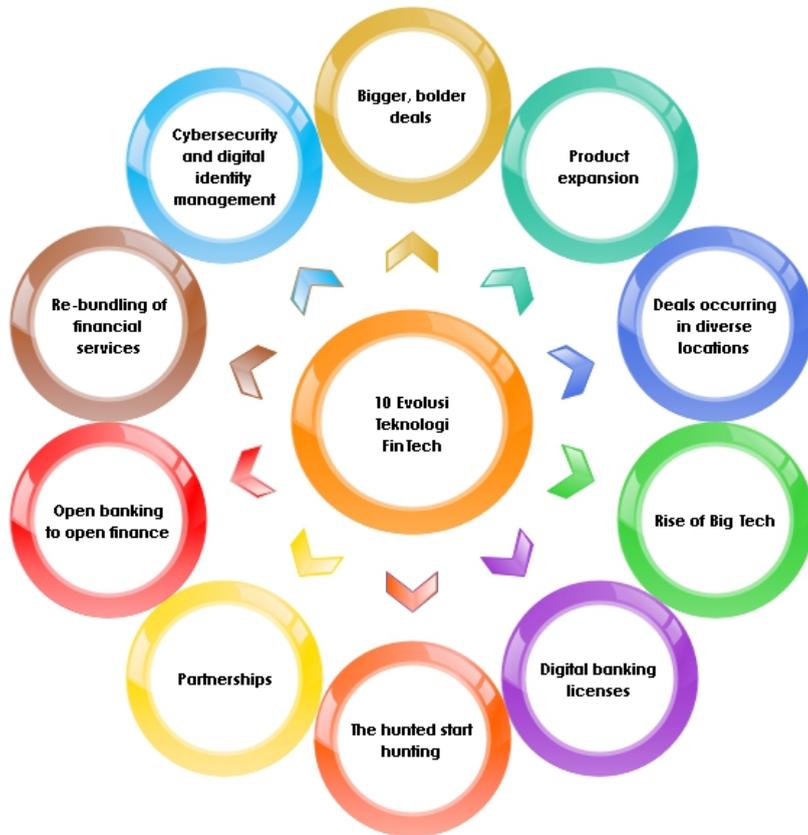
1. *Bigger, bolder deals*: merupakan sebuah kesepakatan yang mengedepankan suatu *trust* pada investor yang akan terus menerus diperbarui dengan model bisnis yang semakin transparan.

2. *Product expansion*: ekspansi produk dalam persaingan dengan perbankan (bank), yang terus memperluas layanan penawaran dari berbagai jenis produk dan *marketplace*.
3. *Deals occurring in diverse locations*: kesepakatan *FinTech* akan semakin terlihat di wilayah hukum di luar pasar tradisional *FinTech*, seperti di Asia Tenggara, Amerika Latin, dan Afrika
4. *Rise of Big Tech*: Teknologi raksasa seperti Alibaba, Alphabet, Apple dan Tencent akan meningkatkan fokus mereka pada ruang *FinTech*, bekerja untuk meningkatkan jangkauan mereka ke pasar yang sedang berkembang - baik secara langsung atau dengan menempa investasi *FinTech* atau melalui aliansi strategis - untuk meningkatkan nilai dan integrasi ekosistem mereka dengan pelanggan.
5. *Digital banking licenses*: negara di kawasan Asia Pasifik akan mengembangkan rezim perbankan digital dan menggunakan lisensi perbankan digital untuk merangsang persaingan dan memberikan layanan ke segmen yang kurang terlayani/ tidak terlayani dari total populasi yang ada.
6. *The hunted start hunting*: *FinTech* akan terus melakukan investasi sendiri dalam *FinTech* yang semakin diperbarui yang berusaha meningkatkan kemampuannya, dengan sehingga akan terus tumbuh di semua segmen.
7. *Partnerships*: membangun kemitraan akan terus mengalami peningkatan antara inversor dan teknologi, perusahaan tradisional dan *FinTech*, dan *FinTech* dengan perusahaan lainnya. Kemitraan akan sangat berfokus pada kebutuhan pelanggan dan diarahkan untuk menciptakan nilai lebih dengan dapat melayani semua kebutuhan pelanggan dan mendominasi pada skala dengan lebih cepat.
8. *Open banking to open finance*: fokus pada peluang data yang saling terbuka yang akan bergerak di luar perbankan dan ke dalam aspek lain dari industri jasa keuangan.
9. *Re-bundling of financial services*: konsumen semakin mencari solusi untuk memenuhi kebutuhan hidup didukung dengan

kemajuan digital yang semakin kompleks dan terfragmentasi, lebih memilih *platform* terpercaya untuk mengatur urusan keuangan mereka.

10. *Cybersecurity and digital identity management: FinTechs* yang berfokus pada *cybersecurity* akan menjadi lebih menarik ketika lembaga keuangan tradisional bergeser ke dunia maya, terutama di bidang-bidang seperti penipuan, keamanan, dan manajemen identitas.

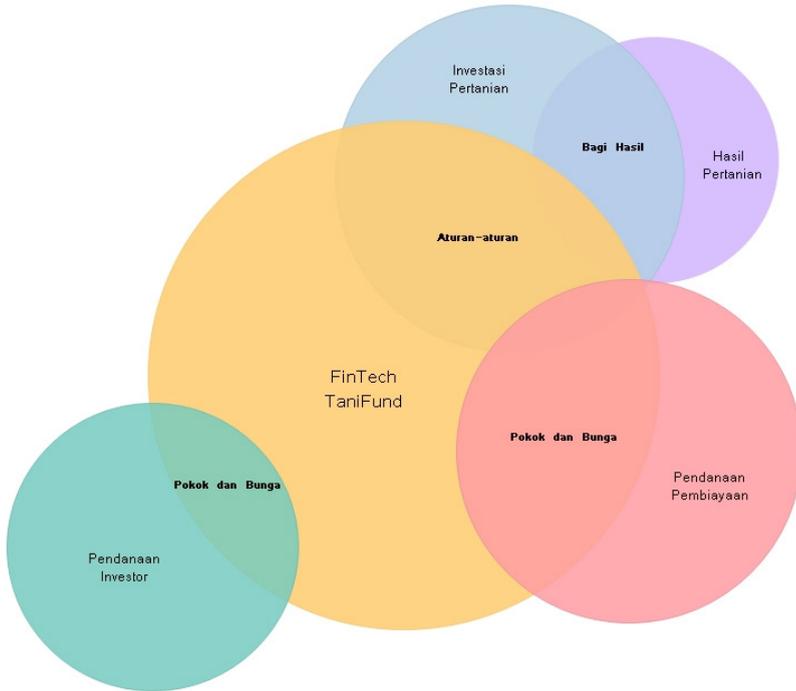
*FinTech* global akan terus menjadi pilihan pelanggan dengan perkembangan yang cepat seperti meningkatnya fokus pada peluang data yang semakin beragam sumbernya dengan meningkatkan *trust* seperti kecerdasan buatan, *blockchain* dan *cryptocurrency* (Ian Pollari and Ruddenklau, 2020). Laju perubahan kecerdasan buatan semakin cepat dapat dilihat dari banyaknya teknologi yang bersinergi satu dengan yang lainnya. Sejauh ini aplikasi utama kecerdasan buatan adalah untuk mengotomatisasi proses dengan ngandalkan pembelajaran mesin, tahun 2020 akan semakin dikembangkan dengan membangun suatu aplikasi yang dapat meningkatkan identitas kecerdasan buatan dengan menciptakan deteksi penipuan (Ryman-Tubb, Krause and Garn, 2018; Sadgali, Sael and Benabbou, 2019; Carta *et al.*, 2019; Desouza, Dawson and Chenok, 2020) untuk menjaga kenyamanan pelanggan, kecerdasan buatan memegang janji pada layanan keamanan (Nikkel, 2020), yang memungkinkan penyedia jasa untuk terlibat dengan pelanggan mereka dengan cara yang sangat baik.



Gambar 7.6 Evolusi Teknologi *FinTech* di Tahun 2020 (Andriyani, 2020g)

Ketika strategi teknologi semakin menjadi bagian inti dari strategi bisnis dalam suatu organisasi permintaan untuk pembaruan suatu perbaikan akan terus bertumbuh. Sebagai contoh perkembangan tentang investasi, berinvestasi di sektor pertanian yang diketahui masih sangat terbatas, melalui perkembangan teknologi finansial atau *FinTech* PT. Tani Fund Madani Indonesia atau TaniFund, masyarakat dapat berkecimpung langsung sebagai investor pertanian dengan menanamkan saham sebagai investor bagi petani Indonesia dengan modal 100 ribu rupiah (Arieza, 2020). TaniFund telah menyalurkan pendanaan kepada 1.500 petani di seluruh Indonesia, sedangkan

untuk dana pada pinjaman atau pembiayaan mencapai 2.200 yang didominasi investor individu.



Gambar 7.7 Jenis bisnis *FinTech* Pertanian PT.Tani Fund Madani Indonesia (Andriyani, 2020h)

Jenis produk yang terdapat pada *FinTech* PT.Tani Fund Madani Indonesia, meliputi:

1. Pendanaan Investor

Seseorang yang berkaitan dengan bisnis yang menanamkan modalnya untuk mendapatkan keuntungan, investor pada *FinTech* dapat memilih jenis investasi yang menurutnya menguntungkan.

2. Pendanaan Pembiayaan

Aset yang disediakan untuk memenuhi peminjam dengan beragam keperluannya baik untuk kepentingan usaha UMKM maupun untuk kebutuhan individu.

### 3. Investasi Pertanian

Berkaitan dengan keuangan dan ekonomi yang kaitannya sangat erat dengan suatu aturan-aturan pada penanaman modal usaha pertanian tertentu dengan perhitungan aset sesuai dengan hasil panen diperiode tertentu tergantung dengan investasi pertanian yang telah dipilih.

Perkembangan *FinTech* saat ini akan terus berkembang menyesuaikan kebutuhan pasar dengan beragam jenis pembiayaan, yang cepat atau lambat pembiayaan di bidang energi, laut, pertambangan, telekomunikasi dan masih banyak lagi akan berkembang selama tahun 2020.

### Daftar Pustaka

- Adi (2020) 'BCA Gandeng Modalku Biayai UMKM', <https://pasardana.id/>, 29 January, p. 1. Available at: <https://pasardana.id/news/2020/1/29/bca-gandeng-modalku-biayai-umkm/>.
- Anagnostopoulos, I. (2018) 'Fintech and regtech: Impact on regulators and banks', *Journal of Economics and Business*, 100(June 2017), pp. 7–25. doi: 10.1016/j.jeconbus.2018.07.003.
- Ananta, Y. (2019) 'Agar tak Kalah Saing, BUMN Bersatu Bikin Usaha Fintech', <https://www.cnbcindonesia.com/>, p. 1. Available at: <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190225075453-37-57340/agar-tak-kalah-saing-bumn-bersatu-bikin-usaha-fintech>.
- Andriyani, W. (2020a) 'New Normal Era Dalam Berbagai Aspek Kehidupan', in *BAB VIII. New Normal Era FinTech Lending-Peran FinTech saat Krisis Ekonomi Global*, p. 1.
- Andriyani, W. (2020b) 'New Normal Era Dalam Berbagai Aspek Kehidupan', in *BAB VIII. New Normal Era FinTech Lending-Standar Perencanaan Keuangan FinTech*, p. 1.
- Andriyani, W. (2020c) 'New Normal Era Dalam Berbagai Aspek Kehidupan', in *BAB VIII. New Normal Era FinTech Lending-Data Pelaku FinTech dan Aset yang dimiliki data periode Maret 2020*.
- Andriyani, W. (2020d) 'New Normal Era Dalam Berbagai Aspek Kehidupan', in *BAB VIII. New Normal Era FinTech Lending-Ekosistem FinTech*, p. 1.

- Andriyani, W. (2020e) 'New Normal Era Dalam Berbagai Aspek Kehidupan', in *BAB VIII. New Normal Era FinTech Lending-Kecerdasan Buatan pada FinTech Lending*.
- Andriyani, W. (2020f) 'New Normal Era Dalam Berbagai Aspek Kehidupan', in *BAB VIII. New Normal Era FinTech Lending-Akumulasi Penyaluran Pinjaman FinTech Lending di Wilayah Jawa*.
- Andriyani, W. (2020g) 'New Normal Era Dalam Berbagai Aspek Kehidupan', in *BAB VIII. New Normal Era FinTech Lending-Evolusi Teknologi FinTech di Tahun 2020*, p. 1.
- Andriyani, W. (2020h) 'New Normal Era Dalam Berbagai Aspek Kehidupan', in *BAB VIII. New Normal Era FinTech Lending-Jenis bisnis FinTech Pertanian PT.Tani Fund Madani Indonesia*, p. 1.
- Arieza, U. (2020) 'Berinvestasi di Sektor Pertanian dengan Modal Rp100 Ribu', <https://www.cnnindonesia.com/>, 30 May, p. 1. Available at: <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20200529161416-83-508024/berinvestasi-di-sektor-pertanian-dengan-modal-rp100-ribu>.
- Bai, C. *et al.* (2019) 'Banking credit worthiness: Evaluating the complex relationships', *Omega (United Kingdom)*. Elsevier Ltd, 83, pp. 26–38. doi: 10.1016/j.omega.2018.02.001.
- Carta, S. *et al.* (2019) 'Fraud detection for E-commerce transactions by employing a prudential Multiple Consensus model', *Journal of Information Security and Applications*. Elsevier Ltd, 46, pp. 13–22. doi: 10.1016/j.jisa.2019.02.007.
- Croux, C. *et al.* (2020) 'Important factors determining Fintech loan default: Evidence from a lendingclub consumer platform', *Journal of Economic Behavior and Organization*. Elsevier B.V., 173, pp. 270–296. doi: 10.1016/j.jebo.2020.03.016.
- Crowder, J. L. *et al.* (2020) 'COVID-19 : Its Impact on Banking , Fintech , and Payments : FAQs', 7(April). Available at: [http://m.klgates.com/files/Publication/d45e49ce-6417-455d-b890-5ea70cca7e42/Presentation/PublicationAttachment/da2363d7-78a3-4940-b2a3-8cf4a8945eb5/COVID-19\\_Its\\_Impact\\_on\\_Banking\\_Fintech\\_and\\_Payments\\_FAQs.pdf](http://m.klgates.com/files/Publication/d45e49ce-6417-455d-b890-5ea70cca7e42/Presentation/PublicationAttachment/da2363d7-78a3-4940-b2a3-8cf4a8945eb5/COVID-19_Its_Impact_on_Banking_Fintech_and_Payments_FAQs.pdf).
- Desouza, K. C., Dawson, G. S. and Chenok, D. (2020) 'Designing, developing, and deploying artificial intelligence systems: Lessons

- from and for the public sector', *Business Horizons*. Elsevier Ltd, 63(2), pp. 205–213. doi: 10.1016/j.bushor.2019.11.004.
- Dullien, S. et al. (2010) *The Financial and Economic Crisis of 2008-2009 and Developing Countries*, United Nations Conference on Trade and Development and Hochschule fur Technik und wWirtschaft Berlin. Available at: [http://unctad.org/en/Docs/gdsmdp20101\\_en.pdf](http://unctad.org/en/Docs/gdsmdp20101_en.pdf).
- Financial Planning Standards Board (2016) 'Fintech and the Future of Financial Planning', in *Financial Planning Standards Board Ltd. All rights reserved. REV 1610—1*, pp. 1–26. Available at: [www.fpsb.org](http://www.fpsb.org).
- Findexable (2019) 'The Global Fintech Index 2020', (December 2019), pp. 1–23. Available at: [https://findexable.com/wp-content/uploads/2019/12/Findexable\\_Global-Fintech-Rankings-2020exSFA.pdf](https://findexable.com/wp-content/uploads/2019/12/Findexable_Global-Fintech-Rankings-2020exSFA.pdf).
- Fintech Circle Institute (2018) *Fintech trends*. Available at: <https://fintechcircle.com/wp-content/uploads/2020/01/Fintech-Trends-2020-by-FINTECH-Circle-Institute.pdf>.
- Gulamhuseinwala, I. and Lewis, S. (2015) 'FinTech is gaining traction and young, high-income users are the early adopters', *The Journal of Financial Perspectives: FinTech*, 3(3), pp. 1–20. Available at: [https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-fintech-is-gaining-traction-and-young-high-income-users-are-the-early-adopters/\\$FILE/ey-fintech-is-gaining-traction-and-young-high-income-users-are-the-early-adopters.pdf](https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-fintech-is-gaining-traction-and-young-high-income-users-are-the-early-adopters/$FILE/ey-fintech-is-gaining-traction-and-young-high-income-users-are-the-early-adopters.pdf).
- Gunawan, A. (2020) 'Meski Wabah Corona, Pinjaman Fintech Melesat Jadi Rp102 Triliun - Finansial Bisnis', <https://finansial.bisnis.com/>, p. 1. Available at: <https://finansial.bisnis.com/read/20200506/563/1237465/meski-wabah-corona-pinjaman-fintech-melesat-jadi-rp102-triliun>.
- Hastuti, R. K. (2019) 'Fintech Menjamur, Bos BCA\_ Perusahaan Besar Gak Boleh Serakah', <https://www.cnbcindonesia.com/>, 11 November, p. 1. Available at: <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20191111184038-37-114440/fintech-menjamur-bos-bca-perusahaan-besar-gak-boleh-serakah>.
- Ian Pollari and Ruddenklau, A. (2020) 'Pulse of Fintech', in *Fintech-report*, pp. 1–85. Available at: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/xx/pdf/2020/02/pulse-of-fintech-h2-2019.pdf>.

- Liu, Chao *et al.* (2019) 'Novel evolutionary multi-objective soft subspace clustering algorithm for credit risk assessment', *Expert Systems with Applications*. Elsevier Ltd, 138. doi: 10.1016/j.eswa.2019.112827.
- Mahendra, D. I. (2020) 'Kolaborasi Perbankan-Fintech Lending, Akselerasi Gerak Industri', <https://mediaindonesia.com/>, p. 1. Available at: <https://mediaindonesia.com/read/detail/284154-kolaborasi-perbankan-fintech-lending-akselerasi-gerak-industri>.
- Masmoudi, K., Abid, L. and Masmoudi, A. (2019) 'Credit risk modeling using Bayesian network with a latent variable', *Expert Systems with Applications*. Elsevier Ltd, 127, pp. 157–166. doi: 10.1016/j.eswa.2019.03.014.
- Nikkel, B. (2020) 'Fintech forensics: Criminal investigation and digital evidence in financial technologies', *Forensic Science International: Digital Investigation*. Elsevier Ltd, (xxxx), p. 200908. doi: 10.1016/j.fsidi.2020.200908.
- OJK (2020) 'Statistik-Fintech-Lending-Maret-2020'. Available at: <https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/data-dan-statistik/fintech/Pages/Statistik-Fintech-Lending-Maret-2020.aspx>.
- OJK (2020) 'Tenang Stimulus Perekonomian Nasional Sebagai Kebijakan Countercyclical Dampak Penyebaran Corona Virus Disease 2019 (POJK Stimulus Dampak Covid-19)', p. 1. Available at: <https://www.ojk.go.id/id/regulasi/Documents/Pages/Stimulus-Perekonomian-Nasional-Sebagai-Kebijakan-Countercyclical-Dampak-Penyebaran-Coronavirus-Disease-2019/Ringkasan-Eksektif-POJK-11-2020.pdf>.
- Ozili, P. K. (2020) 'Financial inclusion and Fintech during COVID-19 crisis : Policy solutions Peterson K. Ozili', *SSRN Electronic Journal*, (December). doi: 10.2139/ssrn.3585662.
- Pratama, W. P. (2020) 'Ada Corona, Permintaan Pinjaman Produktif Fintech justru Naik - Finansial Bisnis', <https://finansial.bisnis.com/>, p. 1. Available at: <https://finansial.bisnis.com/read/20200505/563/1236689/ada-corona-permintaan-pinjaman-produktif-fintech-justru-naik>.
- Puschmann, T. (2017) 'Fintech', *Business and Information Systems Engineering*, 59(1), pp. 69–76. doi: 10.1007/s12599-017-0464-6.

- Ryman-Tubb, N. F., Krause, P. and Garn, W. (2018) 'How Artificial Intelligence and machine learning research impacts payment card fraud detection: A survey and industry benchmark', *Engineering Applications of Artificial Intelligence*. Elsevier Ltd, 76(November 2017), pp. 130–157. doi: 10.1016/j.engappai.2018.07.008.
- Sadgali, I., Sael, N. and Benabbou, F. (2019) 'Performance of machine learning techniques in the detection of financial frauds', *Procedia Computer Science*. Elsevier B.V., 148(Icads 2018), pp. 45–54. doi: 10.1016/j.procs.2019.01.007.
- Safitri, K. (2020) '88 Fintech Sudah Restrukturisasi Pinjaman Online Senilai Rp 237 Miliar', <https://money.kompas.com/>. Available at: <https://money.kompas.com/read/2020/06/02/164600326/88-fintech-sudah-restrukturisasi-pinjaman-online-senilai-rp-237-miliar>.
- Salamah, L. (2001) 'Lingkaran Krisis Ekonomi Indonesia', *Lingkaran Krisis Ekonomi Indonesia*, 14(2), pp. 65–76. Available at: <http://www.journal.unair.ac.id/filerPDF/06-lilik.pdf>.
- Sheng, T. (2020) 'The effect of fintech on banks' credit provision to SMEs: Evidence from China', *Finance Research Letters*. Elsevier, (April), p. 101558. doi: 10.1016/j.frl.2020.101558.
- Tanjib Rubaiyat (2020) 'Future of Fintech in Bangladesh', *Daily Sun*, 2(April). Available at: <https://www.daily-sun.com/printversion/details/455789/Future-of-Fintech-in-Bangladesh->.
- Thertina, M. R. (2020) 'Bank Klarifikasi Heboh Keringanan Bayar Cicilan Kredit Versi Jokowi - Berita Katadata', *Kata Data*, p. 1. Available at: <https://katadata.co.id/berita/2020/03/27/bank-klarifikasi-heboh-keringanan-bayar-cicilan-kredit-versi-jokowi>.
- Turkson, R. E., Baagyere, E. Y. and Wenya, G. E. (2016) 'A machine learning approach for predicting bank credit worthiness', *2016 3rd International Conference on Artificial Intelligence and Pattern Recognition, AIPR 2016*. IEEE, pp. 81–87. doi: 10.1109/ICAIPR.2016.7585216.
- Vanneschi, L. *et al.* (2018) 'An artificial intelligence system for predicting customer default in e-commerce', *Expert Systems with Applications*, 104, pp. 1–21. doi: 10.1016/j.eswa.2018.03.025.
- Walfajri, M. (2020) 'Maret 2020, P2P lending Komunal catat kenaikan pinjaman 30%', <https://keuangan.kontan.co.id/>, p. 1. Available at:

<https://keuangan.kontan.co.id/news/maret-2020-p2p-lending-komunal-catat-kenaikan-pinjaman-30>.

Yap, B. W., Ong, S. H. and Husain, N. H. M. (2011) 'Using data mining to improve assessment of credit worthiness via credit scoring models', *Expert Systems with Applications*. Elsevier Ltd, 38(10), pp. 13274–13283. doi: 10.1016/j.eswa.2011.04.147.

## BAB 8

# MEDIA SOSIAL DAN KESEHATAN MENTAL DI ERA NEW NORMAL

**A. Nur Aisyah Rusnali**  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bone  
rusnaliaisyah@gmail.com

### **A. Pendahuluan**

Pandemi Covid-19 membawa banyak dampak bagi kehidupan manusia. Tidak hanya secara fisik, namun juga berdampak secara psikis. Manusia telah terbiasa dengan kehidupan normal sehari-hari, bekerja, sekolah, berwirausaha, bersosialisasi dan beraktivitas di luar rumah. Namun, setelah adanya pandemi Covid-19 yang mengharuskan setiap orang beraktivitas di rumah, tentunya kebiasaan-kebiasaan pun turut berubah. Pemanfaatan teknologi informasi betul-betul dimaksimalkan pada saat pandemi berlangsung.

Kondisi tersebut tentunya bukan hal yang mudah untuk dilalui. Terlebih lagi, teknologi informasi banyak disalahgunakan oleh oknum yang tidak bertanggung jawab. Penyebaran berita bohong (hoaks) melalui media sosial ditengah pandemi Covid-19 semakin menjadi-jadi. Tentunya masyarakat harus membekali diri agar dapat beradaptasi menjalankan kenormalan baru dan tetap sehat secara fisik dan mental.

### **B. Media Sosial**

Saat ini, media sosial adalah konsumsi wajib sebagian besar masyarakat di seluruh dunia setiap hari. Sebagai produk dari *new media*, media sosial mampu menjadi bagian yang tidak terpisahkan sebagai hasil dari perkembangan teknologi informasi.

Istilah media sosial tersusun dari dua kata, yakni “media” dan “sosial”. Jika merujuk pada kamus besar Bahasa Indonesia, “Media”

diartikan sebagai alat, sarana, atau penghubung. Sedangkan sosial diartikan sebagai hal yang berkenaan dengan masyarakat. Jadi secara sederhana media sosial dapat didefinisikan sebagai alat atau sarana yang dapat menghubungkan masyarakat.

Media sosial adalah label bagi teknologi digital yang memungkinkan orang untuk berhubungan, berinteraksi, memproduksi, dan berbagi isi pesan. (Lewis & Nichols, 2016). Secara lebih terperinci definisi media sosial adalah sebuah media *online*, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. (Tosepu, 2018)

Jika menilik sejarah ke belakang, media sosial telah ada sejak tahun 1978 yang diawali dengan kemunculan papan buletin. Seiring dengan perkembangan zaman, media sosial kini berevolusi dan menghasilkan banyak produk yakni, website, blog, konten, situs jejaring sosial, *virtual game world*, dan *virtual social world*. Namun, banyak kesalahpahaman yang terjadi di masyarakat saat ini. Kebanyakan menganggap bahwa media sosial hanya terbatas pada aplikasi Facebook, Twitter, Whatsapp, dan aplikasi- aplikasi lain yang sedang tren saat ini. Padahal aplikasi- aplikasi tersebut termasuk dalam situs jejaring sosial yang menjadi sub bagian dari media sosial.

Tidak bisa dipungkiri kehadiran media sosial telah mengubah, bahkan merevolusi proses komunikasi manusia. Bahkan bisa dikatakan proses komunikasi model demikian merupakan ciri khas yang melekat pada masyarakat modern saat ini. Sangat mungkin dalam beberapa dekade ke depan ada perubahan, tetapi untuk saat sekarang media sosial berperan dalam penyebaran informasi (Nurudin, 2013).

## **Karakteristik Media Sosial**

Para ahli menegemukakan pendapat yang berbeda-beda mengenai karakteristik media sosial berdasarkan latar belakang keilmuan masing-masing. Tetapi pada dasarnya, karakter kuat dari

media sosial adalah sifatnya yang dapat menjangkau khalayak luas dan memberikan pengaruh yang besar bagi si penerima pesan. Berikut beberapa karakteristik media sosial, yakni: (Rulli Nasrullah, 2016)

1. Jaringan

Media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk dalam jaringan atau internet. Adapun karakter media sosial yakni membentuk jaringan di antara para pengguna sehingga kehadiran media sosial dapat memberikan media bagi pengguna agar terhubung secara mekanisme teknologi.

2. Informasi

Fungsi utama dari media sosial adalah saling bertukar informasi yang bermanfaat dengan orang lain, khususnya orang-orang dengan jarak yang cukup jauh. Media sosial memudahkan arus informasi tanpa terhalang oleh jarak dan waktu.

3. Arsip

Informasi dapat tersimpan dengan baik di media sosial selama tidak dihapus oleh penggunanya. Informasi tersebut dapat diakses kapan pun dan di mana pun kita membutuhkan informasi tersebut.

4. Interaksi

Interaksi menjadi karakter dasar dari media sosial. Orang-orang dapat saling berkomentar melalui laman media sosial dengan mengunggah sebuah foto, video, atau sekadar tulisan.

5. Simulasi Sosial

Media sosial merupakan simulasi dari dunia nyata. Melalui media sosial, masyarakat seolah membentuk kehidupan baru, kehidupan dunia maya. Kehidupan dunia maya tentunya tidak seratus persen sama dengan kehidupan di dunia nyata.

6. Konten oleh Pengguna

Setiap orang bebas menentukan konten apa yang akan dibuat pada akun media sosialnya. Tentunya konten tersebut harus sesuai dengan etika penggunaan media sosial yang berlaku di

masyarakat. Dengan kata lain, bebas namun tetap ada batasan. Konten media sosial tidak boleh mengandung unsur sara yang dapat memicu perpecahan antarbangsa.

## 7. Penyebaran

Penggunaan media sosial dikategorikan komunikasi dua arah. Di mana setiap pengguna dapat saling bergantian sebagai pemberi dan penerima pesan.

Media sosial yang hadir di tengah masyarakat saat ini kebanyakan berbasis teknologi. Dahulu media sosial hanya menggunakan papan buletin yang hanya dapat diakses oleh orang-orang dalam skala terbatas. Namun saat ini dengan kecanggihan teknologi berbasis jaringan internet, media sosial dapat diakses oleh orang-orang di seluruh dunia tanpa batasan ruang dan waktu. Orang-orang dapat mengirim informasi dalam hitungan detik ke khalayak dalam jumlah yang tidak terbatas.

Dahulu orang-orang menyimpan arsip dalam folder- folder di lemari, atau menyimpan foto dalam sebuah album, serta video dalam bentuk piringan disk yang sewaktu- waktu dapat dilihat kembali. Namun cara tersebut dianggap kurang efektif lagi saat ini. Karena benda-benda yang berbentuk fisik seperti itu, memiliki risiko mudah terbakar dan hilang. Saat ini orang-orang lebih memilih menyimpan foto, video, dan tulisan dalam sebuah blog pribadi, email, ataukah situs jejaring sosial. Hal tersebut dianggap efektif karena dapat diakses kapan pun dan di mana pun selama ada jaringan internet tanpa membawa fisik benda. Risiko terbakar dan hilang pun sangat minim, selama *user ID* dan *password* media sosial tersebut masih kita ingat.

Kebanyakan tujuan orang mengakses atau membuat akun media sosial untuk membangun jaringan pertemanan. Saat ini, hampir semua orang memiliki akun di situs jejaring sosial. Telah menjadi sebuah stigma di masyarakat bahwa jika tidak memiliki akun jejaring sosial, maka dianggap kurang *update* dan ketinggalan zaman. Dengan sebuah foto yang diunggah ke media sosial, orang-orang dapat saling memberikan tanggapan dan berkomentar satu sama lain.

Subjek penelitian mengungkapkan bahwa media sosial adalah media untuk menutupi kekurangan. Manusia bisa memunculkan topeng-topeng itu sejalan dengan situasi dan kondisinya. Beberapa orang seperti ingin menutupi kekurangan hidupnya di dunia nyata sehingga mengunggah hal-hal yang akan membuat orang merasa iri dan menganggapnya sebagai orang yang keren padahal di kehidupan nyatanya tidak (Nurudin, 2018).

Telah menjadi kebiasaan masyarakat saat ini untuk mengunggah momen-momen penting di media sosial. Tidak hanya itu, seolah menjadi sebuah keharusan agar setiap aktivitas yang dilakukan sehari-hari diunggah di situs jejaring sosial. Tanpa disadari, sebagian besar masyarakat telah menjadi budak media sosial. Orang-orang mampu duduk berjam-jam demi sekadar melihat status-status media sosial orang lain. Dampak yang paling buruk adalah orang-orang mulai membandingkan kehidupannya dengan kehidupan orang lain yang disaksikan melalui status media sosial. Padahal apa yang ditampilkan orang lain di media sosial belum tentu di kehidupan nyata benar adanya.

Tidak dapat dipungkiri bahwa media sosial sangat memungkinkan seseorang berperilaku berbeda sebagaimana dunia nyata. Seseorang dapat berekspresi sedemikian rupa sesuai dengan keinginannya. Media sosial adalah dunia virtual. Dikatakan demikian karena apa yang terjadi sesungguhnya tidak seperti kenyataannya. Ada dua tipe kepribadian manusia di media, yang pertama tipe “Apa Adanya”, sedangkan yang kedua tipe “Ada Apanya”.

### **C. Kesehatan Mental**

Kesehatan mental merupakan hal yang tidak kalah penting untuk tetap dijaga dalam keadaan apa pun. Definisi mental menurut KBBI yakni bersangkutan dengan batin dan watak manusia, yang bukan bersifat badan atau tenaga (KBBI, 2016). Mental adalah hal yang bersifat nonfisik karena tidak dapat dilihat secara kasat mata, melainkan hanya dapat dirasakan oleh individu itu sendiri.

WHO dalam konstitusinya mendefinisikan kesehatan sebagai kondisi kesejahteraan fisik, mental, dan sosial dan bukan hanya ketiadaan penyakit atau kecacatan (World Health Organization, 2013). Depresi adalah salah satu penyebab utama kecacatan. Bunuh diri adalah penyebab kematian nomor dua di antara anak berusia 15-29 tahun. Orang dengan kondisi kesehatan mental yang parah meninggal sebelum waktunya –sebanyak dua dekade lebih awal– karena kondisi fisik yang dapat dicegah (WHO, 2019).

Segala sesuatu diciptakan berpasangan di atas bumi ini. Dalam kehidupan manusia, sudah barang tentu akan selalu berhadapan dengan masalah kehidupan. Sebab tidaklah mungkin manusia mengatur kehidupannya sendiri agar terus berada dalam keadaan yang baik- baik saja. Tekanan yang sama akan memiliki dampak berbeda pada masing-masing individu, tergantung dari kondisi mental yang dimiliki oleh seseorang. Misalnya saja dalam sebuah musibah kebakaran yang menghancurkan satu kompleks perumahan. Semua penghuni kompleks merasakan tekanan yang sama karena musibah tersebut. Namun, respon yang diberikan oleh setiap orang berbeda-beda. Ada yang depresi berat, ada yang menangis sampai pingsan, ada yang menangis histeris, ada yang duduk terdiam, dsb.

Faktor yang mempengaruhi kesehatan mental secara garis besar ada dua yaitu : (Daradjat, 2001)

1. Faktor internal, yang meliputi kepribadian, kondisi fisik, perkembangan dan kematangan, kondisi psikologis, keberagamaan, sikap menghadapi problema hidup, kebermaknaan hidup, dan keseimbangan dalam berfikir.
2. Faktor eksternal, antara lain keadaan sosial, ekonomi, politik, adat kebiasaan, lingkungan, dan sebagainya.

Dalam teori kepribadian Freud bahwa manusia terdiri dari tiga sistem/struktur/kepribadian, yaitu *id* (*das es*), *ego* (*das ich*), dan *super-ego* (*das ueber ich*) (Hamali, 2018). *Id* adalah bagian kepribadian yang berisi impuls kesenangan dan libinal. *Id* telah ada sejak manusia dilahirkan. Seseorang akan merasa cemas jika aspek naluriah ini tidak

terpenuhi. Misalnya pada saat merasa haus, seseorang akan berusaha untuk mencari segelas air minum. Jika tidak kunjung menemukan air minum, maka akan timbul rasa cemas dan tegang.

Yang kedua adalah *ego*. *Ego* adalah bagian kepribadian yang berkaitan dengan realita. *Ego* adalah pelaksana *id*, namun tetap memperhatikan kaidah-kaidah dan lingkungan sosial. Misalnya, pada saat merasa haus, seseorang akan ke warung untuk membeli minuman. Pada saat di kasir, dia harus tetap mengantri karena pembeli lumayan banyak. Dia rela menahan rasa hausnya demi mematuhi aturan yang ada.

*Superego* merupakan bagian kepribadian yang merupakan sensor baik buruk, salah benar dari dorongan *id* dan *ego*. *Superego* diperoleh dari lingkungan di mana kita dibesarkan. Orang tua memiliki peran besar dalam menanamkan nilai-nilai moral kepada anak-anaknya. Misalnya, meskipun merasa haus, seseorang lebih rela untuk mengantri daripada menerobos atau mencuri minuman. Sebab bagian *superego* manusia sadar bahwa mencuri adalah perbuatan tidak baik.

Ketiga komponen kepribadian tersebut tentunya harus berjalan secara seimbang sebab jika *id* lebih dominan daripada *ego* dan *superego*, maka akan menghasilkan pribadi egois yang mementingkan diri sendiri.

Di dalam tubuh yang sehat, terdapat jiwa yang kuat. Pepatah tersebut tentu tidak asing lagi di telinga kita. Untuk menghasilkan jiwa dan mental yang kuat, maka kita harus menjaga agar tubuh juga tetap sehat. Banyak hal yang dapat dilakukan agar kebugaran tubuh tetap terjaga, terutama di tengah pandemik Covid-19. Makan makanan yang bergizi, memperbanyak meminum air putih, berolahraga secara teratur, dan tentunya tetap menjaga pikiran agar tetap positif sebab jika tubuh kita sakit, tentunya psikis juga akan terpengaruh.

#### **D. Media Sosial dan Kesehatan Mental di Era New Normal**

Siapa yang dapat menduga, bahwa di awal tahun 2020 dunia akan digemparkan oleh virus mematikan yang dinamakan Covid-19. Awal

virus ini muncul hanya di kawasan pasar ikan Wuhan, Provinsi Hubei, Tiongkok. Tidak membutuhkan waktu lama sejak kemunculannya pada Desember 2019 lalu, virus ini menyebar begitu cepat hampir ke seluruh negara di dunia. Sampai saat ini, tanggal 13 Mei 2020 ada 215 negara yang terjangkit virus Covid-19 ini. Kasus positif yang terkonfirmasi sebanyak 4.179.479, dan kasus meninggal sebanyak 287.525. Di Indonesia kasus positif yang terkonfirmasi sampai awal bulan Juni 2020 sebanyak 28.233, sembuh 8.406, dan yang meninggal sebanyak 1.698 orang. Angka ini diperkirakan masih akan terus bertambah melihat kondisi masyarakat yang tidak begitu memperhatikan protokol kesehatan.

Ketakutan, kekhawatiran, dan stres adalah respons normal terhadap ancaman yang nyata ketika kita dihadapkan pada ketidakpastian atau hal yang tidak diketahui. Jadi, wajar dan dapat dimengerti bahwa orang-orang mengalami ketakutan dalam konteks pandemi Covid-19 (World Health Organization, 2020). Ditambah dengan rasa takut tertular virus covid-19 adalah perubahan signifikan dalam kehidupan kita sehari-hari karena gerakan kita dibatasi untuk mendukung upaya mengendalikan dan memperlambat penyebaran virus. Menghadapi kenyataan baru bekerja dari rumah, pengangguran sementara, anak-anak bersekolah di rumah, dan kurangnya kontak fisik dengan anggota keluarga lainnya, teman dan kolega, penting bagi kita untuk menjaga mental kita, serta kesehatan fisik kita.

Dalam upaya pencegahan penyebaran Covid-19 di Indonesia, pemerintah telah mengambil langkah awal berupa Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di sejumlah daerah. Dalam hal ini, tentunya peran serta masyarakat dan semua pihak sangat menentukan keberhasilan program tersebut. Kondisi ini mau tidak mau mengharuskan masyarakat untuk tetap berada di rumah selama masa pandemi Covid-19.

Belum dapat dipastikan kapan keadaan akan kembali normal, melihat jumlah kasus yang semakin hari semakin bertambah sebab bukan sebuah jaminan bahwa yang telah tertular virus Covid-19 dan dinyatakan sembuh, maka tidak akan tertular kembali. Beberapa

kasus telah ditemukan bahwa penyintas Covid-19 telah tertular kembali. Meskipun efek yang ditimbulkan tidak separah saat pertama kali orang tersebut tertular. Oleh karena itu, beberapa negara telah melakukan langkah persiapan menuju *new normal era*. Kondisi tersebut akan berlangsung sampai vaksin Covid-19 telah ditemukan, sebab perekonomian harus kembali berjalan agar krisis tidak berkepanjangan.

Tidak ada jaminan Covid-19 akan hilang dari muka bumi. Seperti halnya dengan virus HIV yang sampai saat ini belum ditemukan vaksinnya. Mau tidak mau masyarakat harus menghadapi sebuah Era Baru. Era di mana setiap orang harus hidup berdampingan dengan virus Covid-19. Menjalakan pola hidup bersih di mana pun, terbiasa untuk menjaga jarak aman dengan orang lain, terbiasa dengan terpaan informasi tentang Covid-19, dsb. Tentunya semua hal baru tersebut membutuhkan sebuah penyesuaian. Persiapan fisik dan mental yang kuat adalah bekal utama manusia menghadapi era normal baru.

Era normal baru adalah keadaan di mana masyarakat mulai menjalankan kehidupan pascawabah atau bencana berlalu. Kondisi normal baru telah banyak dilakukan sejak beberapa dekade yang lalu. Misalnya kondisi normal baru pascaflu Spanyol yang melarang orang-orang untuk meludah sembarangan, dan hal tersebut benar terjadi. Saat ini *new normal* pascapandemik Covid-19 mengharuskan orang-orang mengikuti protokol kesehatan apabila ingin beraktivitas di luar rumah. Misalnya memakai masker, menjaga jarak minimal 1 meter, rajin mencuci tangan, mengutamakan transaksi nontunai, dan masih banyak lagi hal yang harus diperhatikan.

## **1. Media Sosial di Era New Normal**

Media massa khususnya media sosial menjadi jembatan yang menghubungkan antara manusia yang satu dengan yang lain di tengah pandemi Covid-19. Keharusan untuk membatasi pertemaun dengan orang lain menjadikan media sosial kian populer saat pandemi berlangsung. Tidak dapat dipungkiri bahwa, keberadaan media sosial di tengah era *new normal* pandemi Covid-19 membawa berbagai

macam dampak. Bagaikan dua sisi mata uang, media sosial mampu memberikan informasi dengan cepat kepada masyarakat. Namun di sisi lain, informasi tersebut juga tidak sedikit yang menjerumuskan masyarakat pada kekhawatiran yang berlebihan. Pemerintah Indonesia telah membuat *website* resmi penanganan Covid-19. Hal ini dilakukan sebagai bentuk transparansi informasi kepada masyarakat dan juga upaya pencegahan penyebaran berita *hoax* yang semakin meresahkan.

Media sosial tidak hanya digunakan oleh masyarakat sebagai tempat silaturahmi, tetapi juga sebagai tempat untuk memperoleh dan menyebarkan informasi, baik secara pribadi maupun secara serentak, yang lebih dikenal dengan istilah pesan *broadcast*. Hal ini tentunya memudahkan masyarakat untuk tidak ketinggalan informasi di tengah pandemik Covid-19. Namun demikian, hal ini juga banyak dimanfaatkan oleh oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab. Banyak yang menyebarkan berita bohong (*hoaks*) melalui media sosial. Entah untuk mencari keuntungan, atautkah sekadar untuk mencari sensasi. Padahal pemerintah telah mengeluarkan Undang- Undang ITE dan memberikan sanksi tegas terhadap pelanggar tersebut. Namun, hal itu sepertinya tidak memberikan efek jera bagi orang-orang yang tidak bertanggung jawab.

Dilansir dari liputan6.com, Bareskrim POLRI telah menangani 77 kasus *hoaks* di media sosial selama Pandemi Covid-19. Kasus tersebut mulai terhitung sejak bulan Maret sampai April 2020. Sebanyak 77 orang telah ditetapkan sebagai tersangka dalam kasus tersebut. (liputan 6, 2020).

Fenomena kepopuleran media sosial di tengah pandemi Covid-19 adalah sesuatu yang wajar adanya. Perubahan siklus kehidupan yang merenggut kebebasan manusia untuk beraktivitas di luar rumah, mau tidak mau membutuhkan media sebagai sarana penghubung dengan dunia luar. Melakukan panggilan Whatsapp, atau sekadar *video call* dianggap mampu mengobati kerinduan dengan orang-orang yang dicintai. Bisa dibayangkan jika tidak ada internet, khususnya media sosial selama masa pandemi Covid-19. Tentunya silaturahmi dengan orang-orang yang berbeda jarak dan waktu akan terhenti

untuk sementara. Meskipun demikian, segala sesuatu yang berlebihan juga tidak baik. Terlalu banyak mengkonsumsi media sosial juga dapat berdampak pada pikiran dan perilaku manusia. Sesuatu yang dikonsusmsi secara terus-menerus melalui media tentunya akan masuk ke alam bawah sadar manusia.

Media massa diyakini memiliki kekuatan yang dahsyat untuk mempengaruhi sikap dan perilaku manusia. Bahkan media massa mampu untuk mengarahkan masyarakat seperti apa yang akan dibentuk di masa yang akan datang. Media mampu membimbing dan mempengaruhi kehidupan manusia dimasa kini dan masa datang(Romli, 2016).

Beberapa penelitian terkait media sosial dan kesehatan mental selama Covid-19 telah dilakukan di China. Salah satunya penelitian dengan judul *Mental Health Problems and Social Media Exposure During Covid-19 Outbreak* yang dilakukan oleh Junling Gao dan beberapa rekannya. Penelitian ini menemukan bahwa 82,0% dari responden sering mengekspos diri mereka ke media sosial, dan sering mengalami kecemasan terkait dari tekanan media sosial. Mungkin ada dua alasan yang menjelaskan hubungan antara seringnya tekanan sosial media dan kesehatan mental. Selama wabah Covid-19, disinformasi dan laporan palsu tentang Covid-19 telah membombardir media sosial dan memicu ketakutan yang tidak berdasar di antara banyak netizen. Hal tersebut dapat membingungkan orang dan membahayakan kesehatan mental. Selain itu, banyak warga mengungkapkan perasaan negatif mereka, seperti ketakutan, khawatir, gugup, kecemasan di media sosial yang merupakan jaringan sosial menular (Gao *et al.*, 2020).

Salah satu contoh kasus hoaks yang terjadi di Indonesia pada bulan Maret 2020 yakni, seorang ibu rumah tangga bernama Nur Fadillah alias Dilla binti Bujali (26) warga Wonokusumo diamankan. Ia harus berurusan dengan polisi karena telah menyebarkan berita hoaks terkait virus corona. Kabid Humas Polda Jatim Kombes Trunoyudo Wisnu Andiko mengatakan tersangka ditangkap Minggu (8/3). Ia ditangkap karena memberitakan berita bohong dengan mengunggah sebuah foto karena adanya pasien korban virus corona di RSUD dr

Soetomo, Surabaya. Foto tersebut dia dapatkan dari grup sekolah anaknya. Kemudian disebar dan ditambahi keterangan pasien Covid-19. Padahal kenyataannya, pasien tersebut bukanlah pasien Covid-19. Khalayak yang menerima informasi tersebut melalui media sosial dan tidak mengetahui kebenarannya, tentu akan dibuat panik dan khawatir. Padahal, dengan munculnya kepanikan justru akan membuat daya tahan tubuh seseorang menurun sehingga akan mudah terserang virus dan penyakit. Selain berdampak kepada penurunan sistem imun, panik berlebihan juga akan berpengaruh terhadap kesehatan mental seseorang.

Teori- teori yang berkaitan dengan dampak media telah banyak dikemukakan oleh para ahli jauh sebelum istilah media sosial muncul. Teori peluru merupakan teori pertama tentang pengaruh atau efek komunikasi massa terhadap khalayaknya. Teori peluru ini pertama kali dikemukakan oleh Wilbur Schramm pada tahun 1950-an setelah peristiwa penyiaran kaleidoskop stasiun radio CBS di Amerika yang berjudul “*The Invasion from Mars*”. Isi teori ini mengatakan bahwa rakyat benar-benar rentan terhadap pesan-pesan komunikasi massa. Ia menyebutkan pula bahwa apabila pesan tepat sasaran, ia akan mendapat efek yang diinginkan (Romli, 2016).

Apa yang dilihat, dibaca, didengarkan oleh manusia melalui media akan sangat mempengaruhi pikiran manusia. Umpan balik yang diberikan atas informasi tersebut bisa secara langsung ataupun mengalami penundaan. Informasi- informasi tentang Covid-19 yang beredar di media massa khususnya media sosial, mau tidak mau akan mempengaruhi pikiran pembacanya. Mengakses media sosial secara intens selama pemberlakuan sistem *work from home*, semakin menambah kemungkinan seseorang terpapar kepanikan berlebihan.

## **2. Menjaga Kesehatan Mental di Era New Normal**

Memiliki fisik dan mental yang sehat tentunya menjadi dambaan setiap manusia di muka bumi ini. Terlebih lagi saat ini masyarakat dituntut untuk menghadapi era normal baru di tengah pandemi Covid-19. Bukan hal yang mudah untuk dilakukan, mengingat ujian

kehidupan saat ini yang begitu berat untuk dilalui. Namun, hal tersebut tentunya bukan menjadi alasan untuk tidak berusaha bangkit dan memulai kehidupan baru.

Banyak hal yang dapat dilakukan untuk menjaga agar fisik dan mental tetap sehat di tengah pandemi Covid-19. Mengonsumsi makanan sehat dan bergizi setiap hari tentunya menjadi pilihan utama untuk menjaga badan tetap *fit*. Berolahraga secara teratur, istirahat yang cukup, konsumsi vitamin, dan senantiasa menjaga kebersihan tempat tinggal adalah langkah konkret agar kesehatan fisik tetap terjaga.

Selama pandemi konkrit-19, hampir semua manusia di penjuru dunia merasakan dampak yang besar. Namun, tentunya tenaga kesehatan, anak-anak dan lansia adalah orang-orang dengan risiko mengalami tingkat kecemasan tertinggi. Khawatir akan terpapar virus bagi tenaga kesehatan tentu tidak dapat dipungkiri, mengingat mereka adalah garda terdepan yang berhubungan langsung dengan pasien. Anak-anak banyak yang merasa bosan tinggal di rumah karena tidak dapat ke sekolah dan bertemu dengan teman-teman.

Lantas bagaimana menjaga kondisi mental agar tetap stabil di era *new normal*? Seperti yang telah dibahas di atas, bahwa mental adalah bagian dari manusia yang tidak dapat dilihat secara kasat mata. menjaga pikiran agar tetap stabil adalah cara paling ampuh untuk menjaga kesehatan mental. Tentu bukan hal yang mudah agar mental tetap sehat di era *new normal*. Apalagi gempuran media sosial yang boleh dikatakan menjadi sarana komunikasi dan hiburan terbesar selama pandemi berlangsung.

Berikut ini adalah beberapa hal yang dapat Anda lakukan untuk menjaga kesehatan mental selama pandemi virus Corona (Nadhira, 2020):

a Melakukan aktivitas fisik

Tetap berada di rumah selama masa pandemi, bukan alasan untuk tidak berolahraga. Banyak jenis olahraga ringan yang dapat dilakukan di rumah, misalnya berlari kecil atau melakukan

lompatan ringan. Dengan berolahraga, tubuh akan memproduksi hormon endorfin yang mampu meringankan stres sehingga rasa khawatir dapat lebih diminimalisir. Memperoleh asupan vitamin D dari aktivitas berjemur di pagi hari juga sangat baik untuk dilakukan. Sinar matahari yang cukup disinyalir mampu membunuh virus dan bakteri yang ada di dalam tubuh.

b Mengonsumsi makanan bergizi

Makanan bergizi tidak harus mahal. Yang penting memenuhi kebutuhan karbohidrat, protein, lemak, dan vitamin. Buah-buahan seperti pepaya, pisang, jambu, jeruk, adalah sumber karbohidrat, vitamin, dan mineral yang mudah didapatkan dan harganya pun relatif terjangkau. Jika tidak ingin membeli, Anda dapat memanfaatkan lahan di samping rumah untuk berkebun dan menanam sendiri. Makanan bergizi yang kita konsumsi tidak hanya menjaga kesehatan fisik saja, tetapi juga turut menjaga kesehatan mental, hati, dan pikiran.

c Menghentikan kebiasaan buruk

Kebiasaan buruk yang paling sulit dihilangkan adalah merokok. Meskipun sulit, bukan berarti tidak mungkin. Merokok dapat meningkatkan risiko seseorang terpapar virus Covid-19 sebab zat nikotin yang masuk ke dalam paru-paru, dapat menjadi sarang empuk bagi virus. Kebiasaan mengonsumsi minuman beralkohol juga dapat meningkatkan risiko terpapar virus corona.

Selain merokok dan minuman beralkohol, begadang juga termasuk kebiasaan buruk yang harus dihindari untuk menjaga imun tubuh tetap stabil.

d Membuat rutinitas sendiri

Lakukanlah rutinitas yang anda sukai di rumah. Misalnya menulis, bermain musik, membaca, memasak, nonton film, berkebun, dan aktivitas lain yang dapat meningkatkan *mood* selama pandemi berlangsung.

e Lebih bijak memilah informasi

Kesimpang siuran informasi mengenai Covid-19 banyak terjadi

selama pandemi berlangsung. Pemerintah telah menyediakan *website* Covid-19 sebagai upaya informasi satu pintu agar tidak terjadi kekhawatiran di masyarakat. Pilihlah tontonan dan bacaan yang ringan dan berkualitas selama di rumah. Memberi batasan waktu untuk menikmati tayangan televisi dapat menjadi sebuah pilihan yang tepat untuk mengurangi kecemasan. Terlalu menutup diri terhadap informasi juga tidak baik. Cukup seimbangkan penerimaan informasi sesuai dengan kebutuhan anda.

f Menjaga komunikasi dengan keluarga dan sahabat

Keluarga adalah hal terbaik yang anda miliki selama pandemi berlangsung. Kebijakan pemerintah untuk tetap bekerja dan beraktivitas di rumah, tentunya memberikan lebih banyak kesempatan bagi Anda untuk berkumpul dan berbagi cerita dengan keluarga. Menghubungi sahabat melalui sambungan telepon atau *video call* juga dapat mengurangi kejenuhan dan meredakan stres.

Selain *physical distancing*, tentunya *social media distancing* juga harus dilakukan di era *new normal*. Menjaga jarak fisik akan menghindarkan kita dari terpapar Covid-19, sedangkan menjaga jarak dari media sosial akan menghindarkan kita dari stress dan panik berlebihan akibat informasi yang salah.

Jika semua hal di atas dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, niscaya kita akan siap menghadapi era *new normal*. Sebagai makhluk yang beragama, tentunya kita juga harus senantiasa berserah diri dan berdoa kepada Tuhan Yang Maha Kuasa. Meningkatkan frekuensi ibadah sesuai dengan keyakinan masing-masing. Sebab tidak ada satu daun pun yang jatuh tanpa kehendak-Nya, begitupun dengan pandemi Covid-19. Semua telah ditetapkan oleh-Nya. Sejatinya kita dapat mengambil banyak pelajaran dari wabah ini, sehingga apa pun yang terjadi kita tetap menjadi manusia yang selalu bersyukur akan apa yang Allah berikan dalam kehidupan kita.

## Daftar Pustaka

- Daradjat, Z. (2001). *Kesehatan Mental*. Toko Gunung Agung.
- Gao, J., Zheng, P., Jia, Y., Chen, H., Mao, Y., Chen, S., Wang, Y., Fu, H., & Dai, J. (2020). Mental health problems and social media exposure during COVID-19 outbreak. *Plos One*, *15*(4), e0231924. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0231924.t001>
- Hamali, S. (2018). Kepribadian Dalam Teori Sigmound Freud Dan Nafsiologi Dalam Islam. *Al-Adyan: Jurnal Studi Lintas Agama*, *13*(2), 285–302. <https://doi.org/10.24042/ajsla.v13i2.3844>
- KBBI. (2016). *Definisi Mental*. KEMDIKBUD. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/nul>
- Lewis, B. K., & Nichols, C. (2016). Social Media and Strategic Communication: A Three-Year Study of Attitudes and Perceptions about Social Media among College Students. *Public Relations Journal*, *10*(1), 1–23. [http://www.prsa.org/Intelligence/PRJournal/Documents/social\\_media\\_and\\_strategic\\_communication.pdf](http://www.prsa.org/Intelligence/PRJournal/Documents/social_media_and_strategic_communication.pdf)
- liputan 6. (2020, April 8). Bareskrim POLRI tangani 77 kasus Hoaks COVID-19 di media sosial. *Liputan 6.Com*, 1.
- Nadhira, A. M. (2020). *menjaga Kesehata Mental Saat Pandemi Virus Corona*. <https://www.alodokter.com/menjaga-kesehatan-mental-saat-pandemi-virus-corona>
- Nurudin. (2013). Media Sosial Baru dan Munculnya Revolusi Proses Komunikasi. *Jurnal Komunikator*, *5*(2), 127–142.
- Nurudin. (2018). Media sosial baru dan munculnya Braggadocian Behavior di masyarakat. *Komuniti: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, *10*(1), 25–36. <http://journals.ums.ac.id/index.php/komuniti/article/download/5335/3894>
- Romli, K. (2016). *Komunikasi Massa* (Adipramono (ed.)). PT Grasindo.
- Rulli Nasrullah. (2016). *Media Sosial, perspektif komunikasi, budaya, sosioteknologi* (Nunik Siti Nurbaya (ed.); 2nd ed.). simbiosia Rekatama Media.
- Tosepu, Y. A. (2018). *Social Media dan & Social Network (Perbedaan dan klasifikasinya)* (April). Wix.com. <http://yusrintosepu.wixsite.com/yoes/single-post/2018/04/23/Social-Media-dan>

Social-Network-Media-Sosial-JeJaring-Sosial-Perbedaan-dan-klasifikasinya

WHO. (2019). *Mental Health*. WHO.Int. [https://www.who.int/health-topics/mental-health#tab=tab\\_1](https://www.who.int/health-topics/mental-health#tab=tab_1)

World Health Organization. (2013). Kesehatan Mental dalam Kedaruratan. *Jurnal Kependudukan Indonesia*, 8(1), 37–52. <http://ejurnal.kependudukan.lipi.go.id/ojs248jki/index.php/jki/article/download/21/15>.

World Health Organization. (2020). *Mental Health & COVID-19*. WHO. Int. <https://www.who.int/teams/mental-health-and-substance-use/covid-19>

## BAB 9

# NEW NORMAL : PELUANG BAGI BISNIS SOSIAL

**Anastasia Diana Megawati Tumimomor**  
Universitas Kristen Wira Wacana Sumba  
diana.tumimomor@unkriswina.ac.id

### A. Pendahuluan

Pandemi Covid-19 telah menambah permasalahan sosial di Indonesia yang sebelumnya memang sudah cukup banyak antara lain kemiskinan, pengangguran, dan mutu pendidikan. Bukan hanya masalah kesehatan namun saat ini hampir semua aspek kehidupan dan aktivitas masyarakat telah terdampak virus ini. Pemerintah kemudian mencanangkan pemberlakuan *new normal* untuk perlahan membuat aktivitas masyarakat kembali berjalan seperti semula dengan protokol kesehatan yang ketat. *New normal* mengharuskan adanya cara hidup, cara bekerja, cara belajar, bahkan cara beribadah dan berwisata yang baru. Kebijakan ini tentu tidak serta merta menghilangkan masalah atau kendala yang dihadapi masyarakat karena akan banyak pembatasan aktivitas baik di bidang kesehatan, ekonomi, pendidikan, budaya, bahkan sosial dan religi. Masalah-masalah yang dihadapi masyarakat ini tentu tidak dapat diserahkan sepenuhnya pada pemerintah pusat maupun daerah. Dibutuhkan individu maupun kelompok masyarakat untuk membantu menyelesaikannya dengan cara yang kreatif, inovatif, dan solutif. Mereka ini sering disebut *sociopreneur* atau pelaku bisnis sosial.

### B. Apa Itu Bisnis Sosial ?

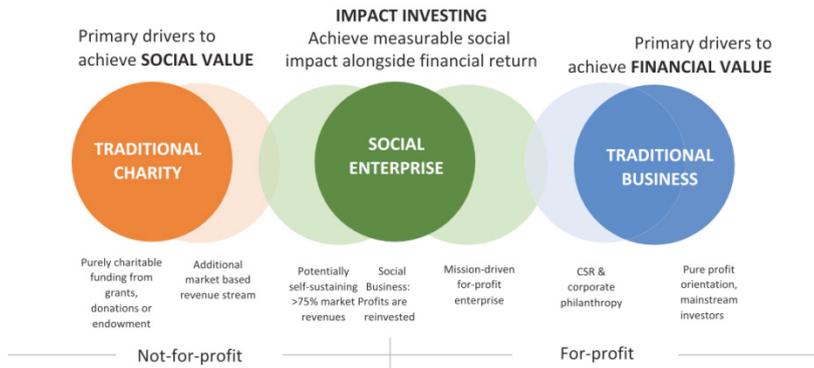
Pernahkah Anda mendengar tentang Muhammad Yunus, seorang dosen di Bangladesh penerima Hadiah Nobel di tahun 2006 karena bank yang dia dirikan untuk kaum miskin *Grameen Bank*? Atau dokter Gamal Albinsaid penggagas *Garbage Clinical Insurance*, siapapeduli.id, dan Homedika yang menerima penghargaan "*The Prince of*

*Wales Young Sustainability Entrepreneur*” dari Kerajaan Inggris dan banyak penghargaan lainnya hingga diundang khusus oleh Presiden Rusia untuk membicarakan pengembangan inovasi sosial di bidang kesehatan yang sudah dilakukannya ? Kedua tokoh ini adalah contoh pemimpin bisnis sosial.

Walaupun sudah banyak berkembang di Indonesia, namun kata bisnis sosial masih terasa asing dan aneh untuk sebagian besar orang. Sebagai pengajar matakuliah Kewirausahaan Sosial selama kurang lebih 3 tahun, tak jarang saya menerima tanggapan semacam ini: *Bisnis kok sosial, kapan untungnya? Atau sosial kok dibisniskan, apa pahalanya?*

Untuk dapat memahami bisnis sosial banyak literatur yang menggunakan grafis spektrum bisnis sosial yang diadaptasi dari J. Kingston Venturesome, CAF Venturesome, and European Venture Philanthropy Association (2015) sebagaimana yang dilakukan oleh Paul Ryder dan Joanna Vogeley dalam artikel yang berjudul *Telling the impact investment story through digital media: an Indonesian case study* (Ryder and Vogeley, 2018)

Ya, umumnya masyarakat tahu betul bahwa bisnis dan sosial adalah dua entitas yang sangat berbeda. Dari sisi tujuan, entitas bisnis yang dijalankan oleh pengusaha dalam organisasi laba apa pun bentuk dan skala usahanya, sangat berorientasi pada keuntungan/laba (*profit oriented*) yang dicapai melalui kegiatan jual beli/dagang. Sedangkan entitas sosial identik dengan kegiatan/aksi yang dilakukan oleh organisasi non-profit (biasanya berbentuk yayasan atau LSM) dengan tujuan mensejahterakan kelompok masyarakat marjinal secara cuma-cuma (*benefit oriented*), sesuai dengan lingkup isu yang digarap oleh yayasan/LSM yang bersangkutan.



Gambar 9.1 Spektrum Bisnis Sosial (Ryder and Vogeley, 2018)

Sumber dana untuk kegiatan bisnis bisa berasal dari modal pribadi dan jika usahanya makin besar biasanya harus melibatkan investor yang tentu mengharapkan timbal balik keuntungan finansial, sedangkan yayasan/LSM banyak didanai oleh bantuan donatur, hibah maupun lembaga donor baik nasional maupun internasional.

Dalam bisnis, saat mendapatkan profit maka yang menikmati proporsi terbanyak adalah *owner* atau investornya. Pada umumnya profit itu sebagian besar akan digunakan untuk mengembangkan usaha bisnisnya dan sisanya untuk memperbesar asset pribadi. Dalam entitas sosial, penerima manfaat terbesar adalah masyarakat sasaran, bukan pengelola apalagi pemilik yayasan. Keberhasilan yayasan/NGO sering dinilai dari seberapa banyak jumlah masyarakat yang terdampak dan seberapa besar dampak dari program-program yang mereka jalankan. Jika pekerja di unit bisnis disebut dengan karyawan, maka di dunia sosial sering didominasi oleh para pekerja sukarela yang disebut relawan.

### Jika demikian, apa itu Bisnis Sosial ?

Bisnis sosial terletak di tengah-tengah entitas bisnis dan entitas sosial. Karenanya bisnis sosial memiliki 2 *value* sekaligus, mengejar profit dan benefit. Itulah mengapa bisnis sosial sering juga disebut *hybrid organisations*. Sampai saat ini belum ada kesepakatan bersama

dari para peneliti maupun praktisi bisnis sosial tentang definisi bisnis sosial.

Dalam RUU Kewirausahaan Nasional (DPR) disebutkan bahwa *bisnis sosial adalah bisnis yang memiliki visi dan misi untuk menyelesaikan masalah sosial dan/atau memberikan perubahan positif terhadap kesejahteraan masyarakat dan lingkungan melalui perencanaan, pembinaan, pengembangan dan pemberdayaan yang memiliki dampak terukur, dan menginvestasikan kembali sebagian besar keuntungannya untuk mendukung misi tersebut.*

Terdapat beberapa definisi maupun terminologi untuk menyebutkan bisnis sosial, ada yang mengatakan Wirsos (wirausaha sosial), *entresocial* maupun *social enterprise*. Apa pun julukan yang digunakan, esensinya sama yaitu suatu bisnis yang tujuannya adalah untuk menyelesaikan permasalahan di masyarakat baik di lingkup sosial, ekonomi maupun lingkungan atau singkatnya *bussiness with social purpose*.

Menurut Haryanti *et al.* (2015) paling tidak ada 5 kriteria dasar yang harus dimiliki oleh bisnis sosial yang membuatnya berbeda dengan bisnis komersil, yaitu :

1. *Social mission/goal*. Setiap bisnis sosial pasti bertujuan untuk menyelesaikan minimal 1 masalah sosial. Misi sosial ini juga sangat terkait dengan kelompok masyarakat mana yang ingin disasar sebagai *beneficiaries* atau penerima manfaat dari bisnis sosial yang dijalankan. Biasanya yang menjadi *beneficiaries* bisnis sosial adalah kelompok masyarakat yang minim akses ke pelayanan publik seperti masyarakat miskin, kaum ibu rumah tangga, anak-anak dan kaum disabilitas. Adapun isu yang sering diangkat sebagai misi sosial antara lain terkait masalah ekonomi : pengentasan kemiskinan, mengurangi pengangguran, meningkatkan pendapatan rumah tangga; akses pelayanan pendidikan; akses pelayanan kesehatan bahkan isu lingkungan.

Misi sosial merupakan roh atau jiwa dari suatu bisnis sosial, karena menjadi alasan sekaligus tujuan bisnis sosial ini didirikan.

Bahkan pernyataan misi sosial ini sebaiknya tercantum dalam dokumen legal pendirian suatu Bisnis Sosial, lengkap dengan indikator dampak yang sesuai pada kelompok penerima manfaat atau *beneficiaries*-(Haryanti *et al.*, 2015)

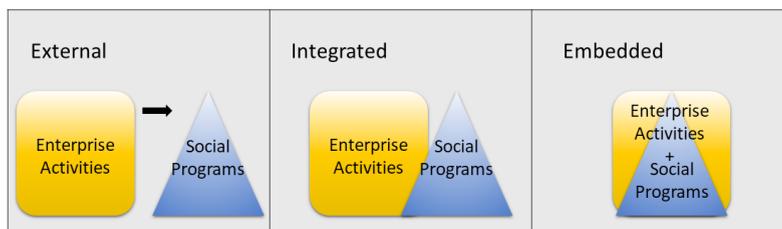
2. *Empowerment*. Sebagai bisnis sosial yang mengupayakan tranformasi sosial masyarakat ke arah yang lebih baik, tentu saja proses yang ditempuh tidak instan dan sederhana. Tujuan bisnis sosial bukan untuk memberi ikan, bukan pula hanya sekedar memberi pancing namun sampai mengajar bagaimana membuat kolam ikan dan cara menangkap ikan dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki secara kreatif. Agar proses pemberdayaan ini dapat berlangsung dengan baik, hal penting yang harus dilakukan seorang pemimpin atau inisiator bisnis sosial adalah membangun modal sosial berupa kepercayaan dan kesepemahaman (*building trust and understanding*) antara *stakeholders* : pengelola bisnis sosial, *beneficiaries*, konsumen, dan pihak lain yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam bisnis sosial.
3. *Ethical business principles*. Prinsip bisnis yang etis, bertanggung jawab, akuntabel, dan transparan wajib dilakukan oleh *sociopreneur* untuk menciptakan *trust* antara pemilik dan pengelola bisnis sosial harus melakukan. Oleh sebab itu, banyak bisnis sosial yang menerapkan prinsip *Three Bottom Line* atau 3P (*People, Planet, Profit*) dalam menjalankan usahanya, yaitu konsep berbisnis di mana usaha menghasilkan profit harus berjalan bersamaan dengan upaya pemberdayaan masyarakat dengan memperhatikan dampak pada lingkungan.
4. *Reinvestment for social mission*. Minimal 51% profit digunakan untuk kegiatan dalam rangka mencapai misi sosial, sisanya dapat digunakan untuk pengelolaan dan pengembangan unit bisnis.
5. *Sustainability*. Sebagai bisnis yang bertujuan mulia, tentu harus dikelola agar dapat bertahan dalam jangka panjang, baik dari sisi kelembagaan maupun financial harus dipertahankan keberlanjutannya agar memastikan bahwa misi sosial tercapai.

Dalam mencapai tujuannya, bisnis sosial melakukan 2 aktivitas yaitu aktivitas bisnis dengan menerapkan prinsip-prinsip bisnis yang etis serta berbagai program sosial bersama kelompok *benefeciaries*-nya. Pelaksanaan kedua aktivitas ini bisa saling terpisah, beririsan maupun melebur. Hal ini tergantung pada model bisnis yang dipilih.

*External* : aktivitas bisnis dan program sosial saling terpisah dan bisa saja tidak berkaitan dengan misi. Bisnis diciptakan untuk dapat membiayai dan mendukung program-program sosial. Model bisnis yang menggunakan tipe ini adalah *The Organizational Support Model*.

*Integrated* : aktivitas bisnis tumpang tindih dengan program sosial di mana terjadi saling berbagi aset maupun biaya. Bisnis dikelola sebagai mekanisme pengumpulan dana guna membiayai program sosial. Model bisnis yang menggunakan tipe ini adalah *Market Linkage Model* dan *Service Subsidization Model*.

*Embedded* : aktivitas bisnis adalah sekaligus sebagai program sosial di mana misi sosial menjadi tujuan utama bisnis, sehingga manfaat finansial dan sosial dicapai secara bersamaan. Kelompok *beneficiaries* sekaligus sebagai pelaku bisnis. Model bisnis yang menggunakan tipe *embedded* ini adalah *Entrepreneur Support Model*, *Market Intermediary Model*, *Employment Model*, *Fee-for-Service Model*, *Cooperative Model* dan *Market Linkage Model*.



Gambar 9.2 Tiga tipe integrasi aktivitas bisnis dan sosial dalam bisnis sosial (Grassl, 2012)

Model bisnis sosial adalah satu desain atau kerangka yang digunakan oleh bisnis sosial untuk membawa perubahan positif sejalan dengan upaya menghasilkan profit. Model bisnis sosial sangat

beragam. Setidaknya terdapat 9 model bisnis yang dapat kita pilih (Grassl, 2012) :

1. *Entrepreneur Support Model*

Bisnis sosial memberikan *support* serta layanan dalam bentuk konsultasi, pelatihan, maupun dukungan teknis bagi pengusaha atau pebisnis.

Contoh : PLUS (Platform Usaha Sosial)

2. *Market Intermediary Model*

Bisnis sosial menjadi mediator antara mitra-mitra usahanya yang juga *beneficiaries*-nya dengan pasar, dengan membantu penjualan produk yang dihasilkan oleh mitra usaha. Para mitra ini umumnya adalah kelompok tani, nelayan, peternak, artisan dan pokdarwis dampingan bisnis sosial tersebut.

Contoh : Toraja Melo, Javara

3. *Employment*

Bisnis sosial ini menyediakan lapangan kerja dan pelatihan bagi *beneficiaries*-nya.

Contoh : Kerjadibilitas, Kopi Tuli

4. *Fee-for-Service Model*

Bisnis sosial memperoleh pendapatan dengan cara menyediakan berbagai layanan sosial bagi masyarakat umum termasuk *beneficiaries*-nya. Pelayanan yang diberikan bisa diakses oleh masyarakat dalam kategori pendapatan tinggi, menengah, maupun rendah.

Contoh : Alodokter, Ruang Guru

5. *Low-Income Client as Market*

Hampir sama dengan model *Fee for Service*, namun khusus melayani masyarakat yang masuk kategori berpendapatan rendah atau miskin.

Contoh : Klinik Asuransi Sampah

6. *Cooperative Model*

Bisnis sosial dalam bentuk koperasi komunitas, didirikan atas

dasar asas kekeluargaan untuk memajukan kesejahteraan anggota dan dikelola oleh anggota sendiri. Profit yang diperoleh dari bisnis akan dibagikan kembali kepada anggota sesuai dengan kinerja mereka dalam bentuk Sisa Hasil Usaha.

Contoh : Credit Union

#### 7. *Market Linkage Model*

Memfasilitasi hubungan dagang antara kelompok *beneficiaries*-nya dan pasar.

Contoh : Go-Jek

#### 8. *Service Subsidization Model*

Bisnis sosial yang menggunakan profitnya untuk mengembangkan bisnisnya, membantu target atau kelompok *beneficiaries*-nya dan aktif menyebarkan semangat berbagi di masyarakat. Bisnis sosial ini menyediakan pendanaan bagi kaum *vulnerable* yang membutuhkan dukungan finansial.

Contoh : Kitabisa.com

#### 9. *Organizational Support Model*

Bisnis sosial yang menggunakan profitnya untuk mendukung program-program sosial, di mana program sosial ini terpisah dari aktivitas bisnis perusahaan induknya.

Contoh : British Council, Yayasan Cinta Anak Bangsa, Dompot Dhuafa

### C. **Bisnis Sosial di Indonesia**

Dalam penelitian tentang bisnis sosial di Indonesia, British Council bersama UNESCAP (United Nation Economic and Social Commission for Asia dan The Pasific, diperoleh estimasi jumlah bisnis sosial di Indonesia adalah sebanyak 340.000 dan didominasi oleh UMKM dan sisanya berbentuk NGO dan koperasi. Studi yang sama menemukan bahwa lebih dari 65% bisnis sosial dipimpin oleh kaum muda berusia 18-34 tahun dengan komposisi yang sama untuk jenis kelamin lelaki maupun perempuan, walaupun untuk tenaga kerjanya didominasi oleh kaum perempuan. Hal ini tidak mengherankan karena memang

bisnis sosial pada umumnya hadir untuk memberi dampak bagi kaum perempuan, pemuda dan komunitas lokal (British Council and UNESCAP, 2018).

Tabel 9.1 Bisnis Sosial Indonesia di berbagai bidang usaha (<https://usahasosial.com/id/community/map/>)

<b>Bidang Usaha</b>	<b>Nama Bisnis Sosial</b>
Penasihat & Advokasi	Amalan, Annika Linden Centre, Insight Out, Srengenge, Perkumpulan Terasmitra, Kinara Indonesia, TinkerSpace for Social Enterprise, Pengacaraku.id, Kitong Bisa Enterprise, dll
Pertanian, Perikanan & Kehutanan	8village, Angon, Bantu Ternak, Enviromental Education Center, Green Leaf Indonesia, Igrow, Iwak, Java Mountain Coffee, Rumah Hijau Denassa, Telapak, The Kul Kul Farm, dll
Barang konsumsi	Javara, Ranum Farm, Kecipir.com, Burgreens, Wakatobi Eyewear, Fruit Ups, Krakakoa, Pelangi Nusantara (Pelanusa), Kedai Balitaku (KeBal), dll
Ekonomi Kreatif	Agrowisata Abian Salak, Lakoat Kujawas, Ambah Batik, Amygdala Bamboo, Angel Traveler, , Arborek Dive Shop, Raja Ampat, dll
Pendidikan & Kesehatan	Alodokter, Ibunda.id, ID Volunteer, Indonesia Medika, TanyaDok.com, Kampung Inggris, Rumah MC Indonesia, Edukasi101, Blajar.id, dll
Pemberdayaan	Amartha, Kampung Marketer, Tangan Terampil, Spedagi, Omah Backpacker, Youth Connect For Indonesia, Kita Indonesia, Precious One, dll
Energi & Lingkungan	ANGKUT'S, iGoGreen.id, IBEKA, plastikita.id, Rezycologi, The Heart Project, Recycle and Craft, Tirta Marta dll
Teknologi	Kitabisa, akutahu.com, Ilmuwan Muda Indonesia, Sribulancer, Redblood, Queenrides, Matakota Indonesia, Lentera Bumi Nusantara, Pikel Indonesia, dll

Peta bisnis sosial yang dibuat oleh PLUS mengidentifikasi ada sekitar 820 bisnis sosial yang tersebar dari pulau Sumatra sampai di Papua di berbagai bidang usaha.

#### D. Peran Bisnis Sosial Dalam Mengatasi Masalah Sosial

Apakah Anda pernah mendengar tentang 17 Tujuan Pembangunan Berkelanjutan atau sering disebut dengan 17 SDG's (Sustainable Development Goals)? 17 SDG's ini adalah kesepakatan dari 190 negara termasuk Indonesia yang berisi tujuan global untuk mengatasi masalah sosial yang ada, antara lain kemiskinan, kelaparan, kesehatan, pendidikan, kesetaraan gender, air bersih dan sanitasi, sumber energi yang bersih dan terbarukan, pengangguran, industri, infrastruktur dan inovasi; kesenjangan sosial, kota yang berkelanjutan, konsumsi dan produksi yang berkelanjutan, perubahan iklim, kehidupan di dalam air dan darat, perdamaian dan kolaborasi. Jauh sebelum Covid melanda negara-negara di dunia termasuk Indonesia, para pemimpin bisnis sosial telah berusaha mencapai 17 SDG's ini. Bisa Anda lihat dari berapa banyak jumlah bisnis sosial di Indonesia dan beberapa contoh bisnis sosial yang bergerak di berbagai bidang usaha yang sudah dipaparkan sebelumnya.

Secara umum, peran bisnis sosial adalah : 1) menciptakan lapangan kerja; 2) mengurangi pengangguran, 3) meningkatkan pendapatan masyarakat, 4) mengkombinasikan faktor-faktor produksi (SDA, SDM, modal dan keahlian); dan 5) meningkatkan produktivitas nasional (Dhewanto *et al.*, 2013)

Hasil penelitian British Council menyimpulkan bahwa bisnis sosial di Indonesia mampu menyerap sekitar 7 juta tenaga kerja atau setara dengan 3,73% dari total angkatan kerja Indonesia pada tahun 2018 dengan mayoritas memperkerjakan kaum perempuan sebagai tenaga kerja tetap. Bisnis sosial juga menyumbang sekitar hampir 2% Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Hal menarik lain yang ditemukan adalah bahwa profit yang diperoleh bisnis sosial ternyata mayoritas dialokasikan untuk pengembangan dan pertumbuhan bisnis, subsidi kegiatan program sosial dan *reward* bagi karyawan (British Council and UNESCAP, 2018).

Pandemi Covid yang terjadi tentu menimbulkan masalah yang semakin besar khususnya di bidang kesehatan, ekonomi dan pendidikan. Hampir semua aktivitas yang melibatkan kerumunan

orang dilarang. *Work from home, online learning*, penghentian layanan transportasi massal, penutupan pasar bahkan pelarangan pelaksanaan ibadah berjamaah telah kita alami beberapa bulan terakhir. Pada akhirnya, pemerintah mengambil kebijakan Penerapan *New Normal* mulai bulan Juni 2020, dengan secara bertahap mengaktifkan lagi kegiatan ekonomi, sosial, dan budaya secara perlahan dengan protokol kesehatan yang ketat. Kebijakan ini tentu bertujuan baik, namun juga di sisi lain tetap dapat menimbulkan masalah baik ekonomi maupun sosial.

Para penggiat bisnis sosial juga mengalami hal yang sama, namun karena mereka memang berjiwa *creative problem solver* maka tiada masalah yang tak ada solusinya. Simak kisah mereka dalam mengelola beberapa bisnis sosial di masa pandemic Covid-19.

### **Komunitas Pelangi Nusantara (Pelanusa) - Malang**

Komunitas Pelanusa berawal dari keprihatinan Ibu Endahing Noor Suryanti terhadap masalah tingginya tingkat pernikahan muda dan TKW dikarenakan tiadanya peluang usaha bagi ibu-ibu ini di sekitar tempat tinggalnya. Ibu Yanti yang memiliki usaha garmen ini terus terusik dengan keinginan untuk dapat membantu para ibu muda tersebut, dan kemudian teringat bahwa ada banyak kain sisa garmen yang terbuang cuma-cuma di tempat usahanya. Bu Yanti kemudian mendirikan komunitas Pelanusa pada tahun 2012 dengan slogan *Berkarya untuk Berbagi*.

*Value* yang diangkat oleh komunitas ini bukan saja tentang peningkatan pendapatan rumah tangga lewat ekonomi kreatif namun juga isu lingkungan yaitu *zero waste* dengan penggunaan kain sisa dari para penjahit lokal dan sisa garmen di sekitar Malang serta giat mensosialisasikan program diet kantong plastik dengan memberikan solusi penggunaan *reusable bag* yang *fashionable*.

Sampai pada akhir tahun 2019 jumlah anggota yang sudah merasakan benefit dari bisnis sosial ini sebanyak 425 orang, omzet

hasil penjualan mencapai Rp 500.000.000,- dan pendapatan dari pelatihan-pelatihan sekitar Rp 175.000.000,-

### Pelanusa di Masa Pandemi

Sumber pendapatan Pelanusa adalah dari penjualan produk lewat pameran, konsinyasi, dan wisata kreatif di *workshop* Pelanusa. Ada juga pemasaran lewat media sosial namun hasilnya tidak sebesar lainnya. Dengan adanya pembatasan aktivitas masyarakat di luar rumah, mengakibatkan ketiga kegiatan rutin di atas tidak dapat dilakukan.



Gambar 9.3 Pelanusa

Walau awalnya orderan produk berkurang drastis di awal pandemi, namun kondisi ini tidak lama karena dengan cepat ibu-ibu anggota komunitas ini berinovasi dengan membuat aneka masker kain dan APD sehingga akhirnya banjir orderan masker. *Fashion customize*, total sekitar 10.000 masker yang diproduksi di masa-masa awal pandemi. Beberapa anggota lain juga pivot bisnis lain seperti penjualan sayur, sembako, maupun snack.

### Lakoat Kujawas – Desa Taifob, Mollo

Komunitas Lakoat Kujawas diinisiasi oleh Dicky Senda pada tahun 2016. Saat pulang ke kampungnya di Desa Taifob guna riset untuk bukunya, menemukan fakta bahwa betapa minimnya mutu pendidikan

anak-anak desa. Dicky yang sebelumnya menjadi guru di Ibukota Provinsi Nusa Tenggara Timur NTT, akhirnya memutuskan untuk kembali ke desa untuk membantu anak-anak tersebut dengan cara membuka perpustakaan, dan secara sukarela mengajar seni teater dan penulisan puisi di salah satu sekolah di desa itu. Perlahan namun pasti, para orang tua pun ikut bergabung dalam komunitas ini setelah mereka melihat dan merasakan sendiri perubahan positif yang terjadi pada anak-anak yang bergabung dalam komunitas Lakoat Kujawas. Salah satu produk Lakoat Kujawas adalah Mnahat Fe'u Heritage Trail, satu kegiatan berkonsep *community based tourism* yang melibatkan puluhan warga aktif desa Taifob sebagai *tour guide*, penyedia *homestay* sampai kuliner lokal. Sepanjang perjalanan menjelajahi hutan di desa, peserta akan disuguhi pertunjukan teater oleh anak-anak yang terlibat dalam komunitas dan pembacaan puisi dari buku yang ditulis oleh anak-anak ini. Selain meningkatkan pendapatan warga desa, *value* yang ingin diangkat lewat kegiatan ini adalah bagaimana warga desa memperkuat identitas budaya mereka, menjaga kekayaan alam desa, dan memastikan proses regenerasi pengetahuan dan kearifan lokal orang Mollo pada anak-anak muda desa. Heritage Trail ini dibuka setiap bulan dengan kuota 30 peserta. Aneka kuliner yang disajikan adalah olahan panganan lokal dengan memanfaatkan buah dan sayur lokal dengan memadukan tehnik pengolahan warisan nenek moyang dengan penyajian yang modern. Komunitas ini bahkan memunculkan inovasi produk baru yaitu wine lakoat dan mie pelangi, juga aneka tempe yang dibuat dari kacang nasi, kacang gude, kacang hijau, koto, kotpesi, dan turis.

Pada tahun 2018, BaKTI (Bursa Pengetahuan Kawasan Timur Indonesia) memilih Lakoat Kujawas dalam program Praktik Cerdas BaKTI. Lakoat Kujawas dinilai sebagai komunitas yang berhasil membangun suatu ekosistem di mana hampir semua unsur kelembagaan warga (anak-anak, gereja, sekolah, tokoh adat, kelompok petani, kelompok tenun, dan pemerintah desa) secara aktif terlibat dan mendukung proses perubahan desa Taifob. Liputan BaKTI tentang praktik cerdas Lakoat Kujawas dapat diakses melalui QR code pada

Gambar 9.4, sedangkan kisah tentang Mnahat Fe'u Heritage Trail dapat disimak pada link : [https://bit.ly/MFHT\\_LakoatKujawas](https://bit.ly/MFHT_LakoatKujawas).



Gambar 9.4 QR Code Lakoat Kujawas

### **Lakoat Kujawas Selama Pandemi**

Program Heritage Trail untuk sementara ditunda dan Mnahat Fe'u dialihkan dalam bentuk pasar *online*. Aneka makanan dan minuman olahan buah dan sayur lokal Mollo dikemas tanpa menggunakan plastik dan dijual secara *online* lewat media sosial : Instagram, FB, dan Blogspot Komunitas. Pasar Mnahat Fe'u ini *open order* seminggu sekali di akhir pekan, dan hasil dari penjualan digunakan untuk mendukung pemberdayaan warga desa Taifob khususnya program kesenian dan kebudayaan untuk anak-anak yang bergiat di Lakoat Kujawas (perpustakaan, kelas menulis, kelas tenun, kelas fotografi, musik, dan teater). Sebagian lagi akan menjadi tabungan koperasi anggota untuk keperluan pendidikan dan kesehatan keluarga. Silahkan mengikuti kisah sehari-hari komunitas ini lewat FB : Lakoat Kujawas

### **Dapur Kita – BUMDes “Au Wula” Detusoko Barat, Ende**

Kepala desa muda terpilih 2020-2025 lalu bernama Fernandus Watu adalah sosok penting di balik bisnis BUMDes “Au Wula” ini. Kak Nando sebelum jadi kepala desa merupakan *sociopreneur* dan *founder* dari bisnis sosial bidang *ecotourism* bernama Remaja Mandiri Community (RCM) Detusoko.



Gambar 9.5 Dapus Kita dari Au Wula

Dapur Kita adalah bisnis sosial BuMDes “Au Wula” yang muncul sebagai solusi dari masalah yang dialami oleh masyarakat desa sebagai akibat penutupan pasar desa selama PSBB, di mana masyarakat konsumen kesulitan mendapatkan sayur/bahan makanan dan para petani kehilangan tempat menjual hasil panennya. Menggunakan aplikasi berbasis Whatsapp, Dapur Kita menghadirkan pasar digital dengan jangkauan pemasaran sampai di kota Ende dan Maumere. Saat ini Dapur Kita sudah melibatkan 60 petani mitra yang tidak hanya berasal dari desa Detusoko, namun juga 7 desa tetangga (3 kecamatan), serta tukang ojek motor dan mobil lokal. Pasar yang dibuka dengan sistem *open order* 2 kali dalam seminggu untuk area Ende dan 1 kali seminggu untuk area Maumere ini mencapai 500 pemesan/pelanggan dalam 1 bulan terakhir, dengan perputaran keuangan Bumdes mencapai Rp 35.000.000.

## E. Peluang Bisnis Sosial dalam *New Normal*

Setelah mengetahui berbagai tipe dan model bisnis sosial serta beberapa kisah dari bisnis sosial di Indonesia, apakah Anda

mulai tertarik untuk memulai bisnis sosial Anda sendiri ? Jika ya, berikutnya Anda perlu tahu proses perancangan suatu bisnis sosial. Proses perancangan tak lepas dari proses kreatif yang dilakukan oleh seorang calon entrepreneur. Secara sederhana, proses Kreatif Seorang Wirausaha Sosial mencakup

Panggilan → Ide → Konsep → Model Bisnis

### **Panggilan :**

- Apakah masalah-masalah yang terjadi saat ini mengusik dan memanggil nuranimu?

Lakukan *social mapping* untuk memetakan berbagai masalah yang ada di lingkungan Anda, pilih beberapa masalah yang sesuai dengan passion Anda, yang dirasa bisa Anda bantu selesaikan.

### **Ide :**

- Solusi apa bisa Anda tawarkan untuk menyelesaikan masalah tersebut ?
- Jika solusi itu dikerjakan, perubahan apa yang akan terjadi pada masalah tersebut ?
- Apakah Anda yakin solusi tersebut dapat efektif memberi dampak sesuai yang diharapkan ?

Pikirkan berbagai kemungkinan solusi penyelesaian masalah tersebut. Keluarkan ide-ide kreatif solutif yang mungkin bisa dijalankan.

### **Konsep :**

- Bagaimana proses pemberdayaan yang akan Anda lakukan untuk mengimplementasikan solusi tersebut kepada masyarakat?
- Bagaimana strategi dan prinsip bisnis yang akan Anda amalkan untuk mendukung keberlanjutan dan kemandirian dari proses pemberdayaan tersebut?
- Indikator apa saja yang akan terus dimonitor sebagai data untuk mengevaluasi dampak sosial dari bisnis sosial yang Anda bangun?

**Model Bisnis :**

- Model bisnis seperti apa yang paling tepat untuk dapat *deliver value* bisnis Anda pada pasar dan dapat menjamin terjadinya dampak pada *beneficiaries* bisnis Anda?
- Siapa saja *stakeholder* yang akan dilibatkan guna menjamin keberlangsungan bisnis sosial yang akan kita jalankan ?

Anda dapat memilih salah satu dari sekian model bisnis sosial yang sudah dipaparkan sebelumnya, namun tidak menutup kemungkinan jika Anda menemukan model bisnis yang baru. Anda juga bisa menggunakan alat bantu untuk membantu merancang model bisnis Anda seperti Model Bisnis Kanvas (*Business Model Canvas*).

Proses ini adalah proses yang terus menerus. Hampir tidak ada bisnis sosial yang melakukan siklus ini hanya sekali. Namun, justru di sinilah letak proses kreatif bisnis sosial. Sama seperti permasalahan lingkungan yang terus berubah, maka bisnis sosial juga akan berkembang secara organik. Dan yang terpenting adalah segera EKSEKUSI bisnis sosial Anda, jangan berlama-lama di proses perencanaan, agar dampak sosial yang Anda impikan juga dapat segera terwujud.

Saat ini adalah momentum yang sangat tepat jika Anda ingin menjadi seorang *sociopreneur* atau pelaku bisnis sosial. *Sociopreneur* selalu memiliki mimpi besar tentang kondisi yang lebih baik tentang lingkungannya, dan inilah yang menjadi misi sosial dalam bisnisnya. Mereka bekerja dengan *passion* untuk mencapai misi tersebut. Oleh karenanya, mereka menyadari betul bahwa mimpi besar itu tidak dapat dikerjakan sendirian. Butuh banyak orang dan pihak untuk terlibat dengan keahlian dan kemampuan masing-masing untuk dapat mewujudkan mimpi bersama. Bisnis sosial adalah bisnis yang bercorak inklusif dengan mengedepankan kolaboratif dalam mengatasi masalah yang dihadapi lingkungan.

Pada masa *new normal* bahkan *next normal* (setelah pandemi Covid-19 berakhir) sudah pasti permasalahan yang ada di sekitar kita semakin kompleks. Lewat pandemi ini kita belajar bahwa isu

kesehatan ternyata berpengaruh besar pada ekonomi, pendidikan, budaya, teknologi, bahkan politik. Karenanya masalah yang ditimbulkan karena pandemi ini juga tidak dapat dikerjakan oleh pemerintah saja, melainkan butuh *sociopreneur-sociopreneur* yang mendirikan berbagai bisnis sosial. Maukah Anda untuk menjadi bagian dalam solusi masalah dan membawa lingkungan masyarakat kita menjadi lebih baik ? *Change not just for us, but through us.*

## Daftar Pustaka

- British Council and UNESCAP (2018) *Building an Inclusive and Creative Economy Developing an Inclusive and Creative Economy*. Available at: [https://www.britishcouncil.org/sites/default/files/the\\_state\\_of\\_social\\_enterprise\\_in\\_indonesia\\_british\\_council\\_web\\_final\\_0.pdf](https://www.britishcouncil.org/sites/default/files/the_state_of_social_enterprise_in_indonesia_british_council_web_final_0.pdf) (Accessed: 19 June 2020).
- Dhewanto, W. *et al.* (2013) *Inovasi dan Kewirausahaan Sosial*.
- DPR (no date) *Rancangan Undang-Undang Kewirausahaan Nasional*. Available at: <http://dpr.go.id/doksileg/proses2/RJ2-20160226-015135-1145.pdf>.
- Grassl, W. (2012) 'Business Models of Social Enterprise: A Design Approach to Hybridity', *ACRN Journal of Entrepreneurship Perspectives*, 1, pp. 37–60.
- Haryanti, D. M. *et al.* (2015) *Berani Jadi Wirausaha Sosial*. Depok: DBS Foundation.
- Ryder, P. and Vogeley, J. (2018) 'Telling the impact investment story through digital media: an Indonesian case study', *Communication Research and Practice*. Routledge, 4(4), pp. 375–395. doi: 10.1080/22041451.2017.1387956.

## BAB 10

# ERA NORMAL BARU DAN EKONOMI DESA: ANCAMAN ATAU PELUANG?

**Rambu Luba Kata Respati Nugrohowardhani**  
Universitas Kristen Wira Wacana Sumba  
dhani@unkriswina.ac.id

### A. Pendahuluan

Istilah normal baru (*new normal*) akhir-akhir ini menjadi salah satu *trending topic* di kalangan masyarakat Indonesia. Berbagai bentuk berita, diskusi, karya ilmiah, hingga seminar diadakan dengan tak lupa mencantumkan istilah tersebut dalam judul atau topiknya. Jika ditilik dari beberapa sumber, secara lugas dapat disimpulkan bahwa istilah normal baru merujuk pada masa setelah suatu krisis terjadi (Xueyuan, 2019; Buheji *et al.*, 2020). Sebenarnya, istilah itu bukan istilah yang tiba-tiba muncul saat wabah Covid-19 mendunia. Sayangnya, belum diketahui secara pasti sejak kapan istilah itu muncul dan mulai digunakan. Sementara itu, Roger McNamee adalah orang yang dianggap mempopulerkan istilah tersebut melalui bukunya yang terbit tahun 2004. Namun dalam sebuah buku, disinggung bahwa istilah "*new normal*" sebenarnya sudah muncul pada sekitar tahun 2001 di Amerika Serikat, khususnya setelah peristiwa 11 September (Wilke, 2018). Bahkan penulisnya menyatakan ada dokumen yang menunjukkan istilah "*new normal*" sudah digunakan pada masa setelah Perang Dunia I selesai.

Dapat dikatakan, penggunaan istilah normal baru telah berkembang pesat di berbagai bidang ilmu dan disesuaikan dengan konteksnya masing-masing. Di kalangan ekonom, istilah itu digunakan setelah krisis ekonomi dunia yang melanda tahun 2007/2008 (Ahlstrom *et al.*, 2020). Saat pandemi Covid-19 terjadi, istilah tersebut kembali muncul sebagai salah satu bentuk strategi pemerintah dalam mengatasi masalah ekonomi untuk memulihkan produktivitas

masyarakat agar perekonomian nasional tidak semakin terpuruk. Selain bidang ekonomi, istilah *new normal* juga digunakan dalam dunia kesehatan yang merujuk pada pola hidup seorang pasien ketika harus “berdamai” dengan penyakitnya agar dapat terus melangsungkan kehidupannya, setelah dinyatakan mengidap penyakit kronis (Wilke, 2018). Bidang ilmu politik juga mengenal dan menggunakan istilah normal baru. Dalam jurnal *Integritas* yang dipublikasikan pada Juni 2019, Burhanudin Muhtadi menulis artikel berjudul “Politik Uang dan *New Normal* dalam Pemilu Paska-Orde Baru” yang menjelaskan praktik politik uang dalam pemilu paska Orde Baru dianggap sebagai praktik normal baru dalam kancah politik di Indonesia (Muhtadi, 2019).

Ketika Pemerintah Indonesia mulai gencar mendengungkan istilah *new normal* pada pertengahan Mei 2020 lalu, muncul pendapat pro dan kontra tentang implementasi dan konsekuensinya bagi perekonomian. Sebagai contoh, seorang jurnalis berita daring dari CNN Indonesia mengutip pernyataan ekonom yang mengkhawatirkan bahwa pelaksanaan normal baru dapat mengancam perekonomian nasional karena dilakukan pada masa di mana puncak kasus pandemi Covid-19 belum berakhir (Fauzie, 2020). Bila dipaksakan, penerapan normal baru justru kontraproduktif karena peningkatan aktivitas masyarakat berpotensi menambah jumlah kasus penderita Covid-19. Lebih jauh lagi, penerapan normal baru dianggap berpotensi membawa perekonomian Indonesia pada resesi ekonomi. Sebagian pendapat lainnya menyambut gembira diberlakukannya normal baru, setelah masa darurat dinyatakan berakhir. Menariknya, sebagian respon positif muncul dari kalangan pemerintah desa yang menunjukkan kesiapan melaksanakan normal baru di wilayah kewenangannya. Sebagai contoh, Kepala Desa Panggungharjo, Kecamatan Sewon, Kabupaten Bantul di Yogyakarta menyatakan sudah siap menyongsong era normal baru dengan menerapkan konsep Merdesa yang fokusnya pada kebudayaan sosial (Pertana, 2020). Demikian juga di Desa Genteng Wetan, Kecamatan Genteng, Kabupaten Banyuwangi di Jawa Timur yang telah menyiapkan pelayanan publik di kantor desanya sesuai dengan protokol kesehatan yang berlaku (Ginjar (ed), 2020)

Fenomena kontroversi tersebut menarik untuk dikaji lebih lanjut karena selain menunjukkan bahwa dampak penerapan normal baru akan bervariasi di setiap daerah, sejarah juga mencatat bahwa krisis apa pun yang terjadi, baik secara nasional maupun internasional, selalu membuat kelompok masyarakat miskin dan marjinal yang paling merasakan dampaknya (Buheji *et al.*, 2020). Di Indonesia, sebagian besar kelompok masyarakat miskin dan marjinal tinggal di desa. Atas dasar itulah, salah satu pertanyaan yang penting untuk mulai dipikirkan adalah; Akan seperti apakah dampak penerapan normal baru di pedesaan?

Tulisan ini adalah sebuah kajian cepat tentang dampak yang mungkin terjadi akibat penerapan normal baru bagi pembangunan perdesaan, khususnya dari aspek sosial-ekonomi. Selain pengamatan empirik, tulisan ini dibuat berdasarkan kajian artikel ilmiah pada jurnal serta berita-berita daring guna mendapat gambaran umum tentang pengalaman krisis di masa lalu, kesiapan desa menghadapi normal baru, serta kontroversi implementasi dan konsekuensi yang mungkin terjadi bagi ekonomi desa yang sedang menuju pada era kenormalan baru di Indonesia.

## **B. Normal Baru dalam Perekonomian**

Dalam konteks bidang ilmu ekonomi, istilah normal baru (*new normal*) merujuk pada kondisi ekonomi yang muncul di suatu waktu tertentu setelah secara relatif dibandingkan dengan kondisi ekonomi yang dianggap normal pada waktu sebelumnya (Xueyuan, 2019). Lalu, kapankah kondisi ekonomi dunia dianggap normal? Secara umum, kondisi ekonomi dianggap normal ketika pertumbuhan ekonomi dunia mengalami masa sangat stabil selama kurang lebih 20 tahun sejak tahun 1980-an. Masa itu dianggap sebagai kondisi ekonomi dunia yang normal dan kemudian dijadikan indikator untuk kondisi ekonomi yang terjadi pada masa setelahnya. Pada tahun 1997, tiba-tiba negara-negara di Asia mengalami krisis finansial yang kemudian berkembang menjadi krisis ekonomi yang parah. Sepuluh tahun kemudian, pada sekitar tahun 2007/2008, krisis finansial juga melanda Amerika

Serikat yang kemudian diikuti oleh krisis hutang di negara-negara Eropa. Sama seperti krisis ekonomi di Asia, krisis ekonomi yang terjadi di AS dan Eropa kemudian menyebar luas menjadi krisis ekonomi global. Dampak dari krisis ekonomi global itu ternyata berlangsung lama dan bahkan belum pulih sampai saat ini. Dalam konteks itulah istilah “*new normal*” populer dan merujuk pada perbandingan keadaan ekonomi saat ini dengan keadaan ekonomi pada masa lalu yang digunakan sebagai latar belakang dan referensi untuk keadaan ekonomi yang sudah berjalan normal, tetapi berbeda dengan normal yang pernah terjadi. Pada tahun 2010, dalam situasi ekonomi normal baru setelah krisis finansial dan ekonomi melanda AS dan Eropa, Mohammed A. El-Erian dari PIMCO<sup>1</sup> menggambarkan kondisi *new normal* dalam pidatonya yang berjudul “*The New Normal Has Sailed in the Industrialized Countries*” (Xueyuan, 2019; Ahlstrom *et al.*, 2020). Sejak saat itu, terminologi *new normal* (normal baru) menjadi semakin populer dan menyebar ke seluruh dunia.

Adapun karakteristik ekonomi dunia pada masa normal baru adalah melambatnya pertumbuhan ekonomi di sebagian besar negara, tingkat konsumsi secara makro yang lesu, ketimpangan struktural, dan kelebihan produksi (Xueyuan, 2019). Mengingat situasi ekonomi dunia beberapa tahun terakhir, nampaknya ekonomi dunia masih harus menghadapi banyak ketidakpastian sehingga masa normal baru setelah krisis ekonomi sebenarnya masih berlangsung, bahkan sebelum pandemi Covid-19 menyerang. Namun, tidak semua negara mendefinisikan normal baru dalam bidang ekonomi secara seragam. Sebagai contoh, China memiliki definisi sendiri tentang normal baru. Bagi China, kondisi normal baru yang sedang berlaku saat ini di negara mereka secara fundamental berbeda dengan kondisi normal baru di negara-negara lain, khususnya di negara-negara Barat (Xueyuan, 2019). Kondisi normal baru di China bukan terjadi sebagai dampak langsung dari krisis finansial dan ekonomi dunia pada tahun 2007/2008, tetapi akibat melambatnya pertumbuhan ekonomi nasional mereka sejak sekitar tahun 2011/2012. Fenomena tersebut

---

1 Sebuah perusahaan pengelolaan investasi di Amerika Serikat

membuat Xi Jinping, yang saat itu menjabat sebagai Sekretaris Jenderal Partai Komunis China, menggunakan konsep *new normal* pada tahun 2014 yang merujuk pada kondisi pertumbuhan ekonomi China yang melambat hingga sekitar angka 7% dari angka pertumbuhan ekonomi yang biasanya mencapai dua digit pada beberapa tahun sebelumnya. Kondisi normal baru itu tidak hanya dianggap sebagai hasil dari restrukturisasi ekonomi, tetapi juga sesuatu yang diharapkan oleh para pengambil kebijakan di China (Yong, 2014). Walaupun demikian, China tidak menampik bahwa bentuk nyata dari kondisi ekonomi normal baru yang terjadi di negaranya menunjukkan karakteristik yang sama dengan karakteristik normal baru yang dihadapi negara-negara lain di dunia. Kini, saat pandemi Covid-19 merebak, kondisi normal baru ala negeri tirai bambu itu juga pasti akan terpengaruh.

### C. Normal Baru dan Pandemi Covid-19

Masalah sosial-ekonomi adalah salah satu tantangan yang harus dihadapi semua negara di dunia akibat wabah Covid-19. Laporan singkat yang diterbitkan oleh *United Nations Economic and Social Commission for Asia and Pasific* (UNESCAP) menyinggung bahwa kerugian ekonomi akibat wabah Covid-19 di negara-negara Asia dan Pasifik berbeda-beda karena tergantung pada kondisi ekonomi dan dampak paparan wabah tersebut di masing-masing negara (UNESCAP, 2020). Sementara itu, negara-negara yang memiliki sistem kesehatan dan perlindungan sosial yang mapan relatif lebih siap dalam mengatasi pandemi. Namun, apa pun kondisinya, kehidupan manusia di dunia tidak akan sama lagi sehingga semua negara harus bersiap menghadapi masa setelah pandemi. Dalam konteks ini era normal baru dapat didefinisikan sebagai masa setelah pandemi covid-19 menyerang (Buheji *et al.*, 2020).



Gambar 10.1 QR Code

Di Indonesia, normal baru merujuk pada cara hidup untuk dapat berdamai dan berkompromi dengan pandemi Covid-19 karena virus corona tidak akan hilang (silakan memindai Gambar 10.1 QR Code yang tersedia untuk mendengar pernyataan Presiden Joko Widodo tentang hal tersebut). Secara lebih spesifik, normal baru adalah fase ketika kebijakan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) yang diterapkan sejak awal April 2020 di beberapa wilayah di Indonesia dilonggarkan, dan warga masyarakat diperbolehkan beraktivitas dengan syarat mematuhi sejumlah protokol kesehatan yang ditetapkan pemerintah sebelum ditemukan vaksin (CNN Indonesia, 2020). Adapun protokol kesehatan yang diberlakukan antara lain adalah; menjalani perilaku hidup bersih dan sehat, khususnya rajin mencuci tangan dan makan makanan bergizi; menggunakan masker saat berada di luar rumah; menjaga jarak fisik dan sosial; menghindari kerumunan; memperhatikan etika batuk dan bersin; dan melakukan isolasi mandiri bila diperlukan. Secara ringkas, normal baru merujuk pada perubahan tatanan, kebiasaan, dan perilaku untuk beradaptasi dengan Covid-19.

Sementara itu Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi Republik Indonesia, Abdul Halim Iskandar, menyebutkan bahwa konsep normal baru dalam konteks pembangunan desa seharusnya tidak hanya merujuk pada perubahan perilaku sesaat untuk kepentingan pencegahan Covid-19, tetapi lebih daripada itu normal baru di perdesaan merujuk pada perubahan paradigma berpikir, yaitu perubahan sikap warga desa untuk menapaki kehidupan yang akan datang terutama dalam konteks kesehatan dan ekonomi (Kementerian Desa PDTT, 2020a).

#### D. Dampak Pandemi Covid-19 di Desa

Tidak dapat disangkal, pandemi Covid-19 tidak hanya dirasakan oleh masyarakat perkotaan tapi juga berimbas ke perdesaan. Selain penyakit dan kematian sebagai dampak langsung dari wabah itu, kekurangnyamanan, kekurangpuasan, dan kemelaratan (Syaifudin, 2020), adalah dampak tidak langsung yang dipicu dari pemberlakuan kebijakan jaga jarak fisik dan sosial (*social and physical distancing*), kerja dari rumah (*working from home*), dan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) di beberapa daerah. Secara umum, dampak pandemi Covid-19 dapat dibedakan menjadi dampak klinis, dampak sosial, dan dampak ekonomi. Namun, berbeda dari dampak sosial dan ekonomi yang secara langsung dirasakan rumah tangga di desa, dampak klinis dari wabah Covid-19 relatif kurang dirasakan secara langsung di desa bila dibandingkan dengan di kota.

Dampak sosial utama akibat pandemi Covid-19 adalah munculnya “sakit sosial ” yang terwujud dalam bentuk disorganisasi sosial dan disfungsi sosial (Syaifudin, 2020). Disorganisasi sosial akan mengarah pada kondisi sosial yang tidak menentu sehingga mengarah pada perubahan tatanan sosial di masyarakat. Sementara itu, disfungsi sosial akan membuat individu atau kelompok masyarakat tidak dapat menjalankan fungsi sosialnya sesuai dengan status sosialnya dalam masyarakat. Dampak sosial berikutnya adalah peningkatan ruralisasi, yaitu perpindahan penduduk kota ke desa. Desa menjadi tempat terakhir untuk melanjutkan hidup bagi orang-orang yang kehilangan pekerjaan mereka di perkotaan. Lebih jauh lagi, dampak sosial yang terjadi akibat Covid-19 akan mendorong munculnya efek bola salju (*snowball effect*) pada aspek kehidupan masyarakat desa lainnya, terutama pada aspek ekonomi (Syaifudin, 2020).

Adapun dampak ekonomi akibat wabah Covid-19 di perdesaan yang paling dirasakan adalah produk pertanian yang tidak tertampung di pasar di perkotaan yang cenderung sepi akibat pemberlakuan kebijakan jaga jarak fisik dan sosial. Walaupun di perkotaan terjadi *panic buying* saat wabah merebak, namun produk-produk yang dibeli sebagian besar bukan produk-produk pertanian. Fenomena yang sama

juga terjadi di perdesaan pesisir, yang mayoritas penduduknya adalah nelayan. Hasil tangkapan nelayan mengalami kemunduran mutu dan bahkan membusuk karena tidak dapat didistribusikan ke pasar (Kholis, Fratnesi and Wahidin, 2020). Dapat dikatakan, dampak ekonomi yang paling signifikan di perdesaan adalah terputusnya rantai penawaran produk pertanian dalam arti luas.

Selain itu, BUMDes yang selama ini berperan untuk meningkatkan perekonomian desa juga merasakan dampak negatif pandemi Covid-19 (Rahmawati, 2020). Adapun BUMDes yang paling terpengaruh dampak pandemi Covid-19 adalah BUMDes yang bergerak dalam bidang pariwisata, walaupun BUMDes yang bergerak dalam usaha lainnya seperti toko desa dan pengelolaan sampah industri ternyata juga mengalami hal yang sama. Namun demikian, ada pula BUMDes yang mampu bertahan pada masa wabah melanda dan bahkan menggunakan masa darurat sebagai peluang usaha baru. Penurunan produktivitas ekonomi di desa tentu akan mempengaruhi tingkat pertumbuhan ekonomi di desa, yang akhirnya memperlambat laju pembangunan perdesaan.

Adapun isu yang terkait dengan pembangunan perdesaan di Indonesia telah menjadi perdebatan di kalangan para ahli sejak akhir tahun 1970-an. Sejak saat itu, berbagai kebijakan pemerintah silih berganti muncul untuk mendorong eksistensi desa dan mempercepat pembangunan desa. Pembangunan desa di Indonesia memasuki lembaran baru ketika UU Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa disahkan. Undang-undang yang populer disebut sebagai UU Desa itu membawa peluang perubahan tata kelola desa sehingga seluruh elemen di desa mempunyai kewenangan untuk menentukan pembangunan desanya sendiri sekaligus mengelola keuangan desa secara mandiri, termasuk pendapatan desa masing-masing. Dalam pasal 72 UU Desa, secara gamblang disebutkan bahwa salah satu sumber pendapatan desa berasal dari alokasi APBN, sehingga berdasarkan pasal itulah pemerintah menetapkan PP N0. 60 Tahun 2014 tentang Dana Desa yang bersumber dari APBN. Adapun dana desa seharusnya digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintahan, pelaksanaan

pembangunan, pembinaan kemasyarakatan, dan pemberdayaan masyarakat desa.

Pandemi Covid-19 membuat pemerintah Indonesia merubah prioritas penggunaan dana desa untuk menghadapi dampak pandemi. Dengan alasan itu, Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi (Kemendes PDTT) meluncurkan 3 kebijakan strategis dalam menghadapi masa darurat yaitu; pertama, penanganan kesehatan warga desa; kedua, jaring pengaman ekonomi untuk warga miskin; dan ketiga, kebangkitan ekonomi desa (Kementerian Desa PDTT, 2020b). Kebijakan penanganan kesehatan warga desa diimplementasikan melalui program Desa Tanggap Covid-19. Sementara itu, kebijakan jaring pengaman ekonomi untuk warga miskin di desa dilakukan dengan pelaksanaan program Bantuan Langsung Tunai Dana Desa (BLT DD). Adapun kebijakan kebangkitan ekonomi desa dilakukan melalui pelaksanaan program ketahanan pangan, revitalisasi Badan Usaha Milik Desa (BUMDes), Digitalisasi Ekonomi Desa, dan Padat Karya Tunai Desa (PKTD)

## **E. Ekonomi Desa Menuju Normal Baru**

Menghadapi era normal baru di perdesaan, Mendes PDTT RI menyiapkan rencana memadukan protokol kesehatan dari kementerian dengan lembaga dan kearifan lokal (Kementerian Desa PDTT, 2020a). Dengan demikian, pemerintah desa diharapkan dapat secara cerdas menerapkan protokol resmi yang ditentukan setiap kementerian dengan budaya lokal. Sebagai contoh, bila yang akan diterapkan adalah aspek yang terkait dengan isu kesehatan, maka pemerintah desa harus mengacu pada protokol yang ditentukan Kementerian Kesehatan. Apabila terkait dengan isu pemerintahan, maka pemerintah desa wajib mengacu pada protokol yang ditentukan oleh Kementerian Dalam Negeri. Bersamaan dengan itu, pemerintah desa tetap diimbau untuk tetap bertumpu pada budaya dan kearifan lokal dalam menerapkan protokol-protokol tersebut.

Namun, harus disadari bahwa tantangan kehidupan masyarakat di perdesaan saat ini bukan hanya menghadapi era normal baru.

Ada ketidakpastian yang menunggu di masa yang akan datang, baik ketidakpastian akan munculnya jenis krisis lainnya, maupun ketidakpastian akan waktu terjadinya krisis. Sebagai contoh, sampai dengan akhir Mei 2020, ketika Kabupaten Sumba Timur dinyatakan sebagai zona merah wabah Covid-19, penduduk perdesaan di wilayah itu lebih khawatir pada kegagalan panen mereka daripada terinfeksi virus corona (Vel and Makambombu, 2020). Pengaruh perubahan iklim dan serangan hama pada tanaman pangan mengancam ketahanan pangan rumah tangga di perdesaan Sumba. Tidak hanya itu, kekhawatiran petani di Sumba semakin besar karena penyakit *African Swine Flu (ASF)*<sup>2</sup> yang menyerang ternak babi membuat ekonomi rumah tangga dapat semakin terpuruk karena babi adalah salah satu sumber pendapatan alternatif pada saat gagal panen terjadi. Kasus-kasus empirik di atas menunjukkan pentingnya menghindari *overgeneralizing* dengan menganggap bahwa dampak era normal baru di perdesaan akan sama di setiap wilayah.

Lalu, akan seperti apakah aspek ekonomi di desa pada era normal baru? Dapat dikatakan, apa yang akan terjadi pada aspek sosial dan ekonomi di desa ketika memasuki era normal baru memang belum bisa dipastikan. Namun, dari beberapa literatur hasil penelitian tentang dampak sosial ekonomi pandemi Covid-19 dapat dibayangkan bahwa selain membawa ancaman, era normal baru juga dapat membawa peluang bagi kehidupan sosial dan ekonomi penduduk desa, karena penerapan berbagai protokol yang nampaknya tidak memperhitungkan aspek sosial ekonomi masyarakat di perdesaan.

Salah satu protokol kesehatan dalam era normal baru yang dapat menjadi ancaman bagi ekonomi desa adalah aturan menjaga jarak fisik dan sosial. Memang pemukiman penduduk desa yang relatif berjauhan dan tradisi pekerjaan yang berbasis pada rumah tangga nampaknya kurang menjadi masalah selama menghadapi krisis pandemi. Namun, ketatnya peraturan jaga jarak dapat menimbulkan dampak yang lebih

---

2 Di Sumba, penyakit itu populer disebut sebagai “corona babi” untuk membandingkan dengan “corona manusia” yang datang menyerang perdesaan di Sumba secara bersamaan.

besar pada kehidupan masyarakat desa (Phillipson *et al.*, 2020). Sebuah studi tentang dampak penerapan kebijakan jaga jarak sosial (*social distancing*) pada petani di Kerala, India, menunjukkan sebagian besar petani tidak dapat melakukan panen dan menjual produk pertanian mereka karena berkurangnya ketersediaan tenaga kerja, tidak tersedia alat transportasi, dan tutupnya pasar akibat penerapan kebijakan pembatasan sosial (K and Emmanuel, 2020). Di Indonesia, kebijakan itu juga mempengaruhi kehidupan nelayan di Bengkulu dan Sumba Timur karena sulit menjual ikan hasil tangkapan mereka (Kholis, Fratnesi and Wahidin, 2020; Vel and Makambombu, 2020). Masih di wilayah Sumba Timur, penduduk desa sulit menjual ternak ayam, kambing, dan babinya keluar desa, karena selain larangan berpergian dan berkumpul, juga tidak tersedianya pasar. Sebagai alternatif, menggadaikan perhiasan dan barang berharga lainnya dilakukan untuk mempertahankan ketersediaan uang tunai.

Dari aspek sosial, kebijakan jaga jarak fisik dan sosial berpotensi menyebabkan terjadinya disorganisasi sosial<sup>3</sup> dan disfungsi sosial<sup>4</sup> dalam masyarakat. Di Sumba, kebijakan tersebut membuat acara-acara adat, khususnya acara penguburan dan perkawinan, ditunda atau diselenggarakan dengan membatasi jumlah undangan. Padahal, bagi masyarakat Sumba acara-acara adat itu adalah bentuk saling ketergantungan (*interdependency*) sebagai salah satu strategi bertahan hidup karena tinggal di ekologi sabana. Acara adat yang terkait dengan kematian, penguburan, dan perkawinan berfungsi untuk mempertahankan dan memelihara kekerabatan sehingga tersedia jaminan sosial informal saat dibutuhkan. Kebijakan tersebut juga membuat kebiasaan cium hidung<sup>5</sup> sebagai simbol persaudaraan dan tanda penghargaan, serta penyelesaian konflik di antara keluarga

---

3 Merujuk pada proses pudarnya nilai dan norma dalam masyarakat akibat perubahan yang terjadi pada lembaga sosial kemasyarakatan

4 Merujuk pada ketidakmampuan seseorang atau kelompok masyarakat untuk menjalankan fungsi sosialnya sesuai dengan status sosialnya.

5 Kebiasaan memberi salam dengan mendekatkan/menempelkan hidung satu sama lain sebagai lambang relasi yang akrab dan penerimaan sebagai keluarga.

secara signifikan berkurang karena dilarang atau takut tertular penyakit.

Kebijakan jaga jarak fisik dan sosial yang diberlakukan di sekolah-sekolah juga mengancam bidang pendidikan di perdesaan sebagai usaha meningkatkan sumber daya manusia. Sekolah dasar yang umumnya berada di desa ditutup untuk sementara. Pemerintah mengharapkan pembelajaran dilakukan dari rumah dengan mengandalkan jaringan telepon dan internet. Sayangnya, tidak semua wilayah desa di Indonesia memiliki jaringan telepon dan internet yang memadai. Di Sumba Timur, guru-guru SD di perdesaan tidak dapat melakukan pembelajaran daring karena keterbatasan jaringan dan anggaran untuk membeli pulsa data. Mereka harus mengunjungi rumah murid satu persatu untuk menjelaskan materi pelajaran dan tugas sekolah. Kondisi alam dan keterbatasan infrastruktur jalan di perdesaan Sumba seringkali menghambat mereka dalam menjamin berjalannya proses pembelajaran dengan lancar.

Kebijakan jaga jarak fisik dan sosial yang kemudian diikuti dengan kebijakan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) di sejumlah kota besar menyebabkan ruralisasi meningkat tajam di perdesaan. Walaupun hingga kini belum ada data resmi tentang jumlah penduduk kota yang pindah ke desa karena kehilangan pekerjaan di kota, namun secara awam dapat diamati semakin banyak orang yang pulang ke kampung. Bila tidak diantisipasi dan dikelola dengan baik, hal tersebut dapat menjadi beban bagi pembangunan desa pada masa normal baru. Untuk itu, eksistensi BUMDes perlu dipertahankan agar dapat menyerap tenaga kerja tersebut.

Selain ancaman bagi aspek sosial ekonomi, era normal baru juga membawa peluang-peluang bagi kehidupan penduduk di desa. Dari aspek kesehatan, era normal baru memberikan peluang bagi penduduk desa untuk meningkatkan sistem kesehatan yang lebih baik, seperti yang dilakukan pemerintah Brazil (Buheji *et al.*, 2020). Era normal baru juga dapat menjadi pelajaran adanya hubungan erat antara pertanian dan kesehatan, yang selama ini mungkin saja kurang terpikirkan. Sementara itu dari aspek ekonomi, era normal

baru dapat dipandang sebagai kesempatan untuk mendorong petani lebih mandiri dengan menciptakan pasar lokal yang lebih tangguh dan rantai nilai lokal yang lebih pendek. Kebijakan pemerintah untuk membangkitkan ekonomi desa dapat digunakan untuk memperkuat ketahanan pangan, meningkatkan kapasitas usaha mikro dan BUMDes, sehingga dapat mempersiapkan diri untuk menghadapi krisis dan ketidakpastian di masa yang akan datang.

## **F. Penutup**

Istilah normal baru bukanlah istilah yang muncul seiring dengan pandemi Covid-19. Istilah itu sudah lama digunakan oleh berbagai bidang ilmu dan disesuaikan dengan konteksnya masing-masing. Namun, dalam konteks wabah Covid-19 yang sedang melanda dunia, istilah itu dapat didefinisikan sebagai masa adaptasi dalam berkompromi dengan pandemi covid-19 yang entah sampai kapan berakhir.

Menyongsong era normal baru, ekonomi desa belum dapat dikatakan bebas dari tantangan dan hambatan karena masih ada berbagai bentuk krisis dan ketidakpastian yang menunggu di masa depan. Walaupun, sejarah menunjukkan bahwa desa mempunyai kemampuan daya tahan dan adaptasi saat menghadapi berbagai tantangan, namun harus disadari bahwa era normal baru bagaikan sebuah mata uang yang memiliki dua sisi. Era normal baru dapat membawa ancaman sekaligus peluang bagi kehidupan penduduk desa, khususnya dari aspek sosial ekonomi desa. Sebagai ancaman, kebijakan jaga jarak fisik dan sosial yang diberlakukan pada era normal baru berpotensi menyebabkan sakit sosial berupa disorganisasi sosial, disfungsi sosial, dan ruralisasi yang pada akhirnya menjadi beban ekonomi bagi penduduk desa yang hidupnya sudah penuh dengan risiko. Lebih jauh lagi, ancaman pada ekonomi rumah tangga penduduk desa akan menurunkan produktivitas mereka dan berujung pada melambatnya laju perekonomian desa sebagai motor penggerak pembangunan perdesaan.

Namun, era normal baru juga dapat menjadi titik balik bagi ekonomi desa karena adanya peluang-peluang yang muncul dan dukungan pemerintah pusat. Untuk itu, diperlukan pendampingan, penguatan kelembagaan, dan usaha untuk mendukung keberlanjutan ekonomi desa, serta kajian yang lebih mendalam. Akhir kata, walaupun dianggap dapat mendorong perekonomian, namun, penerapan normal baru tidak serta merta mempercepat pemulihan ekonomi, apalagi mengembalikan laju pertumbuhan perekonomian Indonesia seperti sebelum pandemi Covid-19 menyerang.

### Daftar Pustaka

- Ahlstrom, D. *et al.* (2020) 'Managing Technological, Sociopolitical, and Institutional Change in the New Normal', *Journal of Management Studies*, 57(3), pp. 411–437. doi: 10.1111/joms.12569.
- Buheji, M. *et al.* (2020) 'The Extent of COVID-19 Pandemic Socio-Economic Impact on Global Poverty. A Global Integrative Multidisciplinary Review', *American Journal of Economics*, 2020(4), pp. 213–224. doi: 10.5923/j.economics.20201004.02.
- CNN Indonesia (2020) 'Arti New Normal Bagi Ekonomi RI', *CNN Indonesia*. Available at: <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20200527202128-92-507459/arti-new-normal-bagi-ekonomi-ri>.
- Fauzie, Y. Y. (2020) 'New Normal dan Ancaman Bagi Ekonomi RI', *cnnindonesia.com*. Available at: <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20200519090744-532-504762/new-normal-dan-ancaman-bagi-ekonomi-ri>.
- Ginancar (ed), D. (2020) 'Banyuwangi Siapkan Skenario Pelayanan Publik New Normal', *JawaPos.com*. Available at: <https://www.jawapos.com/jpg-today/23/05/2020/banyuwangi-siapkan-skenario-pelayanan-publik-new-normal/>.
- K, C. A. and Emmanuel, S. (2020) 'Economic Impact of Covid-19 and Lockdown on Middle Income Agriculturists', *Purakala (UGC Care Journal)*31, 31(17), pp. 359–364.
- Kementerian Desa PDTT (2020a) *Kemendes PDTT Sedang Menyusun Protokol New Normal Desa*, <http://kemendes.go.id/berita/>.

- Available at: <https://kemendes.go.id/berita/view/detil/3311/kemendes-pdtt-sedang-menyusun-protokol-new-normal-desa>.
- Kementerian Desa PDTT (2020b) *Sebanyak 88 Persen Penerima BLT Dana Desa Adalah Petani*, <http://kemendes.go.id/berita/>. Available at: <https://kemendes.go.id/berita/view/detil/3310/sebanyak-88-persen-penerima-blt-dana-desa-adalah-petani>.
- Kholis, M. N., Fratnesi and Wahidin, L. O. (2020) 'Dampak Covid-19 Terhadap Nelayan', *Albacore*, 4(1), pp. 1–11.
- Muhtadi, B. (2019) 'Politik Uang dan New Normal dalam Pemilu Paska-Orde Baru', *Integritas : Jurnal Antikorupsi*, 5(1), pp. 55–74. doi: 10.32697/integritas.V5i1.413.
- Pertana, P. R. (2020) 'Tampil di Konpers BNPB, Kades Ini Tegaskan Desa Siap Songsong New Normal'. Available at: <https://news.detik.com/berita-jawa-tengah/d-5020611/tampil-di-konpers-bnpb-kades-ini-tegaskan-desa-siap-songsong-new-normal?single=1>.
- Phillipson, J. *et al.* (2020) 'The COVID-19 pandemic and its implications for rural economies', *Sustainability (Switzerland)*, 12(10), p. 3973. doi: 10.3390/SU12103973.
- Rahmawati, E. (2020) 'Eksistensi BUM Desa Selama Pandemi Covid-19', *Republika.Co.Id*. Available at: <https://republika.co.id/berita/q938jo282/eksistensi-bum-desa-selama-pandemi-covid19>.
- Syaifudin (2020) 'Wabah Virus Corona dan Masalah Sosiologis', *TEMPO.CO*. Available at: <https://kolom.tempo.co/read/1314927/wabah-virus-corona-dan-masalah-sosiologis>.
- UNESCAP (2020) *The Impact and Policy Responses for COVID-19 in Asia and the Pacific*.
- Vel, J. and Makambombu, S. (2020) *COVID-19 mitigation measures compound an economic crisis in Sumba*. Available at: <https://www.newmandala.org/covid-19-mitigation-measures-compound-an-economic-crisis-in-sumba/>.
- Wilke, S. L. (2018) *Waiting for Good News: Living with Chronic and Serious Illness*. Minneapolis: Fortress Press.
- Xueyuan, T. (2019) *The Way to a Great Country: A Macroscopic View on Chinese Population in the 21st Century*. New York: Routledge.
- Yong, W. (2014) 'China's Economic Challenges: Grappling with a "New Normal"', *Global Asia*. Available at: <https://www.globalasia.org/>

v9no4/cover/chinas-economic-challenges-grappling-with-a-new-normal\_wang-yong.

# BAB 11

## PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT DI ERA NEW NORMAL

**Galih Wicaksono**  
Universitas Jember  
galih.fisip@unej.ac.id

### **A. Pendahuluan**

Dosen sebagai seorang ilmuwan, berkewajiban untuk melakukan Tridharma Perguruan Tinggi, yang meliputi kegiatan :

1. Pendidikan dan pengajaran

Kegiatan ini diwujudkan dalam bentuk pengajaran di kelas, pengayaan materi perkuliahan, kegiatan di laboratorium, serta kegiatan pengembangan diri untuk meningkatkan kompetensi dosen.

2. Penelitian dan pengembangan keilmuan

Kegiatan ini berupa segala hal proses penelitian yang terkait dengan bidang keilmuan dosen, sampai dengan publikasi jurnal baik dalam lingkup jurnal nasional maupun jurnal internasional.

3. Pengabdian kepada masyarakat

Kegiatan ini dapat berupa pelatihan, pendampingan, sosialisasi, serta kegiatan lain, yang tujuannya untuk mengatasi permasalahan yang ada di masyarakat.

Ketiga hal tersebut yang membedakan antara dosen dengan profesi yang lain, di mana dosen berkewajiban tidak hanya mengajar di kelas, namun juga harus melakukan pengembangan keilmuan dalam bentuk penelitian serta melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Kewajiban dosen terkait Tridharma Perguruan Tinggi tertuang pada Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional. Selain itu, juga tertuang pada Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen. Secara umum,

kegiatan Tridharma Perguruan Tinggi yang dilakukan oleh dosen dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 11. 1 Tridharma Perguruan Tinggi

## B. Pengabdian Kepada Masyarakat

Pengabdian kepada masyarakat merupakan salah satu bagian dari Tridharma Perguruan Tinggi. Kegiatan ini wajib dilakukan oleh dosen minimal sekali dalam setiap semesternya untuk memenuhi kewajiban pada item beban kerja dosen (BKD). Kegiatan ini mempunyai beberapa sumber dana, antara lain :

1. Mandiri

Sumber dana pribadi yang berasal dari tim pengabdian, bahkan bisa saja kegiatan pengabdian tersebut tidak mengeluarkan biaya sama sekali, tergantung bentuk kegiatan yang dilakukan.

2. Perguruan Tinggi

Sumber dana berasal dari hibah internal perguruan tinggi, biasanya terdapat mekanisme seleksi yang bersifat kompetitif antartim pengabdian pada perguruan tinggi tersebut.

3. Kementerian Riset dan Teknologi

Sumber dana berasal dari pemerintah, dalam hal ini oleh

Kementerian Riset dan Teknologi. Hibah biasanya dibuka sekali dalam setahun dengan berbagai persyaratan yang harus dipenuhi oleh tim, serta adanya skim hibah dan dana yang akan diberikan.

#### 4. Kerjasama dari Pihak Ketiga

Sumber dana berasal dari pihak yang mendanai, misalkan dari pemerintah daerah, perusahaan swasta, BUMN, bahkan bisa juga berasal dari NGO. Tim pengabdian harus melakukan persyaratan dan berbagai jenis luaran yang diharapkan oleh donatur.

Banyaknya jenis skema pendanaan pengabdian kepada masyarakat, tentu saja membuat dosen mempunyai banyak kesempatan untuk melakukan pengabdian bagi masyarakat. Berikut adalah contoh kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh tim pengabdian di suatu perguruan tinggi :



Gambar 11.2 Tim Pengabdian terkait Teknik Pengolahan Kopi

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat terdapat beraneka ragam jenis, misalkan berupa : pendidikan dan pelatihan, pendampingan, sosialisasi, hibah peralatan, serta beraneka ragam kegiatan yang lain. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada intinya mempunyai maksud dan tujuan untuk menyelesaikan berbagai jenis permasalahan yang ada di masyarakat, baik masyarakat umum, pemerintah desa,

pemerintah daerah, pelaku usaha kecil, maupun masyarakat tertentu. Dengan adanya kegiatan pengabdian, diharapkan dosen dapat menerapkan pengetahuan, keterampilan, dan keilmuan yang dimiliki untuk mengatasi berbagai jenis permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat. Jadi, agar tidak ada menara gading sebagai pembatas antara perguruan tinggi dengan masyarakat.

### **C. Tantangan Pengabdian Kepada Masyarakat Akibat Dampak Covid-19**

Sejak Indonesia secara resmi mengumumkan tentang adanya Covid-19 yang telah menjangkit di wilayah Indonesia, maka menjadi sinyal bagi pemerintah dan warga masyarakat untuk waspada terhadap virus tersebut. Hal ini dikarenakan virus tersebut sudah menjadi pandemi di dunia, serta bisa menimbulkan korban jiwa bagi yang terkena. Hal tersebut tentu saja mempengaruhi aktivitas dosen dalam melakukan Tridharma Perguruan Tinggi. Oleh karena itu, pada tanggal 17 Maret 2020 Menteri Pendidikan dan Kebudayaan mengeluarkan edaran yang salah satu isinya menyebutkan bahwa aktivitas pembelajaran dalam bentuk daring, serta aktivitas dosen juga dapat dilakukan di rumah (*work from home*). Pada saat ini, dengan adanya dampak Covid-19 tentu saja menjadi tantangan tersendiri bagi dosen dalam melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Beberapa tantangan tersebut antara lain :

#### 1. Beberapa daerah dengan zona merah

Kawasan zona merah merupakan daerah yang diwaspadai karena telah terjadi penularan virus corona, sehingga setiap warga masyarakat yang ada di daerah tersebut diharapkan untuk melakukan prosedur kesehatan untuk meminimalisir tertularnya wabah Covid-19.

#### 2. Khawatir terkena Covid-19

Aktivitas pengabdian yang biasanya melibatkan masyarakat serta adanya kontak fisik antara tim pengabdian dengan mitra, maka tentu saja menimbulkan kekhawatiran terkena Covid-19. Hal ini dikarenakan setiap anggota tim dan mitra tidak mengetahui

keadaan kesehatan satu sama lain, sehingga pastinya akan muncul perasaan was-was di setiap benak peserta.

3. Ketakutan tim pengabdian apabila mengumpulkan massa dalam jumlah relatif besar

Sama seperti beberapa penyebab sebelumnya, pada intinya mengumpulkan massa dalam jumlah relatif besar sangat berisiko, apalagi kalo misalkan terdapat salah satu orang yang sebenarnya terkena Covid-19, tentu saja akan mudah menular pada anggota yang lain.

Berdasarkan beberapa tantangan di atas, maka diperlukan suatu langkah atau strategi preventif untuk melakukan kegiatan pengabdian secara aman dan nyaman, baik untuk tim pengabdian maupun warga masyarakat atau mitra yang terlibat dalam kegiatan pengabdian. Sehingga kegiatan pengabdian dapat berjalan dengan baik dan lancar.

#### **D. Aktivitas Dosen pada Era *New Normal***

Pemerintah pusat dan beberapa pemerintah daerah akhirnya memutuskan untuk melonggarkan pembatasan sosial berskala besar (PSBB), yaitu dengan adanya era *new normal*. Era *new normal* ditandai dengan dimulainya aktivitas atau kegiatan yang selama ini dibatasi atau dijalankan di rumah, yaitu dengan sedikit demi sedikit melonggarkan kegiatan di luar rumah, namun diikuti dengan prosedur kesehatan yang harus diikuti, misalkan dengan gerakan memakai masker, secara rutin mencuci tangan, serta pengukuran suhu tubuh.

Adanya era *new normal* tentu saja berbeda pada saat PSBB, di mana pada saat PSBB aktivitas berkerumun atau mengumpulkan orang dengan jumlah relatif besar dilarang oleh pemerintah, bahkan bisa saja dibubarkan oleh pihak yang berwajib. Adanya era *new normal* akan berdampak pula pada aktivitas akademik dosen dalam melakukan kegiatan Tridharma Perguruan Tinggi, antara lain :

1. Bidang pendidikan dan pengajaran

Pada era *new normal*, Menteri Pendidikan dan Kebudayaan masih belum memperbolehkan aktivitas pengajaran di kelas. Aktivitas

pengajaran masih harus dilakukan secara daring, sehingga dosen harus mempersiapkan materi dengan baik dan lebih ekstra, karena adanya tuntutan dalam peningkatan kualitas pembelajaran daring. Jadi kuliah daring tidak hanya kuliah asal-asalan, namun harus berkualitas dan sesuai dengan silabus yang direncanakan.

2. Bidang penelitian dan pengembangan keilmuan

Kegiatan penelitian yang harus dilakukan oleh dosen, harus dilakukan dengan ekstra hati-hati serta tetap mematuhi protokol kesehatan di masa pandemi. Penelitian yang mensyaratkan dosen harus turun lapangan, tentu saja harus dilakukan secara hati-hati. Dosen sebagai peneliti juga dapat menggunakan media *online* dalam pengumpulan data, sehingga dapat meminimalisir kontak fisik. Dosen juga harus mempunyai strategi yang tepat agar penelitian berjalan dengan baik dan lancar, tanpa melanggar protokol kesehatan yang telah ditetapkan oleh pemerintah.

3. Bidang pengabdian kepada masyarakat

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat merupakan salah satu kewajiban dosen. Di masa pandemi seperti sekarang, kegiatan pengabdian harus dilakukan secara hati-hati dan tidak mengumpulkan massa dalam jumlah besar. Hal ini dikarenakan kegiatan pengabdian identik dengan adanya kontak fisik antara tim pengabdian dengan mitra, sehingga di era *new normal* perlu dilakukan dengan ketat yaitu menggunakan protokol kesehatan yang telah dikeluarkan oleh pemerintah. Dosen selaku pelaku pengabdian harus menemukan formula atau strategi yang tepat, sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan lancar, serta menghasilkan luaran yang dapat membantu permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat dan mitra kegiatan pengabdian.

## E. Pengabdian Masyarakat pada Era *New Normal*

Seperti yang telah diuraikan pada sub bab sebelumnya, bahwa kegiatan pengabdian di era *new normal* sekarang ini berbeda dengan pengabdian pada saat era normal sebelum adanya pandemi Covid-19, di mana kegiatan pengabdian di era normal pastinya akan melibatkan

banyak peserta. Hal ini dikarenakan pada kondisi normal tidak terdapat suatu hambatan atau gangguan, serta kegiatan pengabdian dirasa lebih efektif apabila terdapat pertemuan langsung antara tim pengabdian dengan pihak mitra. Contoh kegiatan pengabdian pada era normal terlihat seperti contoh pada Gambar 11.3 di bawah ini, di mana kegiatan tersebut mendatangkan banyak peserta, serta adanya kontak fisik antara tim pengabdian dengan mitra.



Gambar 11.3 Tim Pengabdian terkait Pengurangan Risiko Bencana di Desa

Namun pada saat ini, kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada era *new normal* hendaknya mengikuti protokol kesehatan serta diarahkan pada penanganan Covid-19 dilihat dari berbagai aspek keilmuan. Beberapa tema yang dapat diangkat dalam pengabdian kepada masyarakat di era *new normal* antara lain sebagai berikut :

1. Kesehatan

Tema pengabdian tentang kesehatan sangat cocok diterapkan dalam membantu pemerintah untuk menangani bahaya Covid-19 bagi masyarakat. Hal ini dikarenakan masih banyak masyarakat yang masih menganggap bahwa Covid-19 merupakan penyakit biasa seperti halnya flu. Sehingga dalam pergaulan sehari-hari masih banyak dijumpai masyarakat yang tidak memakai masker

dalam pergaulan sehari-hari. Menjadi tugas berat bagi akademisi dalam memberikan kesadaran kepada masyarakat. Oleh karena itu, beberapa tema pengabdian terkait kesehatan yang layak untuk dilakukan oleh dosen, antara lain mengenai :

- a Sosialisasi kesadaran masyarakat mengenai bahaya atau dampak negatif Covid-19 bagi individu dan masyarakat sekitar.
- b Pembentukan daerah tangguh atau anti terhadap Covid-19 yang berbasis kewilayahan, misalkan pada tingkat RT, RW, atau bahkan bisa pada tingkat desa atau kelurahan.
- c Pembuatan obat atau jamu sederhana untuk menangkal Covid-19.
- d Pembuatan atau pengadaan alat pelindung diri (APD) sederhana guna mencegah Covid-19 dalam kehidupan sehari-hari.
- e Teknologi pendukung pencegahan terjadinya Covid-19.
- f Pengembangan produk makanan dan minuman sehat untuk kekebalan daya tahan tubuh.

## 2. Ekonomi

Tema pengabdian tentang ekonomi biasanya diarahkan kepada usaha rumah tangga, atau bisa juga pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang terdampak langsung oleh Covid-19. Sektor ekonomi di masyarakat menjadi menurun, karena dengan adanya pandemi ini maka masyarakat dituntut untuk berhati-hati dalam melakukan konsumsi. Selain itu juga dengan adanya dampak negatif pemutusan hubungan kerja (PHK), karyawan yang dirumahkan, serta merosotnya angka penjualan semua jenis usaha, maka hal tersebut akan memukul kondisi perekonomian negara. Terdapat beberapa tema pengabdian yang cocok terkait dengan kondisi ekonomi di masyarakat pada masa *new normal*, yaitu antara lain :

- a Pelatihan dan pendampingan usaha yang terkena dampak Covid-19, yaitu berupa pelatihan dan pendampingan dari

semua aspek manajemen, yang meliputi : pemasaran, operasional, keuangan, dan sumber daya manusia.

- b Keberlanjutan bisnis pada usaha rumah tangga, berupa pendampingan agar usaha rumah tangga tersebut dapat eksis dan bertahan di masa pandemi, serta berjalan sebagaimana mestinya, walaupun omzet atau nilai penjualan masih belum maksimal.
  - c Pelatihan kewirausahaan bagi kelompok masyarakat yang mengalami pemutusan hubungan kerja atau kehilangan pekerjaan akibat dampak pandemi Covid-19. Pelatihan ini dikemas dengan mengandalkan keterampilan yang dimiliki oleh setiap individu, serta diarahkan pada pangsa pasar yang membutuhkan produk barang atau jasa yang dihasilkan, khususnya yang dibutuhkan di era pandemi seperti sekarang.
  - d Pengembangan kebijakan berdampak sosial dan ekonomi kepada masyarakat dan daerah, terkait dengan penanganan Covid-19.
3. Pendidikan

Dampak Covid-19 juga berpengaruh besar terhadap sektor pendidikan, di mana pendidikan yang sebelumnya dilaksanakan secara normal melalui tatap muka antara dosen dengan mahasiswa, namun sekarang semuanya dibuat secara daring. Hal ini tentu saja membutuhkan terobosan atau langkah brilliant dalam menciptakan suasana pembelajaran yang efektif dan ideal, yaitu pembelajaran yang dapat diterima oleh dosen dan mahasiswa, serta tercapainya tujuan pembelajaran yang tercantum pada rancangan pembelajaran semester (RPS). Beberapa tema pengabdian terkait bidang pendidikan di era *new normal*, antara lain mengenai :

- a Strategi dan teknik pembelajaran daring yang efektif, baik untuk lingkup sekolah dasar, sekolah menengah, maupun untuk perguruan tinggi, disesuaikan dengan lingkup pengabdian yang akan dilakukan.

- b Perancangan modul atau bahan ajar yang memfasilitasi pembelajaran daring.
- c Penggunaan *software* atau program yang mempermudah dalam pembelajaran daring.
- d Pembuatan layout atau tata ruang kantor yang dapat mencegah penyebaran Covid-19.
- e Penerapan penilaian dan tugas sekolah dan kuliah selama masa pandemik.
- f Penerapan ujian tugas akhir secara *online*, baik untuk skripsi, tesis, maupun disertasi.
- g Penerapan wisuda secara *online*.

#### 4. Teknik

Bidang teknik merupakan salah satu bidang keilmuan yang diharapkan dapat membantu penanganan Covid-19, yaitu dengan adanya berbagai inovasi di bidang teknik. Tema pengabdian di bidang teknik yang dibutuhkan dalam penanganan Covid-19 di era new normal, antara lain :

- a Pembuatan mesin yang dapat memproduksi *hand sanitizer*.
- b Pembuatan robot yang dapat digunakan untuk membantu penanganan pasien Covid-19 di rumah sakit.
- c Pembuatan mesin yang dapat memproduksi alat pelindung diri (APD) yang dibutuhkan oleh tenaga kesehatan.
- d Pengembangan ventilator untuk penanganan pasien.
- e Pembuatan mesin yang dapat memberikan sinyal atau tanda terhadap adanya orang yang memiliki gejala Covid-19.
- f Pembuatan teknologi tepat guna pencegahan virus.

#### 5. Teknologi Informasi

Pengabdian terkait teknologi informasi juga sangat cocok diterapkan pada era *new normal*. Hal ini karena berkurangnya aktivitas kontak fisik, sehingga memungkinkan dilakukan kegiatan pengabdian masyarakat dengan memanfaatkan teknologi informasi, seperti dengan menggunakan fasilitas daring. Teknologi

informasi juga diharapkan dapat membantu pemerintah dalam menangani pasien yang terkena dampak Covid-19, minimal untuk mereduksi penyebaran dan mendapatkan informasi secara akurat dan *update*. Beberapa kegiatan pengabdian yang dapat dilakukan di era *new normal* terkait bidang teknologi informasi, antara lain :

- a Program yang dapat mendeteksi persebaran Covid-19 untuk daerah tertentu.
- b Program terkait pendataan secara akurat jumlah pasien yang terkena, pasien dalam pengawasan, serta orang dalam pemantauan di suatu wilayah, sehingga datanya dapat diketahui oleh publik (berupa data kuantitatif).
- c Pembuatan program yang dibutuhkan oleh rumah sakit dalam penanganan Covid-19, yang meliputi sejak pasien masuk ke rumah sakit, dalam perawatan, sampai dengan pasien sembuh dan diperbolehkan keluar dari rumah sakit.
- d Program informasi secara digital mengenai gejala Covid-19, sehingga masyarakat dapat memanfaatkan program tersebut.
- e Pengembangan program yang memfasilitasi pembelajaran secara online, secara efektif dan tepat sasaran.

### **Daftar Pustaka**

- Kemendikbud. (2020). Pembelajaran secara Daring dan Bekerja dari Rumah dalam Rangka Pencegahan Penyebaran Corona Virus Disease (COVID-19).
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional.

## BIODATA PENULIS



### **Rosanita Tritias Utami, M.Pd.**

Penulis kelahiran Sukabumi ini sejak tahun 2014 merupakan dosen tetap program studi Pendidikan Bahasa Inggris di Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung, sebelumnya bernama STKIP PGRI Tulungagung, di Jawa Timur.

Muslimah penggemar bakso dan film bergenre komedi ini menyelesaikan pendidikan formal Diploma 3 Jurusan Bahasa Inggris di Universitas Padjadjaran Bandung, Sarjana Pendidikan Bahasa Inggris di STKIP PGRI Tulungagung dan Magister Pendidikan Bahasa Inggris di Universitas Islam Malang. Sejak tahun 2017 menjalani pendidikan Doktor Ilmu Pendidikan Bahasa Inggris di Universitas Negeri Semarang. Email: [rosa.utami@stkipgritulungagung.ac.id](mailto:rosa.utami@stkipgritulungagung.ac.id)



### **Sitti Fithriani Saleh, S.Pd., M.Pd.**

Penulis kelahiran Ujung Pandang, Sulawesi Selatan ini adalah dosen tetap Program Studi Pendidikan Matematika FKIP Universitas Muhammadiyah Makassar sejak tahun 2005.

Penyuka buku dan film ini menyelesaikan pendidikan formal sarjana pendidikan matematika di Universitas Muhammadiyah Makassar dan magister pendidikan matematika di Universitas Negeri Surabaya. Sejak tahun 2016 menjalani pendidikan doktoral pendidikan matematika di Universitas Negeri Malang. Email: [fitriani.saleh@gmail.com](mailto:fitriani.saleh@gmail.com)

**Dr. Hastin Umi Anisah, S.E., M.M.**

Penulis kelahiran Blora tepatnya di Cepu ini adalah dosen tetap pada program studi Manajemen konsentrasi Manajemen Strategi dan Kewirausahaan FEB di Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin sejak tahun 2003.

Muslimah pendiri Taman Belajar (TBM) Alexandria DAS Barito dan Ketua Pusat Kajian Ekonomi, Bisnis dan Kewirausahaan LPPM ULM ini menyelesaikan pendidikan formal sarjana di Universitas Lambung Mangkurat pada tahun 2002 dan Magister Manajemen di PMM UB Malang pada tahun 2007 dan menyelesaikan studi Doktor Ilmu Manajemen tahun 2010 serta Sandwich Programme at La Trobe University Australia tahun 2009. Email: humianisah@ulm.ac.id

**Nisfatul Izzah, S.E., M.A.**

Penulis kelahiran Lamongan ini adalah dosen tetap (*faculty member*) program studi Akuntansi (*Accountant*) di Universitas Widya Mataram, di Kampus Yogyakarta sejak tahun 2018.

Muslim penggemar buah-buahan dan hobi masak ini menyelesaikan pendidikan formal Sarjana Akuntansi di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo dan Magister Akuntansi di Universitas Airlangga Surabaya. Selama masih kuliah dan bekerja aktif berorganisasi intra dan ekstra kampus hingga tingkat provinsi.

Sebelum menjadi dosen, penulis pernah menjabat sebagai *Spesialis Finance Global Fund Aids Tuberculosis and Malaria- Geneva* pada Program Penanggulangan Penyakit Menular Tuberculosis - TB

Care 'Aisyiyah JATIM selama kurang lebih 10 Tahun (2009-2017).  
Email: Nisfatulizzah@gmail.com



**Shulbi Muthi Sabila Salayan Putri,  
M.I.Kom**

Penulis kelahiran Bandung, Oktober 1993 ini adalah dosen tetap Fakultas Ilmu Sosial dan Politik program studi Ilmu Komunikasi di Universitas Widya Mataram Yogyakarta, sejak 2018.

Dosen muda yang enerjik dan gemar *travelling* ini menyelesaikan pendidikan formal Sarjana Ilmu Komunikasi dengan bidang keilmuan Public Relations di Universitas Islam Bandung (UNISBA) pada tahun 2015, kemudian melanjutkan studinya di Program Pascasarjana UNISBA dengan konsentrasi Komunikasi Bisnis pada tahun 2017. Email: shulbi.muthi@gmail.com



**Sawitania Christiany Dwi Utami  
Situmorang, S.P., M.Si.**

Penulis kelahiran Medan ini adalah dosen tetap (*faculty member*) program studi Agribisnis di Fakultas Pertanian Universitas Sumatera Utara sejak tahun 2018.

Penulis menyelesaikan pendidikan formal Sarjana di Fakultas Pertanian, Program Studi Agribisnis, Universitas Brawijaya dan *Master of Science* di Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor.

Saat ini, penulis juga aktif bekerja di Balai Pengkajian Teknologi Pertanian (BPTP), Kementerian Pertanian sebagai staff ahli bidang sosial ekonomi pertanian. Email: Sawitania90@usu.ac.id



**Dr. Widyastuti Andriyani, S.Kom., M. Kom**

Penulis kelahiran Karanganyar, Surakarta adalah dosen tetap pada Program Studi Magister Teknologi Informasi di STMIK AKAKOM Yogyakarta, sejak tahun 2013.

Menyelesaikan pendidikan formal S-1 MIPA Program Studi Ilmu Komputer di IST AKPRIND Yogyakarta, S-2 MIPA Program Studi Ilmu Komputer Universitas Gadjah Mada dan S-3 MIPA Departemen Ilmu Komputer & Elektronika Universitas Gadjah Mada Tahun 2019. Email: [widya@akakom.ac.id](mailto:widya@akakom.ac.id)



**A. Nur Aisyah Rusnali, M.I.Kom.**

Penulis kelahiran Watampone ini adalah dosen tetap (*faculty member*) program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bone, sejak tahun 2016.

Muslim penggemar bakso dan penikmat film ini menyelesaikan pendidikan formal Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Hasanuddin Makassar. Keinginan kuat untuk meneruskan jejak orang tua sebagai tenaga pendidik, membuat penulis rela meninggalkan pekerjaan sebagai *banker* dan melanjutkan pendidikan Magister Ilmu Komunikasi di Universitas Hasanuddin.

Email: [rusnaliaisyah@gmail.com](mailto:rusnaliaisyah@gmail.com)

URL : <https://aisyahrusnali.blogspot.com/2020/>



**Anastasia Diana M. Tumimomor, S.E., M.Si**

Penulis lahir di kota Solo, dan saat ini menjadi dosen tetap (*faculty member*) program studi Ekonomi Pembangunan di Universitas Kristen Wira Wacana Sumba, sejak tahun 2015.

Lulusan Magister Studi Pembangunan di Universitas Kristen Satya Wacana pada tahun 2008 ini sedang menggeluti isu Pemberdayaan Masyarakat, Kewirausahaan Sosial, dan BUMDes. Selain sebagai dosen, penulis juga menjadi tim konsultan BUMDes di UNKRISWINA Sumba serta sudah 2 tahun belakangan aktif menjadi fasilitator dalam kegiatan Training of Community : Active Citizens Social Enterprise (TOC – ACSE) yang diadakan oleh British Council Indonesia. Email: [diana.tumimomor@unkriswina.ac.id](mailto:diana.tumimomor@unkriswina.ac.id)



**Rambu Luba Kata Respati Nugrowardhani**

Penulis yang namanya cukup panjang ini, lebih suka disapa dengan nama panggilan “Dhani”. Sejak tahun 1997, penulis adalah dosen pada Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ilmu-ilmu Sosial di Universitas Kristen Wira Wacana Sumba (Unkriswina Sumba) sampai sekarang.

Penulis menyelesaikan pendidikan formal S1-nya di Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga, dan kemudian melanjutkan studi S2 di *International Institute of Social Studies (ISS) of Erasmus* di Den Haag, Belanda. Gelar doktor dalam bidang ilmu studi pembangunan diperolehnya dari Program Pascasarjana Studi Pembangunan, Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga. Penulis dapat dihubungi

melalui alamat e-mail : dhani@unkriswina.ac.id atau dsiliwolu@gmail.com



**Galih Wicaksono, S.E., M.Si., Akt.** adalah Dosen di Program Studi Perpajakan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember. Lulusan Magister Akuntansi Universitas Diponegoro (2013), Pendidikan Profesi Akuntansi Universitas Diponegoro (2010), Sarjana Ekonomi Akuntansi Universitas Islam Sultan Agung (2009), serta Sarjana Ekonomi Manajemen Universitas Diponegoro (2009). Bidang

ilmu beliau adalah Perpajakan, Akuntansi, dan Manajemen. Selain sebagai dosen, penulis adalah peneliti dan aktif menjadi narasumber/ instruktur pada pelatihan di bidang perpajakan, akuntansi, dan manajemen. Penulis dapat dihubungi pada nomor Hp/Wa 081217435665. Berkaitan dengan aktivitas akademik, penulis memiliki ID Scopus 57190376006, serta ID Sinta 6116309

Buku ini ditulis oleh sebelas penulis mengenai beragam perspektif keilmuan dalam memandang *new normal era*. Isu mengenai *new normal era* saat ini menjadi hangat dibicarakan, bukan hanya karena kita saat ini sedang ada di masa pandemi, tetapi karena isu *new normal era* merupakan hal yang selalu penting untuk dibahas.

Buku ini tersusun dalam beberapa bagian, sebagai berikut :

Bab 1 : Kenormalan Baru dalam Situasi Pandemi

Bab 2 : New Normal Dunia Pendidikan

Bab 3 : New Normal Dunia Usaha (Usaha Mikro Kecil Menengah/ UMKM)

Bab 4 : Arah Konsumsi Rumah Tangga di Era New Normal: Pendekatan Teori Keynesian

Bab 5 : Public Relations Dalam Menyambut “The New Normal”

Bab 6 : Manajemen Agribisnis di Era New Normal

Bab 7 : New Normal Era FinTech Lending

Bab 8 : Media Sosial dan Kesehatan Mental di Era New Normal

Bab 9 : New Normal: Peluang Bagi Bisnis Sosial

Bab 10 : Era Normal Baru dan Ekonomi Desa : Ancaman atau Peluang?

Bab 11 : Pengabdian Kepada Masyarakat di Era New Normal



✉ [zahirpublishing@gmail.com](mailto:zahirpublishing@gmail.com)

🌐 [www.penerbitzahir.com](http://www.penerbitzahir.com)

ISBN 978-623-6995-19-8 (PDF)

