

BERUBAH SEIRING WAKTU



ANTOLOGI PEMIKIRAN
EKONOMI DAN BISNIS PADA
ERA COVID-19

Editor: Angelina Ika Rahutami

Universitas Katolik Soegijapranata

Berubah Seiring Waktu

Antologi Pemikiran Ekonomi dan Bisnis
Pada Era Covid-19

Editor

Angelina Ika Rahutami

Penerbit

Universitas Katolik Soegijapranata

**BERUBAH SEIRING WAKTU
ANTOLOGI PEMIKIRAN EKONOMI DAN BISNIS
PADA ERA COVID-19**

© Universitas Katolik Soegijapranata 2021

Editor

Angelina Ika Rahutami

Disain Cover

Rizzqi Cantika Purwandari

Layouter

Thomas Sugeng Hariyoto

Cetakan I, 2021

Hak Cipta dilindungi undang-undang. Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun, baik secara elektronik maupun mekanis, termasuk fotocopy, merekam, atau dengan sistem penyimpanan lainnya, tanpa izin tertulis dari Tim Penulis dan Penerbit.

:

PENERBIT

Universitas Katolik Soegijapranata

Angota APPTI No. 003.072.1.1.2019

Jl. Pawiyatan Luhur IV/1 Bendan Duwur Semarang 50234

Telepon (024)8441555 ext. 1409

Webiste: www.unika.ac.id

Email Penerbit: ebook@unika.ac.id

ISBN 978-623-7635-66-6 (cetak)

ISBN 978-623-7635-67-3 (pdf)

Prolog

"Kita tidak bisa melihat bayangan kita di air yang mengalir. Hanya di air tenang kita bisa melihat." – Zen

Pandemi COVID-19 bagi sebagian besar kita terlihat bagai ombak maha dahsyat yang meluluhlantahkan semua kebiasaan, kebahagiaan dan kesejahteraan. Virus kecil ini tidak disangka mengubah seluruh aspek kehidupan kita. Sektor-sektor ekonomi bertumbangan, sektor yang tetap bertahan pun tidak akan lagi menikmati keuntungan sebesar dulu. Di sisi lain, kreativitas-kreativitas ekonomi bermunculan. Setiap orang berlomba menjadi wirausahawan, pemroduksi, pemasar, dan banyak lagi pekerjaan yang dulunya tidak ingin dijalani harus dijalani. Perekonomian yang memburuk, menyisakan pertanyaan, kapan akan pulih.

Dalam kondisi begitu banyak pertanyaan ketidakpastiaan yang tak terjawab, lebih dari 50 orang dari civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis, memilih sejenak melihat Pandemi ini seperti air yang tenang. Air yang bisa digunakan untuk bercermin – berefleksi, air yang menimbulkan kegelisahan pemikiran. Dan sebagai hadiah bagi Ulang Tahun ke 39 Dies FEB, kami merangkainya dalam sebuah Antologi pemikiran. Akan terdapat tujuh sub bab pemikiran dan refleksi. **Ekonomi Indonesia: Bertahan dalam Masa Sulit**, akan mengajak kita untuk melihat ranah yang lebih makro. **Perilaku Bisnis: Perubahan untuk Keberlanjutan, Teknologi, Si Pendorong Ekonomi dan Bisnis dan Kewirausahaan dan UMKM: Pendorong Kemandirian**, akan bercerita mengenai pentingnya adaptasi dan transformasi di dalam dunia bisnis. Sub bab **Akuntan: Mempertahankan Profesionalisme dengan Inovasi**, akan membawa kita ke kesadaran bahwa saat ini mau pun kelak, profesionalisme sangatlah penting. Dan kami juga menyadari bahwa **Pendidikan Pintu Perubahan** harus tetap dihidupi. Sebagai penutup **Refleksi, Sekolah Kebijakan** akan mengajak kita menyelam pada pertanyaan-pertanyaan hati.

Antologi pemikiran ini meramu berbagai gaya cerita dan pola piker. Tidak ada kesamaan antara satu tulisan dengan tulisan lain. Yang mengikat antologi ini adalah kesediaan berubah dan memandang esok dengan optimis.

Salam,

Angelina Ika Rahutami

Kata Pengantar

BERUBAH UNTUK BERBUAH

Dalam membangkitkan semangat umatnya Mgr. Albertus Soegijapranata SJ sering menyampaikan sebuah semboyan kuno: *in dubiis libertas, in necessitatibus unitas, in omibus caritas* yang artinya “dalam hal-hal yang belum pasti, kebebasan; dalam hal-hal yang gawat, persatuan; dalam segala hal, cinta kasih”. Semboyan ini sangat tepat digunakan untuk melihat situasi saat ini yang masih di berperang melawan Covid-19. Suasana ketidakpastian kapan pandemi Covid-19 akan berakhir. Akibatnya juga muncul ketidakpastian masa depan hidup. Dalam kondisi yang tidak pasti dan penuh kegawatan diperlukan adanya persatuan seluruh warga tanpa memperdulikan latar belakang masing-masing. Persatuan untuk bersama mengenyahkan Covid-19, bukan perilaku yang sebaliknya memanfaatkan pandemic untuk mewujudkan kepentingan sempit kelompok. “Pahlawan-pahlawan” pejuang kepentingan sempit kelompok seolah-olah justru menari-nari di atas panggung perjuangan dan kerja keras mengatasi Covid-19. Dasar untuk segala sesuatu adalah cinta kasih. Hanya atas dasar cinta kasih untuk sesama demi kebaikan bersama, persatuan untuk mengatasi masalah Covid-19 dapat terwujud.

Sejak awal pandemi Covid-19 Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) bersama seluruh warga Unika Soegijapranata langsung merespon dan berubah untuk terus berkembang dalam melayani mahasiswa dan masyarakat. Pada tahun 2021 ini FEB menyambut Dies Natalis ke-39 yang dirayakan dalam suasana pandemic Covid-19 yang belum juga mereda. Digerakkan oleh core values FEB *cohesiveness, commitment, competence* dan semboyan dari Mgr. Soegijapranata di atas, Panitia bergerak secara luar biasa yang justru mampu menciptakan peluang dan menghasilkan kegiatan dan karya-karya yang sangat pantas diacungi dua jempol. Satu di antara karya-karya itu adalah buku yang sedang Anda pegang dengan judul **BERUBAH SEIRING WAKTU: Antologi Pemikiran Ekonomi dan Bisnis Pada Era Covid-19**. Buku yang merupakan kumpulan tulisan dosen, mahasiswa, dan alumni merupakan buah dari warga FEB yang selalu siap berubah di tengah pandemic Covid-19. Pandemi tidak menghalangi untuk berpikir dan berkreasi. Dalam waktu kurang lebih sebulan mampu mengumpulkan 50 tulisan yang dapat disajikan dalam buku ini.

Pada kesempatan ini saya menyampaikan selamat atas Dies Natalis ke-39 FEB kepada para dosen, mahasiswa, tenaga kependidikan, alumni

dan semua stakeholder FEB. Usia yang belum lama untuk sebuah organisasi dan terus memproduksi energi untuk berlari lebih cepat dalam kerja sama yang harmonis dengan semua stakeholder. Saya juga menyampaikan terima kasih kepada Panitia yang dapat bekerja sama dengan sangat baik. Bekerja sama dan komunikasi online sudah terbiasa dan tetap produktif.

Semoga tulisan-tulisan dalam buku ini mampu memberikan inspirasi dan wawasan serta menjadi energi untuk berubah. Semangat untuk berubah yang baik pasti akan menghasilkan buah yang baik pula.

Semarang, 26 Juli 2021

Theodorus Sudimin

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Unika Soegijapranata

Daftar Isi

Prolog	iii
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vii
PAJAK: KUNCI MEMULIHKAN KEUANGAN PUBLIK	
Rini Hastuti	1
PENGARUH KEBIJAKAN PEMERINTAH TERHADAP COVID-19	
Ahmadi Yogi Pratama	6
DILEMA KENAIKAN TARIF CUKAI ROKOK DI MASA PANDEMI	
Apelina Teresia	14
INSENTIF PAJAK, BERKAH ATAU ...??	
Karl Anggara	20
PENGARUH PANDEMI COVID-19 TERHADAP PEREKONOMIAN DI INDONESIA	
Kornelius Hartono	25
GENERASI MUDA JEMBATAN MEMBAIKNYA PEREKONOMIAN INDONESIA	
Sara	30
PERUBAHAN SOSIAL DAN POLA KONSUMSI DI MASA PANDEMI, ANCAMAN ATAU PELUANG?	
Bayu Prestianto	37
PANDEMI COVID-19 DAN RESHAPING CONSUMER BEHAVIOUR	
Dr. Berta Bekti Retnawati, MSi	43
STRATEGI PERUSAHAAN DALAM BERTAHAN DITENGAH PANDEMI COVID-19	
Felicia Aprilian Indraswari, Gabriela Vialetta	47

MEMPERTAJAM DAYA PREDIKSI DI MASA PANDEMI Agung Sugiarto.,SE.,MM.,M.Ec.Dev.,Ak., CA.,CPA.,MAPPI (Cert).,CRBC	54
PERANAN “GIG ECONOMY” MENGHADAPI PANDEMI COVID- 19 Gumilang Widiatmo.....	60
DAMPAK PANDEMI COVID 19 MEMUKUL USAHA KULINER Erwin Lilik Hartanto, SE	66
KEJUJURAN, UJUNG TOMBAK KEKUATAN BISNIS DIMASA PANDEMI COVID 19 Veronica Kusdiartini	70
KETIKA TAK ADA KATA “KEMBALI” St. Vena Purnamasari.....	75
FMCG DI ERA COVID-19: INOVASI ATAU ADAPTASI? Fiona Puspitasari	81
MANAJEMEN RESILIENSI DIBUTUHKAN DI ERA NORMALITAS BARU Posmaria Sitohang, SE, MSi	87
KOLABORASI DI MASA PANDEMI ADALAH KUNCI Dyah Titisari A.....	90
MILENIALS INDONESIA MEWUJUDKAN DIGITALISASI EKONOMI KREATIF Kartika Maria Yosephine Sumargo.....	95
EKONOMI DIGITAL SEBAGAI KESUKSESAN KAUM MILENIAL Gabriella Kyara Ajeng Shandradewi.....	102
INVESTOR MILENIAL DAN DIGITALISASI INDUSTRI KREATIF Elisabeth Sania Aprillia Santoso.....	111
INVESTASI SAHAM: <i>OLD AND NEW NORMAL</i> Dr. Elizabeth Lucky Maretha Sitinjak.....	120

MENCIPTAKAN EKOSISTEM KEWIRAUSAHAAN BAGI MAHASISWA	
Chatarina Yekti Prawihatmi	127
ENTREPRENEUR’S STARTERKIT: GAGASAN PEMULIHAN PEREKONOMIAN INDONESIA	
Emeraldza Egi Widjaja	132
AYO (TETAP) BELI PRODUK UMKM DI MASA PANDEMI !	
M. Widyanto	140
TERPAKSA MENJADI DIGITAL ENTREPRENEUR	
Rustina Untari	144
MENCINTAI DAN MENGGUNAKAN PRODUK LOKAL	
Maria Mariana	147
PERGESERAN DIGITAL DAN TRANSFORMASI PEMASARAN DI ERA VIRTUAL UNTUK UMK	
Maria Y.D. Hayu Agustini.....	154
MEMPERTAHKAN USAHA KECIL DAN MIKRO OLAHAN MAKANAN DI TENGAH PANDEMI	
B.Junianto Wibowo, M.Sc	162
SIKAP: KUNCI BERTAHAN PELAKU UMKM DI MASA PANDEMI COVID-19	
M Devatia Putri Nilamsari	166
TETULUNG LAN NYENGGUYUNG	
Widuri Kurniasar.....	170
PENERAPAN REMOTE AUDIT SAAT PANDEMIC COVID-19	
Dian Nala Damayanti, Hari Tripanto Silitonga	175
BLESSING IN DISGUISE	
H. Sri Sulistyanto.....	179
TRANSFORMASI AKUNTAN PADA ERA COVID-19	
Amadea Thirza M., Bella Klarissa, Jimmy Christofer	183

PEMBENTUKAN KARAKTER AKUNTAN MELALUI PEMBELAJARAN DARING	
Stephana Dyah Ayu Ratnaningsih.....	188
RESET KEUANGAN PAROKI IMBAS COVID-19	
Yusni Warastuti.....	195
AUDITOR DAN MITIGASI RISIKO KECURANGAN DI ERA <i>NEW NORMAL</i>	
Stefani Lily Indarto.....	202
PANDEMI COVID-19: QUO VADIS PROFESI AKUNTAN?	
Linggar Yekti Nugraheni.....	209
PENDIDIKAN MORAL DI MASA PANDEMI COVID-19	
Theodorus Sudimin.....	215
PEMIKIRAN EKSTRIM: PARADIGMA BARU PENDIDIKAN	
Y. Wisnu Djati Sasmito.....	221
Berbasis Sistem dan Kreatifitas di New Normal	
Vinsensia Retno Widi Wisayang, SE, MM.....	227
“BAD EDUCATION” DI MASA PANDEMI	
Sih Mirmaning Damar Endah.....	231
MENJAGA HARAPAN	
Novia Uut Puspitasari.....	235
BELAJAR DARI OMA WENNY	
Agnes Advensia Chrismastuti.....	239
BE POSITIVE, ADAPTIVE DAN TRANSFORMATIVE	
MG Westri Kekalih Susilowati.....	244
PERUBAHAN ADALAH PELUANG	
Maryati Sri Rejeki.....	248
RESAH: REFLEKSI UNTUK “BERUBAH”	
Shandy Jannifer Matitaputty.....	252
COVID 19: BERKAH DALAM DUKA	

Harie Moeljono	257
MENGURAI PANDEMI COVID-19 DAN MEMAJUKAN EKONOMI MELALUI NILAI-NILAI PATRIOTISME DAN NASIONALISME	
Hudi Prawoto	263
MENIKMATI TRANSFORMASI HIDUP: SEBUAH REFLEKSI	
Agnes Arie Mientarry Christie	268
SEMESTA YANG PULIH SUARANYA	
Angelina Ika Rahutami	273

Ekonomi Indonesia: Bertahan dalam Masa Sulit

"Saat kita membangun kembali rumah, kita sedang membangun kembali rumah. Ketika kita pulih dari bencana, kita membangun kembali kehidupan dan mata pencaharian."

- Sri Mulyani -



TERPAKSA MENJADI DIGITAL ENTREPRENEUR

Rustina Untari

Dosen Prodi Manajemen

FEB Unika Soegijapranata

Pendahuluan

Pandemi Covid 19 telah menjadi akselerator tumbuhnya bisnis digital. Hal ini karena ketentuan social distancing dan pencegahan kerumunan misalnya penutupan mall menyebabkan keharusan bisnis harus dilakukan dari tempat yang berjarak. Salah satu cara yang dapat membantu bisnis jarak jauh adalah dengan memanfaatkan teknologi digital. Sehingga seolah olah semua orang yang berbisnis (termasuk UMKM) dipaksa menjadi seorang *digital entrepreneur*.

Digital entrepreneurship adalah konsep baru kewirausahaan digital yang diperkenalkan untuk merujuk pada penciptaan usaha baru dan atau transformasi bisnis yang ada dengan mengembangkan teknologi digital. (Muafi, Syafri, Prabowo, & Nur, 2021)

Sebetulnya sebelum masa Pandemi Covid 19 melanda Indonesia telah terjadi tarikan *Digital Entrepreneurial Ecosystem* yang kuat. The Digital Entrepreneurial Ecosystem terdiri dari empat konsep yaitu infrastruktur digital, warga negara pengguna teknologi digital, digital entrepreneurship, dan marketplace. (Sussan & Acs, 2017). Keempat konsep diatas di Indonesia sudah sangat cukup berlimpah.

Kewirausahaan digital menjadi tantangan bagi dunia pendidikan kewirausahaan terutama pada fakultas atau program studi basisnya bukan teknologi digital. Pendidikan kewirausahaan digital juga penting bagi masyarakat umum. Sebagaimana kita ketahui UMKM di Indonesia juga banyak yang menggunakan teknologi digital bagi kelancaran bisnisnya.

Tulisan ini berusaha mengusulkan beberapa hal yang harus diperhatikan dalam pembelajaran digital entrepreneur terutama pada program studi non teknologi informasi (digital teknologi).

Mengukur Kemampuan Peserta Didik



Pada tahun Covello pada tahun 2010 menggunakan enam kelompok literasi digital untuk melakukan pengukuran kemampuan dibidang digital (Covello, 2010). Pada tahun 2020 reddy dan kawan kawan telah melakukan definisi ulang terhadap enam kelompok literacy tersebut (Reddy, Sharma, & Chaudhary, 2020), uraiannya dapat dilihat dibawah ini.

1. *Information Literacy* , -menggunakan teknologi digital untuk menemukan, menemukan, menganalisis dan mensintesis sumber daya,mengevaluasi kredibilitas sumber-sumber ini teknik kutipan yang tepat, mematuhi hukum dan masalah etika seputar penggunaan sumber daya ini dan merumuskan pertanyaan penelitian secara akurat, efektif dan efisien
2. *Computer Literacy*-Pemahaman tentang bagaimana menggunakan komputer ,teknologi dan aplikasi untuk penggunaan gratis
3. *Media Literacy* -memiliki kemampuan menggunakan teknologi digital untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan mengkomunikasikan informasi dalam berbagai platform digital.
4. *Communication Literacy* -menggunakan teknologi digital untuk berkomunikasi secara efektif sebagai individu dan bekerja secara kolaboratif dalam kelompok, menggunakan teknologi penerbitan, Internet, dan Web 2.0 alat dan teknologi.
5. *Visual Literacy*-memiliki kemampuan menggunakan teknologi digital untuk „membaca,“ menafsirkan, dan memahami informasi yang disajikan dalam gambar bergambar atau grafik mengomunikasikan informasi ini dan mengubah informasi menjadi representasi visual.
6. *Technology Literacy*-memiliki kemampuan menggunakan teknologi digital untuk meningkatkan pembelajaran, produktivitas dan kinerja

Penggabungan kompetensi kewirausahaan dan *digital literacy*.

Penggabungan Antara kompetensi kewirausahaan dan digital literacy adalah kunci sukses pendidikan kewirausahaan. Pengetahuan kewirausahaan adalah faktor yang paling penting untuk mempengaruhi secara positif sikap mahasiswa wirausaha memulai usaha baru (Marin & Chitimiea, 2020). Oleh karena itu arah pendidikan digital entrepreneurship diusulkan pada dua pendekatan dibawah ini:

Sesuai dengan kompetensi anak didik pada literasi digital, maka pendidikan digital entrepreneurship dapat dilakukan dengan dua pendekatan :



Pendekatan pertama adalah memberikan kompetensi kewirausahaan dan bisnis yang sesuai dengan level literasi digital anak didik (mahasiswa), atau dengan meningkatkan kemampuan literasi digital anak didik baru kemudian memberikan peningkatan kemampuan bisnis yang sesuai dengan kebutuhan bisnis digital yang dibangun.

Pendekatan kedua adalah dengan melihat kondisi bisnis sudah berjalan atau bisnis yang direncanakan, kemudian pelaku usaha atau peserta didik dibekali pengetahuan digital yang sesuai dengan kebutuhan bisnisnya. Hal ini pernah penulis lakukan ketika mendampingi pengrajin tenun sumba yang mencoba memasuki pasar digital Marketplace. (Untari, Sanjaya, Ecodemica, & April, 2020)

Penutup

Sebagai penutup dari tulisan ringan diatas, penulis usulkan beberapa aktivitas yang dapat dilaksanakan dimasa yang akan datang.

1. Perlu disusun alat test yang tepat dalam menentukan tingkat literasi digital anak didik. Alat test ini dapat berupa kuesioner tertutup ataupun test wawancara terbuka yang dapat menentukan tingkat literasi anak didik tersebut. Pengembangan alat ukur juga dianjurkan untuk masyarakat umum mengingat masyarakat umum juga membutuhkan pendidikan (pendampingan) untuk menjadi *Digital Entrepreneur*.
2. Perlu kerjasama dengan beberapa pihak untuk memperlancar kegiatan pembelajaran Digital Entrepreneurship. Dalam hal ini dapat melibatkan fakultas lain yang kompeten dalam teknologi digital dan juga stakeholder yang terlibat dalam *Digital Entrepreneurial Ecosystem*
3. Perlu dilakukan penelitian terkait dengan minat mahasiswa menjadi *digital entrepreneur*.

Unika
SOEGIJAPRANATA



ISBN 978-623-7635-66-6



ISBN 978-623-7635-67-3 (PDF)

