

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 Bakti 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 “ <i>GIG ECONOMY</i> ” 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
MEMPERTAHANKAN 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 NYENGKUYUNG	
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 -



PAJAK: KUNCI MEMULIHKAN KEUANGAN PUBLIK

Rini Hastuti

Dosen Prodi Perpajakan
FEB Unika Soegijapranata

Dampak covid

Pandemi Covid-19 telah menghantam berbagai sisi kehidupan manusia di seluruh dunia. Selain di bidang kesehatan, bidang ekonomi adalah bidang yang paling menerima dampak terburuk dari terjadinya pandemi ini. Bank Dunia bahkan menyatakan tahun 2020 lalu sebanyak 92% dari negara-negara di dunia masuk dalam zona resesi. Termasuk Indonesia, yang bahkan sepanjang tahun 2020 lalu menurut BPS, pertumbuhan ekonomi Indonesia berkontraksi -2,07% karena hetrik pertumbuhan ekonomi negatif pada 3 kuartal 2020. Semakin merebaknya kasus Covid-19 yang hingga kini masih berlangsung pun masih terus mempengaruhi kondisi pertumbuhan ekonomi tahun 2021. BPS mencatat kuartal pertama tahun 2021 ini pertumbuhan ekonomi Indonesia masih mengalami kontraksi -0,74% dibanding kuartal yang sama tahun 2020. Diantara kontraksi ekonomi yang terjadi di semua bidang, komponen konsumsi rumah tangga mengalami kontraksi yang paling buruk (kompas.com, 2021). Oleh karena itu tindakan cepat dan tepat dari semua pihak dan pada semua bidang dalam menahan dan mitigasi untuk menarik kembali pertumbuhan ekonomi menjadi positif menjadi sangat dibutuhkan.

Gambaran APBN

Selama tahun 2020 lalu, sebagaimana dinyatakan oleh BPK, total APBN yang dialokasikan untuk penanganan Covid-19 mencapai Rp 1.035,2 triliun. Dari sejumlah tersebut sebesar Rp 937,42 triliun atau 91% berasal dari pencairan APBN (nasional.kontan.co.id, 2021). Besarnya alokasi anggaran untuk penanganan Covid-19 ini membuat defisit anggaran menjadi semakin parah. Data APBN pada lima tahun terakhir menunjukkan bahwa defisit APBN tertinggi terjadi pada tahun 2020 yaitu sebesar 6,34% dari Produk Domestik Bruto (PDB). Sementara defisit terendah tercapai pada tahun 2018 yaitu 1,8%. Pada tahun 2021, dengan segala upaya pemulihan kondisi, diharapkan kondisi perekonomian menjadi lebih baik sehingga defisit APBN dapat ditekan hingga mencapai 5,70% (Kemenkeu, 2021). Kondisi tersebut menggambarkan kepada kita



betapa beratnya APBN mengatasi Pandemi Covid 19 berikut dampak yang ditimbulkannya ini.

Paket Insentif Ekonomi

Program pemulihan ekonomi nasional merupakan jawaban pemerintah dalam rangka mengatasi pandemi khususnya untuk membangkitkan ekonomi nasional. Program ini sudah dilakukan pada tahun 2020, hingga kini masih dilanjutkan di tahun 2021. Dalam strateginya, pada tahun 2021 ini pemerintah akan dan sedang melakukan lima program percepatan pemulihan, yaitu (1) percepatan realisasi program perlindungan sosial seperti Program Keluarga Harapan (PHK), Bantuan Sosial Tunai (BST), dan Bantuan Langsung Tunai Dana Desa (BLT DD); (2) percepatan realisasi Bantuan Produktif Usaha Mikro (BPUM); (3) program padat karya pada beberapa kementerian/Lembaga; (4) insentif Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) kendaraan bermotor dan PPN perumahan; dan (5) percepatan program vaksinasi (seperti dikutip dari nasional.kontan.co.id, 2021). Kita harapkan bersama, bahwa program pemulihan ekonomi nasional ini sungguh dapat menjadi upaya atau ikhtiar bersama untuk segera keluar dari pandemi Covid 19.

Instrumen Strategi pada APBN

Untuk dapat merealisasikan berbagai program pemulihan ekonomi nasional tersebut, selain dibutuhkan kerjasama yang baik dari berbagai pihak juga yang utama adalah dibutuhkannya pendanaan yang cukup. Sebagaimana diketahui bahwa kontribusi penerimaan pajak bagi negara adalah sangat signifikan (sekitar 80%) dibanding dengan penerimaan negara lainnya, maka pemerintah harus sangat berhati-hati mengambil langkah kebijakan agar keberlangsungan penerimaan pajak dapat terus terjaga. Meskipun dihantam krisis akibat pandemi Covid 19 yang bahkan belum jelas kapan berakhir, APBN harus dapat dioptimalkan pada setiap struktur pembentuknya yaitu pendapatan, belanja, dan pembiayaan. Pendapatan negara harus dapat dioptimalkan meski dalam kondisi ekonomi yang tidak baik, belanja negara harus dapat ditekan dengan tetap memprioritaskan kesejahteraan dan keadilan sosial masyarakat, dan juga pembiayaan harus rasional.

Tiga strategi pemerintah pada sisi pendapatan yaitu memberikan insentif pajak, melakukan relaksasi prosedur, dan meningkatkan layanan PNPB kepada masyarakat. Hal lainnya yang dapat dilakukan pemerintah dalam rangka memastikan penerimaan pajak adalah perluasan basis dan jenis pajak, pengawasan dan penegakan hukum, reformasi perpajakan dalam hal pelayanan, SDM, IT dan database, proses bisnis, dan peninjauan kembali aturan-aturan pajak sesuai kondisi terkini. Sedangkan dari sisi belanja, pemerintah melakukan strategi dengan mengadakan dan/atau



melanjutkan berbagai program kesehatan terkait penanganan Covid 19 termasuk pengadaan vaksin, berbagai program perlindungan sosial, dukungan untuk sektor terdampak (terutama pangan dan pariwisata), dan akses modal yang diperluas bagi UMKM. Sedangkan untuk mengatasi defisit anggaran pendapatan terhadap belanja, maka dibutuhkan program-program pembiayaan seperti restrukturisasi BUMN, BLU, *Sovereign Wealth Fund* (SWF), pembiayaan bagi UMKM, UMi, dan perumahan bagi masyarakat berpenghasilan rendah (MBR), serta mendukung berbagai program Pendidikan tinggi, penelitian, dan kebudayaan (Kemenkeu, 2021).

Insentif Pajak Sebagai Instrumen Fiskal

Salah satu cara untuk tetap menyehatkan struktur APBN tersebut adalah dengan melalui instrumen-instrumen fiskal, dan insentif pajak adalah salah satu jenis dari instrumen tersebut. Insentif pajak merupakan pendekatan positif yang diberikan pemerintah dalam rangka meningkatkan kepatuhan pajak melalui berbagai hal yang meringankan wajib pajak, misalnya pemberian potongan pajak, pengurangan tarif, pembebasan pajak, relaksasi pelaporan dan lainnya. Pada masa pandemi Covid 19 ini insentif pajak pun juga dilakukan, yakni berupa percepatan pengembalian pendahuluan atas kelebihan bayar PPN, insentif PPh impor untuk bahan baku produksi sektor terdampak dan sektor terkait penanganan Covid 19, skema Pajak ditanggung pemerintah (DTP), dan memberlakukan *tax holiday* dan *tax allowance* untuk mendukung investasi.

Payung hukum untuk berbagai insentif tersebut juga diterbitkan dengan mempertimbangkan perkembangan atau kondisi yang terjadi. Tercatat hingga kini, sudah tujuh kali pemerintah mengeluarkan aturan terkait insentif pajak ini. Mulai dari pemberlakuan PMK 23/2020 yang berlaku mulai 1 April 2020 hingga kini yang selalu diperbaiki dan diperluas cakupannya terkini dengan PMK 82/2021 yang berlaku sejak 1 Juli 2021 lalu. Hal ini menunjukkan betapa pemerintah sangat konsen untuk membantu masyarakat pada umumnya, dan wajib pajak pada khususnya agar tidak terkena dampak pandemi yang semakin parah.

Kondisi saat ini merupakan kondisi yang sulit tidak hanya bagi masyarakat terdampak, namun juga bagi pemerintah sebagai penentu kebijakan. Pengelolaan APBN harus menghadapi tekanan dan ancaman penurunan pendapatan pajak karena krisis yang menghantam wajib pajak sehingga berimbas pada kemampuannya untuk menyetor pajak kepada negara. Sementara di sisi lain pemerintah juga harus mengalokasikan dan membelanjakan dengan sebijaksana mungkin sejumlah besar dananya untuk berbagai hal baik yang bersifat rutin maupun non rutin khususnya dalam rangka penanganan dampak Covid



19 ini. Tentu menjadi berat karena kebutuhan alokasi belanja menjadi semakin besar sementara pendapatan negara berada pada kondisi sebaliknya. Jangan sampai alternatif pembiayaan untuk mengadakan utang menjadi opsi favorit dan tidak terkendali. Jika utang negara harus terjadi, maka kemampuan negara untuk melunasi atau membayar utang harus diperhitungkan dengan cermat dan seksama supaya tidak memberatkan APBN tahun-tahun berikutnya.

Kepatuhan Pajak

Salah satu cara menjaga kesinambungan penerimaan pajak adalah dengan terus meningkatkan kepatuhan pajak dari seluruh wajib pajak. Kepatuhan pajak yang dimaksudkan disini adalah kepatuhan wajib pajak untuk menghitung, membayar, dan melaporkan pajaknya secara benar dan tepat waktu. Tentunya ini menjadi tantangan tersendiri mengingat kondisi yang saat ini tidak mudah. Kendala teknis pun bisa menjadi penguat kendala keuangan wajib pajak. Berbagai insentif yang diberikan pemerintah tidak serta merta membuat kepatuhan menjadi meningkat. Hal ini antara lain terbukti dengan besarnya penerimaan pajak pada tahun 2020 yang mengalami kondisi terburuk setidaknya pada lima tahun terakhir.



Sumber: Kemenkeu, 2021

Gambar 1. Penerimaan Pajak 2016-2021

Gambar tersebut menunjukkan betapa pertumbuhan penerimaan pajak harus mengalami kontraksi, dan terburuk pada tahun 2020 sebagai akibat perlambatan ekonomi dan pemberian berbagai insentif pajak terkait dampak pandemi Covid 19. Dengan berbagai focus pemulihan ekonomi nasional, diharapkan pada tahun 2021 pertumbuhan ekonomi menjadi positif. Kondisi pelaporan SPT pun semakin menurun pada



tahun 2020. Jika awalnya untuk tahun pajak 2018 (dilaporkan 2019) jumlah pelaporan SPT mencapai 11,09 juta, maka untuk tahun pajak 2019 yang kemudian dilaporkan pada 2020 hanya mencapai 10.97 juta SPT saja. Sedikit perbaikan untuk tahun pajak 2020 (dilaporkan 2021) mencapai 12,48 juta. Dari dua kondisi tersebut menunjukkan bahwa pada tahun 2020 tindakan mitigasi penyelamatan ekonomi nasional masih belum mampu sepenuhnya mengatasi hantaman pandemi Covid 19.

Adaptasi, Kerja Bersama, Kerjasama, Komunikasi

Mitigasi atau tindakan penyelamatan kondisi ekonomi nasional, termasuk target penerimaan pajak, tidak bisa hanya dikerjakan oleh pemerintah saja. Dibutuhkan kerja bersama dan kerja sama dari seluruh elemen bangsa untuk bekerja sesuai dengan bidangnya masing-masing. Perubahan gaya dan cara hidup akibat pandemi covid 19 ini menuntut semua pihak untuk dapat menyesuaikan diri. Baik pemerintah, masyarakat, pelaku usaha, dan seluruh lapisan masyarakat harus mampu secara adaptif melakukan perubahan untuk terus bertahan hidup. Bahu membahu antara pemerintah, sektor bisnis, dan masyarakat umum harus terwujud dengan baik. Program-program pemerintah untuk membantu masyarakat juga harus dapat dikomunikasikan dan dilaksanakan dengan baik, akuntabel, dan transparan. Sehingga masyarakat pun percaya pada pemerintahnya sendiri. Di sisi lain, masyarakat pun dituntut melakukan perannya baik secara pribadi, kelompok, maupun bersama-sama dengan semangat memajukan bangsa dan tidak hanya sekedar memberi kritik tanpa solusi. Oleh karena itu komunikasi dua arah yang baik harus benar-benar tercipta diantara pemerintah dan rakyatnya.

Tantangan: Pajak dari Digitalisasi Ekonomi

Era *new normal* membawa tatanan kehidupan yang baru, digitalisasi di hampir semua bidang menjadi cara hidup baru yang membawa banyak konsekuensi. Aktivitas bisnis yang menggunakan dukungan teknologi informasi dan komunikasi menjadi hal yang tidak dapat dihindarkan lagi. Bisnis-bisnis digital tersebut memberikan peluang pemajakan. Namun tantangannya juga besar karena dengan adanya perkembangan teknologi informasi dunia bagai tanpa batas menembus celah dan *barrier* ada untuk memungkinkan terjadinya transaksi. Asas kebangsaan, sumber penghasilan, dan asas domisili dalam pengenaan pajak menjadi susah dilacak karena transaksi *online* yang sifatnya global. Kondisi ini tentunya menjadi tantangan tersendiri dalam bidang perpajakan untuk mewujudkan keadilan sosial.



PENGARUH KEBIJAKAN PEMERINTAH TERHADAP COVID-19

Ahmadi Yogi Pratama

Alumni Prodi Perpajakan
FEB Unika Soegijapranata

Pendahuluan

Masih ingatkah pada awal tahun 2020, yang merupakan awal diumumkannya kasus *Covid-19* di Indonesia. Jutaan orang bahkan lebih terjangkit virus ini mulai dari gejala ringan hingga mengancam nyawa orang sekitar. Keadaan di Indonesia semakin parah setelah adanya corona virus varian delta yang ditemukan di India bahkan lebih berbahaya penyebarannya daripada varian sebelumnya yaitu varian Alpha. Data mencatat bahwa hingga tanggal 17 Juli 2021 telah terjadi 2,83 juta kasus di Indonesia dengan angka kesembuhan 2,23 juta dan angka kematian mencapai 72.489. Keadaan ini bisa menjadi lebih berbahaya jika pandemi tidak segera dipulihkan.

Perlahan-lahan pemerintah mulai menggerakkan berbagai program untuk mengatasi dan menurunkan kasus *Covid-19* di Indonesia, mulai dari penerapan penggunaan masker berlapis, penutupan kantor atau toko hingga diberlakukannya pembatasan berkala di semua bidang dan lapisan masyarakat baik pendidikan dan ketenagakerjaan. Bidang pendidikan yang menerapkan sistem *online* bagi siswa dan guru serta bidang pekerjaan yang memberlakukan buka tutup dan perkantoran yang harus bekerja dari rumah (*Work From Home*). Namun upaya pemerintah tersebut berdampak pada perekonomian dan kesejahteraan masyarakat. Saat pandemi *Covid-19* ini tingkat kemiskinan mengalami peningkatan. Banyaknya masyarakat yang kehilangan mata pencaharian sehingga mengalami kesulitan untuk memenuhi kebutuhannya. Maka dari itu artikel ini berisi tentang dampak sosial dan ekonomi *Covid-19* terhadap rumah tangga.

Kebijakan Pemerintah

Awal pandemi *covid-19*, pemerintah tak cukup tanggap akan situasi yang terjadi di luar negeri sehingga Indonesia pun terkena penyebaran virus ini. Pada pertengahan 2020 pemerintah Indonesia menolak untuk memberlakukan lockdown akan tetapi pemerintah lebih memilih untuk memberlakukan PSBB selama 2 minggu. Penyebaran *covid-19* sedikit berkurang akan tetapi itu tidak cukup untuk menghentikan *covid-19* di



Indonesia. Berikut ada beberapa point terkait dampak saat pandemi *Covid-19* terjadi.

Kesehatan

Hidup dan mati adalah takdir dari yang kuasa, akan tetapi manusia juga harus menjaga kesehatan tubuhnya sendiri karena setiap orang bertanggung jawab atas diri kita sendiri. Disaat pandemi *covid-19* orang-orang kembali disadarkan bahwa kesehatan adalah hal yang sangat penting. “*Mens sana in corpore sano*” pribahasa yang berarti di dalam tubuh yang sehat terdapat jiwa yang kuat. Pribahasa itu cukup mewakili hal primer yang kita butuhkan saat ini. *Covid-19* adalah virus yang menyerang imun tubuh kita hal ini akan sangat berbahaya bila seseorang mempunyai penyakit bawaan yang berbahaya seperti asma, sakit jantung, pneumonia, diabetes, hipertensi, penyakit ginjal, dan juga penyakit paru. Orang-orang yang sudah berumur sangat rentan terkena *covid-19* dan akan sangat berbahaya. Begitu juga dengan semua orang dalam berbagai usia, karena kita tidak bisa memastikan setiap orang mempunyai imunitas tubuh yang kuat untuk melawan virus tersebut.

Ekonomi dan Bisnis

Perekonomian Indonesia selama pandemi ini sangatlah sulit. Bagaimana tidak, kita sempat memberlakukan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) seperti di negara-negara lain akan tetapi hal tersebut tidak cukup untuk mengatasi masalah karena pandemi belum berakhir dan perekonomian semakin buruk. Buruknya perekonomian ini terjadi karena daya beli masyarakat yang sangat berkurang, orang lebih memilih untuk menahan pengeluaran agar mampu bertahan dalam keadaan pandemi seperti ini. Selain itu banyak perusahaan yang gulung tikar sehingga banyak yang di PHK dan juga banyak pedagang-pedagang kecil yang kini tidak dapat mencari nafkah sejak diberlakukannya PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat).

Kemudian, dunia bisnis juga terkena dampak pandemi, seperti transportasi, furniture, dan juga pariwisata bisa dikatakan jalan ditempat. Bisnis kecil seperti *coffee shop* dan juga fotocopy yang berada di daerah sekolah atau universitas saat ini dalam masa yang sangat sulit. *Coffee shop* dibatasi jam operasionalnya sedangkan bisnis print dan fotocopy yang mengandalkan pendapatan utama dari peserta didik. Bertolak dari itu, ada juga bisnis yang sangat berkembang ketika masa pandemi ini seperti bisnis obat-obatan, bisnis alat-alat kesehatan, dan juga bisnis *online shop*. Pemilik bisnis dipaksa untuk adaptif terhadap situasi kondisi yang saat ini terjadi. Mereka harus berpikir keras dan inovatif agar mampu mempertahankan bisnis yang telah digeluti.

Pendidikan



Sektor pendidikan juga terkena dampak pandemi yang cukup fatal dikarenakan proses belajar mengajar yang dilaksanakan dengan media *online*. Hal ini dianggap cukup merepotkan orang tua khususnya anak Sekolah Dasar karena para orang tua yang secara langsung mengawasi dan menggantikan posisi guru di rumah serta adanya keterbatasan kemampuan masyarakat tentang media sosial dan keterbatasan perangkat penunjang proses pembelajaran *online*. Sementara itu para mahasiswa banyak yang pulang ke rumah orangtuanya dikarenakan semua aktifitas kampus dilaksanakan *online* yang dapat dilaksanakan dimana saja, ini berimbas pada pengusaha kos-kosan karena terlihat sepi dan meminta pengurangan uang sewa kosan. Namun juga dapat berdampak positif bagi siswa seperti penggunaan media *online* dapat mempercepat transformasi pendidikan di era Revolusi 4.0 yang terus berkembang, *update-an* aplikasi media pembelajaran *online*, kerjasama antara orangtua dan guru untuk perkembangan anaknya.

Ketenagakerjaan

Kinerja ekonomi yang melemah pada saat ini juga berdampak pada situasi ketenagakerjaan di Indonesia. Banyaknya pengurangan karyawan terjadi di beberapa perkantoran dengan alasan bahwa perusahaan tersebut tidak sanggup untuk membayar lebih upah untuk karyawan, banyaknya perusahaan yang menekan biaya operasional kantor sehingga beberapa karyawan ditawarkan untuk pensiun dini ataupun mengalami PHK dan tenaga harian yang tidak dapat bekerja seperti proyek bangunan, buruh pabrik, ataupun penggunaan tenaga kontrak (*outsourcing*) dengan tujuan agar perusahaannya dapat mengimbangi operasional kantor. Maka dari itu pandemi ini mengakibatkan jumlah pengangguran meningkat. Banyak buruh atau karyawan yang sebelumnya bekerja di pabrik atau perkantoran menjadi driver *online* untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari atau bahkan mulai beranjak ke dunia media sosial seperti konten kreator yang hanya memanfaatkan kreatifitas selama pandemi, dan bisa dijadikan sebagai peluang bisnis. Setelah adanya pandemi ini banyak perusahaan yang akan mengembangkan usahanya melalui media teknologi, hal ini dapat kita lihat pada pergeseran pola kerja saat pandemi untuk mengurangi aktifitas diluar.

Perindustrian

Dunia perindustrian mulai melemah seiring meningkatnya kasus pandemi di Indonesia. Penurunan ini terjadi karena adanya pembatasan terhadap segala aktifitas sehingga berdampak pada ekonomi (daya beli) dan perputaran uang yang semakin melambat. Akibatnya banyak investor asing dan domestik mulai mencari aset yang aman dan keluar dari pasar modal negara berkembang seperti Indonesia. Ini berdampak langsung pada investasi di bidang manufaktur, perhotelan, hingga perkebunan.



Seperti industri tekstil dan produk tekstil dalam negeri yang saat ini dalam kondisi yang relatif standar, keadaan pasar yang masih menciut, serta daya beli yang masih rendah. Para pelaku industri masih berharap adanya peningkatan daya beli masyarakat dan adanya subsidi impor yang dapat terealisasi seperti pemenuhan bahan baku yang tidak optimal. Sebenarnya produk-produk tekstil di Indonesia tidak kalah saing dengan produk tekstil dari luar negeri, contohnya saja bahwa jersey yang dipakai oleh *skuat Manchester United* ketika masih di sponsori *Nike* itu di produksi di Indonesia. Begitu juga brand brand lokal yang saat ini mulai dilirik karena kualitas dan harga yang mampu bersaing terutama lewat online shop. Diharapkan pemerintah memberikan subsidi terhadap semua jenis barang impor untuk produksi dan semakin mempermudah kebijakan ekspor sehingga brand dapat berkembang lagi.

Dari dampak diatas, berikut dijabarkan upaya pemerintah untuk mengatasi mengatasi penurunan yang terjadi di masyarakat :

1. Memperketat disiplin protokol kesehatan. Dapat kita mulai mencuci tangan, masker berlapis serta menghindari kerumunan dan menjaga daya tahan tubuh, dengan hal ini setidaknya dapat menjaga diri sendiri kemudian orang sekitar.
2. Upaya untuk melakukan pemeriksaan, pelacakan dan perawatan yang harus diperkuat agar memastikan penyebaran *covid-19* di masyarakat dapat diketahui sejak dini. Dalam tahun ini terpapar *covid-19* bukanlah hal tabu dan tidak perlu merasa malu karena sudah menjadi hal biasa dimasyarakat jadi jika merasa tanda-tanda terkena *covid* dapat langsung berkonsultasi dengan tenaga medis, banyaknya aplikasi atau berbagai situs untuk penanganan *covid-19* yang dapat dimanfaatkan agar tindakan medis cepat diambil.
3. Melakukan pembatasan mobilitas masyarakat agar menekan penularan yang terjadi, adapun pelonggaran mobilitas hanya pada sektor tertentu seperti untuk sektor kesehatan (toko obat, industri perlengkapan medis) dan sektor kebutuhan bahan makanan. Pada pembatasan mobilitas ini masyarakat merasa sangat jenuh dikarenakan harus dirumah dan tidak dapat melakukan aktifitas diluar.
4. Memberikan bantuan sosial selama tiga bulan bagi yang terdampak dan melaksanakan program pra-kerja bagi pegawai yang kena PHK dan yang belum mendapatkan pekerjaan.
5. Program vaksinasi yang dilakukan merata untuk seluruh masyarakat dapat dilakukan di layanan kesehatan ataupun badan swasta yang mengadakan vaksinasi secara gratis dengan bermodalkan KTP, namun beberapa tempat meminta surat keterangan dari RT/RW.



Dengan adanya program pemerintah tersebut masyarakat menjadi peranan yang penting dalam keberhasilan penanganan *Covid-19*, dan pemerintah berharap dapat mengatasi kekhawatiran saat pandemi, namun pelaksanaan yang terjadi di lapangan tidak sesuai dengan yang diharapkan, masyarakat pun cukup cemas dengan situasi yang terjadi seperti :

1. Pada awal pandemi terjadi masyarakat dianjurkan untuk menggunakan masker, hand sanitizer (cairan pembersih tangan) kondisi ini dimanfaatkan oleh para pengusaha untuk menimbun, sementara pasar sangat membutuhkan dan terjadilah “krisis masker dan hand sanitizer” dimana masker dan hand sanitizer sulit ditemukan dengan harga yang melambung tinggi sehingga masyarakat mengalami kesulitan untuk mendapatkannya. Baru-baru ini terdengar bahwa minuman Susu Beruang dan keberadaan tabung oksigen yang mulai langka karena banyaknya masyarakat yang membeli dalam jumlah banyak sehingga tidak mampu memenuhi kebutuhan pasar bahkan banyak pasien rumah sakit yang meninggal dan menolak pasien dikarenakan ketersediaan tabung oksigen yang sulit didapat.
2. Dengan maraknya kasus ini yang semakin meningkat maka banyak pihak medis yang memberikan layanan test *covid-19* mulai dari konsultasi, pengecekan dari beberapa tingkatan seperti *rapid test* (pengambilan sampel melalui darah), *swab antigen* (pengambilan sampel melalui lendir hidung), *test PCR* (pengambilan sampel melalui lendir hidung dan tenggorokan) dan *test Genose* (pengambilan sampel melalui udara mulut) berbagai test tersebut juga sebagai syarat mendasar untuk berjalan keluar daerah, oleh karena itu terdapat kasus baru yaitu dengan beredarnya hasil test negatif untuk diperjual-belikan sehingga banyaknya masyarakat yang lolos dari pengecekan saat diperjalanan. Namun sekarang alat pengambilan sampel *antigen* sudah tersedia di apotek atau *online shop* sehingga masyarakat dapat membeli dan melakukan pengecekan secara mandiri dan harga terjangkau.
3. Seiring diadakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) yang cukup ketat dimana semua usaha terutama perkantoran hampir semuanya diwajibkan bekerja dari rumah (*Work From Home*), banyaknya penutupan jalan di area keramaian ditutup dan dialihkan sehingga benar-benar menyulitkan masyarakat menuju ke sana dan jam operasional pasar, swalayan, pedagang kaki lima serta cafe atau restoran dibuka hingga pukul 20.00 dengan ketentuan protokol kesehatan dan tidak diperbolehkan untuk makan, minum di tempat sehingga



mengharuskan masyarakat untuk memesan dan dibawa pulang. Pemerintah juga menerapkan sanksi bagi yang melanggar peraturan PPKM ini seperti perkantoran yang buka akan membayar denda, pelanggaran protokol kesehatan diberi peringatan dan sanksi sosial dan ada kalanya para petugas Satpol PP geram melihat para pedagang yang tidak mengikuti aturan, sehingga sering terjadi bentrok antara petugas dan pedagang.

4. Dari media sosial pemerintah tampak mengadakan bantuan beberapa kali bagi masyarakat seperti bansos berupa uang dan kebutuhan pokok, namun belum merata hingga kini. Banyak masyarakat yang kesulitan dalam pemenuhan kebutuhannya dikarenakan kesulitan ekonomi akibat pandemi ini. Sulitnya mencari modal usaha guna bertahan hidup merupakan salah satu pemikiran pedagang kecil sehingga mereka harus keluar rumah untuk bekerja.
5. Saat ini vaksin merupakan keharusan bagi masyarakat agar angka terpapar *covid* dapat segera diatasi dengan gejala yang ringan. Vaksin yang digalakkan pemerintah sekarang adalah Vaksin Sinovac dengan jangka waktu satu bulan untuk vaksin ke dua. Tujuan diberikannya vaksin agar menjaga imun tetap kuat, setelah vaksinasi diharapkan untuk melakukan isolasi mandiri selama 14 hari tujuannya untuk menetralkan kondisi tubuh. Bila pemberian vaksin dilakukan secara merata dan serempak dalam periode waktu yang ditentukan, maka imunitas tubuh akan cepat terbangun, namun jika pemberian vaksin yang lambat dan pemerintah kurang dapat meyakinkan warganya bahwa vaksin yang digunakan ini aman, maka sangat sulit untuk mencapai target 70% penduduk yang divaksin.
6. Pemberian insentif pajak bagi pengusaha yang terdampak *covid-19*, sehubungan dengan pandemi yang berdampak langsung pada pengusaha maka menteri keuangan memberikan “diskon pajak” bagi wajib pajak badan dan orang pribadi. Kementerian Keuangan dalam PMK No 09/PMK.03/2021 terdapat beberapa pajak yang ditanggung pemerintah seperti Pajak Penghasilan 21 karyawan dengan syarat penghasilan setahun tidak lebih dari dua ratus juta per tahun dan bagi karyawan yang memiliki NPWP. Pajak Penghasilan 22 atas impor ditanggung pemerintah secara penuh, Pajak Penghasilan 25 atas badan ditanggung pemerintah sebesar 50% dari total keseluruhannya, dan Pajak Penghasilan atas UMKM ditanggung full, namun terdapat perubahan pada Juli 2021 kementerian keuangan mulai mempersempit KLU (Klasifikasi Lapangan Usaha) bagi pengusaha atau industri yang benar-benar terdampak *covid*



sehingga yang tahun 2020 telah mendapat insentif pada Juli ini tidak berhak mendapatkannya lagi karena tidak sesuai dengan KLU yang berlaku.

Kecemasan-kecemasan yang ada dimasyarakat tersebut bisa diatasi bila masyarakat dan pemerintah saling bekerjasama. Pemerintah juga harus memberikan solusi atas suatu kebijakan yang dibuat sehingga masyarakat mampu mengambil tindakan yang sesuai dengan harapan pemerintah.

Saran solusi bisnis saat pandemi covid-19

Dalam hal bisnis tentu menggunakan internet sangat dibutuhkan. Bukan hanya ketika pandemi ini namun internet sudah jauh digunakan sebelum pandemi. Dahulu tidak semua orang memanfaatkan teknologi ini karena mereka masih percaya bahwa menampakkan wujud fisik mempunyai daya kredibilitas yang lebih tinggi. Tapi saat ini semua orang dituntut menggunakan online shopping dan juga aplikasi-aplikasi seperti Go-food, Grab-food, Shopee-food dan banyak macam lagi. Ketika pandemi penggunaan aplikasi pesan makan online jauh menurun bahkan hingga 50%. Tapi berjualan online tetap menjadi solusi terbaik untuk saat ini karena orang-orang sudah semakin percaya terhadap aplikasi-aplikasi yang tersedia. Dari pada tidak mendapatkan penghasilan lebih baik mendapatkan penghasilan walaupun tidak sebesar biasanya.

Berjualan lewat live streaming pun saat ini sedang sangat booming, bisa menggunakan facebook, instagram, shopee, tokopedia, bukalapak dan masih banyak lagi. Anda dapat menjajakan semua barang belanjaan dan mempromosikan langsung sehingga dapat langsung bertransaksi secara online setiap hari tanpa harus membuka toko. Dan seperti ini lebih menarik dari pada hanya mencantumkan pada online shop. Sedangkan untuk bisnis coffee shop dapat anda lakukan juga secara online dengan melakukan live streaming dan sambil promosi dengan varian-varian rasa yang ada melalui influencer yang terdekat dan mudah untuk dihubungi. Selain itu solusi untuk para UKM seperti rental PS yang mengundang banyak kerumunan dapat diatasi dengan mengubah sistem bisnis, yang awalnya bermain di tempat lalu dapat dapat merentalkan PS nya dengan dibawa pulang.

Opini lingkungan bisnis ekonomi dimasa depan

Pengenalan masyarakat terhadap teknologi informasi selama masa pandemi ini sangat berpengaruh dimasa yang akan datang karena ini merupakan salah satu peran yang harus digunakan untuk perkembangan teknologi yang semakin merata. Selain itu pengembangan jaringan 5G di Indonesia juga sedang dibangun di berbagai kota besar sehingga ini akan mempercepat dan mempermudah orang-orang dalam menjalankan



bisnis yang berdasarkan revolusi industri 4.0. Dari sektor pendidikan juga akan semakin berkembang dimana penggunaan teknologi ini akan membantu kelancaran kegiatan belajar mengajar, walaupun suatu saat nanti bila dosen tidak dapat hadir langsung di kelas tetapi dengan google meet maka kelas akan tetap ada. Kemajuan teknologi akan membimbing bangsa kita menuju bangsa yang lebih baik dalam berbagai bidang usaha dan dalam mengadopsi revolusi industri 4.0.





DILEMA KENAIKAN TARIF CUKAI ROKOK DI MASA PANDEMI

Apelina Teresia

Mahasiswa Magister Akuntansi
FEB Unika Soegijapranata

Kementerian Keuangan Republik Indonesia telah menetapkan kenaikan tarif cukai hasil tembakau untuk tahun 2021 yang mulai berlaku pada 1 Februari 2021. Kenaikan tarif cukai ditetapkan sebesar 12,5% per jenis rokok, kecuali untuk jenis Sigaret Kretek Tangan tidak mengalami kenaikan tarif cukai. Dengan adanya kenaikan tarif cukai tersebut maka besaran harga jual eceran di pasar juga meningkat sesuai dengan kenaikan tarif masing-masing jenis rokok. Sementara itu untuk melindungi pihak-pihak yang terdampak atas kenaikan tarif cukai maka pemerintah sudah menyiapkan bantuan melalui Dana Bagi Hasil Cukai Hasil Tembakau (DBH CHT). DBH CHT akan dialokasikan untuk kesejahteraan masyarakat sebesar 50% meliputi Bantuan Langsung Tunai (BLT) yang dikhususkan untuk buruh tani tembakau dan buruh rokok, pelatihan profesi dan bantuan modal usaha, bantuan bibit, benih atau pupuk serta sarana kepada petani tembakau.

Industri rokok menjadi salah satu sektor yang terdampak pandemi Covid-19. Beberapa perusahaan rokok mengalami penurunan penjualan, salah satunya PT Gudang Garam Tbk (GGRM). Seperti dikutip dari Databooks (2020) diketahui bahwa total volume penjualan Gudang Garam pada semester pertama 2020 turun 8,8% menjadi 42,5 miliar batang. Penjualan dari kategori sigaret kretek mesin full flavor (SKM FF) melemah 6,6%, produk sigaret kretek mesin rendah tar nikotin (SKM LTN) turun 45,6%. Sedangkan produk sigaret kretek tangan atau SKT menjadi satu-satunya segmen yang mencatat pertumbuhan sebesar 7,5%. Volume margin laba bruto Gudang Garam juga turun 16,1% akibat kenaikan beban cukai rokok. Kontribusi beban cukai, termasuk PPN dan pajak rokok mencapai 79,5% dari total biaya pokok penjualan Gudang Garam. Laba bersih pun mengalami penurunan tajam sebesar 10,74%.

Kondisi yang sama juga dialami PT H.M. Sampoerna Tbk (HMSP) yang mencatat penurunan laba sebesar 2,83% yang disebabkan karena terjadi penurunan penjualan selama semester pertama 2020 sebesar 11,8%. Sampoerna saat ini menguasai 57,2% pangsa pasar di segmen rokok putih. Namun ternyata tidak semua perusahaan rokok terpuruk. Kondisi berbeda ditunjukkan oleh PT Indonesian Tobacco Tbk (ITIC) yang mencatatkan kenaikan laba bersih sebesar 324,39% secara tahunan



seiring dengan peningkatan jumlah pendapatan sebesar 27,39%. Selain itu PT Wismilak International Tbk juga menunjukkan kenaikan laba bersih hingga 409,67%. Jika dilihat secara keseluruhan, pandemi Covid-19 tetap membuat permintaan rokok melemah. Volume penjualan industri secara keseluruhan turun 12,8% dibandingkan tahun sebelumnya. Pandemi Covid-19 membuat masyarakat lebih memperhatikan kesehatan diri sendiri dan keluarga. Masyarakat yang sadar akan pentingnya kesehatan akan mengurangi konsumsi rokok untuk menghindari infeksi virus Covid-19 yang semakin parah. Dengan demikian tentu volume penjualan rokok akan berkurang.

Berdasarkan hasil survey Komnas Pengendalian Tembakau diketahui bahwa responden dengan pendapatan kurang dari Rp 5 juta yang tetap mempertahankan konsumsi rokok saat pandemi sebanyak 48,5% dan 38,1% responden mampu mengurangi konsumsi rokoknya. Sedangkan 13,4% responden sisanya justru meningkatkan konsumsi rokok saat pandemi. Sementara itu responden dengan pendapatan lebih dari Rp 5 juta yang mempertahankan konsumsi rokoknya di masa pandemi sebanyak 53,8%, yang berhasil mengurangi konsumsi rokok sebanyak 33,8% dan 12,3% sisanya justru meningkatkan konsumsi rokok saat pandemi.

Hasil survey tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Departemen Ilmu Kesehatan Jiwa FKUI-RSCM yang menemukan bahwa 47,6% responden perokok tidak melakukan perubahan pola konsumsi rokok di masa pandemi dan terjadi peningkatan jumlah perokok sebesar 20,1%. Namun perilaku merokok didapatkan lebih banyak mengalami penurunan dibandingkan peningkatan. Hal ini berkaitan dengan meningkatnya pemahaman masyarakat terkait hubungan negatif antara merokok dan Covid-19. Konsumsi rokok tentu dapat meningkatkan risiko atau dapat memperburuk gejala Covid-19. Adanya peluang tingginya jumlah perokok akan diikuti dengan tingginya kasus Covid-19. Jika dibandingkan dengan beberapa negara lain di Asia Tenggara, Indonesia memiliki prevalensi perokok tertinggi diikuti dengan jumlah kasus Covid-19 tertinggi.

Penurunan jumlah konsumsi rokok yang tinggi menyebabkan penjualan rokok semakin sedikit dan akhirnya berdampak pada daya tahan industri rokok dalam menghadapi tekanan pandemi Covid-19. Penurunan konsumsi rokok tersebut tentu direspon positif dari sisi kesehatan karena manandakan bahwa masyarakat tidak abai terhadap kesehatannya. Namun dari sisi ekonomi, berkurangnya penjualan rokok tentu akan mengakibatkan menurunnya pendapatan cukai rokok sehingga penerimaan negara dari cukai pun akan berkurang. Gabungan Perserikatan Pabrik Rokok Indonesia (GAPPRI) menyebutkan bahwa



pandemi Covid-19 berkontribusi 19% terhadap melemahnya kinerja industri rokok di Indonesia. Selain itu GAPPRI juga memperkirakan produksi rokok turun 30% sampai 40% pada tahun 2020. Oleh karena itu adanya kebijakan kenaikan tarif cukai rokok dikhawatirkan akan membuat industri rokok semakin terpuruk.

Indonesia termasuk salah satu negara di Asia Tenggara yang menerapkan sistem tarif cukai hasil tembakau yang berjenjang (multi golongan). Hal ini justru dinilai dapat menimbulkan celah atau peluang bagi perusahaan rokok untuk melakukan penghindaran pajak. Kelemahan sistem tarif cukai di Indonesia yang memiliki banyak golongan / strata dapat dimanfaatkan dengan cara produsen bermain pada jumlah produksi atau perusahaan rokok besar membentuk perusahaan-perusahaan kecil. Oleh karena itu pemerintah diharapkan dapat melakukan penyederhanaan struktur tarif cukai untuk menutup celah penghindaran pajak. Pemerintah dapat mengatur kembali klasifikasi industri rokok menurut skala industrinya, bukan berdasarkan jumlah produksi batang per tahun.

Tujuan utama perusahaan komersial adalah untuk mencapai laba. Oleh karena itu perusahaan berusaha melakukan berbagai macam cara agar dapat memaksimalkan laba yang ditampilkan dalam laporan keuangan. Jika perusahaan memiliki laba tinggi maka perusahaan tersebut dianggap lebih unggul dan mampu bersaing dengan perusahaan lainnya. Laba juga menjadi salah satu indikator yang digunakan investor dalam menilai perusahaan. Apabila perusahaan mampu menghasilkan laba yang tinggi dari waktu ke waktu maka perusahaan tersebut memiliki nilai positif sehingga investor mau menanamkan modal di perusahaan. Dengan demikian laba dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

Salah satu cara perusahaan agar dapat memperoleh laba yang tinggi yaitu dengan melakukan manajemen laba. Menurut Fahmi dan Prayoga (2018), manajemen laba adalah proses untuk mengambil langkah tertentu yang disengaja untuk menghasilkan tingkat yang diinginkan dari laba yang dilaporkan. Manajemen laba tidak selalu bermakna tindakan yang negatif karena manajemen laba juga dapat dilakukan dengan cara yang legal sesuai dengan standar akuntansi yang berlaku. Namun tidak semua perusahaan mau melakukan manajemen laba dengan cara yang benar. Perusahaan yang terlalu mengejar laba yang tinggi biasanya akan melakukan segala cara, termasuk melakukan manajemen laba dengan melanggar ketentuan yang diatur dalam standar akuntansi. Penelitian sebelumnya menemukan bahwa manajemen laba biasanya diikuti dengan tindakan penghindaran pajak dan memiliki teknik yang saling melengkapi, sehingga manajemen dapat secara bersamaan menggunakan teknik penghindaran pajak untuk memanipulasi laba guna memperoleh



keuntungan (Desai dan Dharmapala, 2005; Dhaliwal et al., 2004; Miller dan Skinner, 1998; Schipper, 1989).

Penghindaran pajak dilakukan perusahaan dengan tujuan untuk menghemat pengeluaran, karena dengan membayar pajak maka laba perusahaan akan berkurang. Dengan demikian penghindaran pajak berkaitan dengan tindakan manajemen laba. Semakin besar pajak yang harus ditanggung maka laba perusahaan juga semakin berkurang. Oleh karena itu banyak perusahaan berupaya untuk melakukan penghindaran pajak demi menjaga agar labanya tetap tinggi. Sama seperti manajemen laba, upaya penghindaran pajak dapat dilakukan dengan cara yang legal maupun ilegal. Usaha pengurangan pajak secara legal sesuai dengan peraturan perundang-undangan perpajakan disebut penghindaran pajak (*tax avoidance*). Sedangkan usaha pengurangan pembayaran pajak secara ilegal disebut penggelapan pajak (*tax evasion*). Penghindaran pajak digambarkan sebagai transfer nilai dari negara kepada pemegang saham (Desai dan Dharmapala, 2005).

Kasus penghindaran pajak oleh perusahaan rokok pernah dilakukan oleh Bentoel. Seperti dikutip dari nasional.kontan.co.id diketahui bahwa Lembaga Tax Justice Network melaporkan perusahaan tembakau milik British American Tobacco (BAT) telah melakukan penghindaran pajak di Indonesia melalui PT Bentoel Internasional Investama. Sebagai dampaknya negara menderita kerugian US\$ 14 juta per tahun. Laporan tersebut menjelaskan BAT telah mengalihkan sebagian pendapatannya ke luar Indonesia melalui dua cara. Pertama, melalui pinjaman intra-perusahaan antara tahun 2013 dan 2015. Kedua, melalui pembayaran kembali ke Inggris untuk royalti, ongkos dan layanan.

BAT melakukan pinjaman yang berasal dari Jersey melalui perusahaan di Belanda untuk menghindari potongan pajak atas pembayaran bunga. Indonesia menerapkan pemotongan pajak sebesar 20%, namun karena terdapat perjanjian antara Indonesia dengan Belanda maka tarif pajak ditetapkan menjadi 0%. Sedangkan apabila pinjaman diperoleh langsung dari Jersey maka akan dikenakan tarif pajak atas bunga sebesar 10% karena Indonesia dan Inggris tidak memiliki perjanjian serupa. Dari strategi tersebut maka Indonesia kehilangan pendapatan sebesar US\$ 11 juta per tahun. Kemudian terdapat pendapatan yang hilang dari Indonesia mencapai US\$ 2,7 juta per tahun karena pembayaran royalti, ongkos dan biaya IT BAT kepada perusahaan-perusahaannya di Inggris yang terdiri dari pajak royalti sebesar US\$ 1 juta per tahun, pajak perusahaan US\$ 1,3 juta per tahun dan pajak biaya IT sebesar US\$ 0,4 juta per tahun.

Perusahaan rokok memiliki peluang yang lebih besar untuk melakukan manajemen laba dan penghindaran pajak dengan adanya kompleksitas



sistem tarif cukai. Selain itu kerugian negara yang ditimbulkan apabila perusahaan rokok melakukan penghindaran pajak akan sangat besar, karena tidak hanya bermain pada pajak melainkan juga cukai rokok. Oleh karena itu kebijakan kenaikan tarif cukai di masa pandemi perlu ditinjau ulang. Perusahaan rokok sendiri sudah mengalami penurunan omzet karena dampak pandemi Covid-19, jika tarif cukai rokok terus dinaikkan maka dikhawatirkan penjualan rokok akan semakin berkurang.

Dilema industri rokok sudah berlangsung sejak lama. Jika menitikberatkan pada sisi kesehatan maka kenaikan tarif cukai rokok akan berdampak positif karena akan menekan tingkat konsumsi rokok di Indonesia. Dengan demikian masyarakat juga menjadi semakin sehat dan mengurangi penularan virus Covid-19. Namun jika dilihat dari sisi ekonomi maka kenaikan tarif cukai rokok perlu dipertimbangkan kembali. Perusahaan rokok yang terdampak pandemi Covid-19 harus kembali menghadapi tekanan dari kenaikan cukai rokok. Volume penjualan dikhawatirkan akan semakin menurun. Selain itu penerimaan negara dari cukai rokok, PPN dan pajak penghasilan pun juga akan semakin berkurang. Apalagi jika krisis ini justru mendorong perusahaan rokok untuk melakukan penghindaran pajak maka kerugian negara diperkirakan akan semakin besar.

Kenaikan cukai rokok mungkin menjadi strategi pemerintah untuk memperkecil defisit APBN. Selama ini kontribusi rokok terhadap penerimaan cukai mencapai lebih dari 90%, sedangkan produk kena cukai lainnya seperti minuman beralkohol masih berkontribusi kecil. Pemerintah juga terus didorong untuk dapat menekan konsumsi rokok di Indonesia. Oleh karena itu dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020-2024, pemerintah menargetkan untuk menurunkan prevalensi perokok berusia 18 tahun ke bawah menjadi 8,7%. Oleh karena itu mungkin kenaikan tarif cukai rokok menjadi strategi yang ditempuh pemerintah. Namun pemerintah juga diharapkan dapat memperhatikan kesejahteraan pelaku industri rokok.

Pandemi Covid-19 menurunkan konsumsi masyarakat sehingga tekanan terhadap industri rokok akan semakin berat apabila pemerintah menaikkan tarif cukai rokok. Perusahaan rokok merupakan industri padat karya sehingga memiliki banyak karyawan yang harus diselamatkan dari PHK. Selain itu industri rokok juga menjadi harapan hidup para petani tembakau yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Oleh karena itu jika pemerintah terus menaikkan tarif cukai rokok di masa pandemi saat industri rokok belum stabil maka dikhawatirkan akan mengurangi konsumsi rokok terutama di kalangan masyarakat menengah ke bawah. Lebih jauh lagi, kebijakan yang kurang tepat dari pemerintah dapat memicu perilaku negatif dari para pelaku usaha. Perusahaan rokok



dikhawatirkan akan melakukan penghindaran pajak dengan cara ilegal sebagai langkah untuk tetap bertahan menghadapi berbagai tekanan.





INSENTIF PAJAK, BERKAH ATAU ...??

Karl Anggara

Mahasiswa Magister Akuntansi
FEB Unika Soegijapranata

Pandemi Covid 19 memang menjadi masalah besar bagi seluruh dunia. Semua terdampak, tanpa terkecuali. Rasa-rasanya pandemi ini akan menjadi awal untuk perubahan system dan paradigma di dunia perekonomian di Indonesia. Sampai dengan Juni 2021, masih ada 21.807¹. kasus baru yang sampai dengan 14 Juli 2021 ini bukannya menurun, tetapi malah naik sampai 47.899. Hampir 50.000 orang Indonesia dalam sehari menjadi korban pandemi ini!! Memang sungguh harus menjadi perhatian. Kondisi ini memberi dampak sangat besar disemua sector, termasuk sector ekonomi. Semua kalangan menjadi korban atas pandemi ini. Tidak melulu perusahaan besar menjadi korban atas pandemic, tetapi masyarakat dikalangan bawah ataupun pengusaha UMKM harus bisa bertahan dalam kondisi pandemic seperti disaat ini. Sebagai contoh saja:

- Bagaimana “starling” (*tukang kopi keliling dengan sepeda*) harus survive tanpa pemasukan selama sehari-hari?
- Bagaimana tukang ojek (*online maupun pangkalan*) harus survive untuk membeli bensin?

Pengusaha kecil seperti tukang ojek mereka bertahan hidup dari hasil pendapatan mereka sehari. Setidaknya untuk balik modal, mereka harus berangkat dari pagi s.d. tengah malam. Itupun tidak menjamin mereka mendapatkan pendapatan untuk membeli bahan dagangan atau sekadar 1ltr bensin sebagai modal usaha mereka.

Kalau bicara perusahaan besar, maka pertanyaannya berubah, Berapa banyak karyawan yang harus di PHK untuk menyelamatkan perusahaan? Atau, Berapa banyak Gerai atau toko yang harus ditutup guna menyelamatkan eksistensi perusahaan di Indonesia dimasa Pandemi ini ?

Rasanya hal inilah yang perlu menjadi perhatian bagi pemerintah untuk bukan saja menyelamatkan, tetapi juga memikirkan keberlangsungan dimasa mendatang. Ambil contoh saja paling gampang, perusahaan “Giant”, sebagai salah satu toko retail di Indonesia harus menutup semua

¹ Disadur dari google: <https://bit.ly/kondisiCovidhariini> pada 15 Juli 2021



gerai di Indonesia sampai dengan akhir Juli 2021². Padahal kita bersama tahu, bahwa “Giant” menjual produk-produk rumah tangga harian yang pasti dibutuhkan. Kenapa harus tutup ?

Hal diatas adalah sebageian kecil contoh kondisi yang terjadi di Indonesia paling tidak selama pandemic ini. Tetapi jauh sebelum kondisi Pandemi, “Matahari Dept. Store” juga mulai banyak menutup gerainya dan mengalihkan usaha mereka ke penjualan bersifat daring. Memang jaman juga berubah, sehingga harus terus menerus melakukan penyesuaian terhadap kondisi ini. Hal ini juga semakin didukung oleh iklim perpajakan nasional yang bisa dikatakan masih ribet dan memberatkan. Hal ini juga perlu ada perbaikan sehingga memudahkan bagaimana setiap pelaku ekonomi bukan hanya menyesuaikan diri dengan kondisi yang ada, tetapi juga menyesuaikan dengan peraturan yang ada terlebih di kondisi pandemic ini.

Pemulihan kondisi Ekonomi ini, tidak akan berhasil apabila tidak ada instentif dari pemerintah sebagai suntikan untuk memacu pemulihan ini. Salah satunya ada pajak. Pajak harus bergerak dan tidak bisa berkeras kepala untuk memungut maupun memotong pajak sesuai dengan tarif. Dengan tarif pajak yang ada sekarang, masih terasa berat apabila harus membayar dengan tarif yang sedemikian tinggi dengan kondisi begini. Bagi UMKM, harus membayar pajak 0,5% padahal keuntungan bersihnya tidak sampai sekian. Bagi Karyawan, masih harus membayar pajak, padahal tidak menerima tunjangan apapun. Belum lagi perusahaan, yang masih harus membayar Angsuran SPT Tahunan (PPh 25) dan membayar PPh 22 Impor. Rasanya menjadi sangat berat harus dibayarkan, padahal mereka hanya untuk jalan atau beroperasi sebulan saja, rasanya sudah sangat berat karena pemasukan mereka dan biaya tetap yang harus mereka bayarkan saja tidak berkurang selain disebabkan kondisi pandemi ini.

Hal inilah yang dikatakan keras kepala apabila masih bertahan dengan tarif-tarif ini dikondisi ini pandemi. Pemerintah sebagai pengatur regulasi atas pajak ini harus segera bergerak untuk menyelamatkan ekonomi Indonesia. Perlu diakui, menteri keuangan sebagai representative pemerintah untuk permasalahan pajak ini, menanggapi dengan sangat cepat. PMK 23/PMK.03/2020³ adalah peraturan pertama berkenaan dengan insetif pajak yang terdampak virus Corona. Peraturan ini sangatlah menenangkan dengan memberikan insentif kepada berbagai jenis pajak, PPh 21 ditanggung pemerintah, pembebasan PPh 22 Impor,

² Disadur dari : <https://economy.okezone.com/read/2021/05/26/320/2415837/berikut-jadwal-penutupan-gerai-giant-di-seluruh-indonesia> pada 25 Juli 2021

³ Disadur dari Ortax : <https://www.ortax.org/ortax/?mod=aturan&page=show&id=16982&hlm> pada 15 Juli 2021



Insentif angsuran PPh 25 (awal 30% kemudian di ubah menjadi 50%), PPh 4(2) final bagi UMKM yang ditanggung pemerintah dan Insentif PPN (pengembalian pendahuluan atas restitusi PPN dibawah 5M). insentif yang diberikan untuk ke-5 tarif pajak ini paling tidak sudah menenangkan wajib pajak.

Kebijakan insentif pajak ini adalah angin segar bagi semua usahawan maupun perusahaan. Peraturan ini masih berlaku dengan perpanjangan waktu pemberian insentif dan perluasan kelompok usaha yang mana insentif masih akan di terima sampai dengan Desember 2021 (sesuai dengan PMK 82/PMK.03/2021)⁴. Sungguh menyegarkan rasanya adanya insetif ini, ditambah lagi dengan adanya UU No. 11 Tahun 2020 berkenaan dengan Cipta Kerja⁵. Undang-undang ini membuat semua hal disegarkan kembali. Banyak perubahan terhadap peraturan perpajakan, paling tidak 2 yang signifikan, yaitu: pengurangan bunga dan denda pajak serta pengurangan tarif pajak badan menjadi 22% dan kemudian 20%. 2 hal ini adalah angin segar lain yang dirasakan oleh setiap perusahaan. Dalam UU Ciptaker ini, menjadi perubahan juga adalah bagaimana pembentukan perusahaan (PT) yang semakin mudah. Peraturan ini semakin memudahkan bagaimana investasi di Indonesia.

Walaupun UU Ciptaker ini angin segar, tetapi masih banyak perdebatan diberbagai pihak. Kondisi ini sering disalah artikan oleh berbagai macam pihak sehingga banyak permintaan untuk peninjauan kembali untuk peraturan ini. Hal ini menjadi pertanyaan terkait dengan urusan tenaga kerja yang merasa menerima tidak adil padahal belum membaca secara mendetail. Hal ini perlu menjadi perhatian pemerintah dengan cara pensosialisasiannya. Tetapi dengan adanya UU Ciptaker ini, setidaknya memudahkan investasi ataupun kegiatan berusaha bagi masyarakat. Walaupun demikian, Wajib pajak menjadi salah satu yang diuntungkan dengan adanya UU Ciptaker ini. Paling tidak mengenai keringanan tariff dan pengurangan sanksi dan denda administrasi yang biasanya dikenakan 2% sekarang mengikuti suku bunga nasional. Hal ini membuat sanksi bisa ada dibawah 1% setiap bulannya.

Apakah semua ini adalah berkah pandemi? bisa dikatakan demikian tetapi juga bukan berkah. Sebelum kita membahas detail berkenaan dengan berkah pandemi, kita harus bisa membedakan mana yang berkenaan dengan insentif dan tariff berubah tetap. Insentif pajak yang diterima hanya diberikan kondisi tertentu yang dirasa oleh pemerintah harus dilakukan demi kesejahteraan bersama. Artinya, apabila kondisi

⁴ Disadur dari ortax: <https://www.ortax.org/ortax/?mod=aturan&hlm=1&page=show&id=17458> pada 15 Juli 2021

⁵ Disadur dari Ortax : <https://www.ortax.org/ortax/?mod=aturan&page=show&id=17285> pada 15 Juli 2021



yang ada sudah membaik dan tidak dalam kondisi yang dirasakan saat ini, maka insentif ini bisa dicabut dan diiadakan. Sedangkan tariff berubah tetap, dilakukan memang karena ada kebutuhan yang memang harus dilakukan oleh pemerintah menyikapi kondisi dunia. Kondisi tarif berubah tetap, bisa menjadi lebih besar atau juga bisa menjadi lebih kecil, tergantung dari kondisi yang diperlukan.

Tahun 2020, adalah tahun yang istimewa. Pajak paling tidak mengeluarkan 2 aturan yang mencakup dalam 2 kondisi, sementara dan tetap. Artinya, kondisi ini berjalan beriringan dan bersamaan. Memang, apa yang sudah masuk UU Ciptaker sudah termasuk dalam renstra dari Menteri keuangan tahun 2020-2024⁶. Sehingga pelaksanaannya bisa maksimal dan menyeluruh disetiap kantor pajak. Sedangkan berkenaan dengan insentif, benar-benar diluar dugaan dan mendadak penerbitannya. Hal ini membuat setiap kantor pajak memiliki persepsi yang berbeda atas insentif ini. Walaupun demikian, berjalannya waktu ada kesamaan persepsi sehingga memiliki jalan yang sama. Tetapi membutuhkan waktu lebih dibandingkan ketika sudah masuk di renstra menteri keuangan. Nah.. kembali soal berkah, apakah berkah ?

Berkah! Walaupun harus tetap hati-hati dan jangan jadi wajib pajak yang bodoh dalam memanfaatkannya. Misalnya, Omset tidak terdampak sedikit pun karena pandemic, tetapi karena dapat insentif, ramai-ramai mengajukan insentif. Omset dari 400jt/tahun menjadi 2M/tahun. Ujung-ujungnya diperiksa pajak dan harus bayar 200% lebih tinggi dari seharusnya. Nah... inilah yang disebut tindakan bodoh.

Sebagai wajib pajak, kita harus melakukan perencanaan pajak yang matang. Bukan berarti kita mempermainkan, tetapi lebih memaksimalkan kondisi dan mencermati setiap perubahan kondisi perusahaan. Kita perlu menyesuaikan diri dengan kondisi yang ada. Kalau memang dapat insentif, maka mau tidak mau kita sesuai omset kita sesuai dengan kondisi sebenarnya. Apabila memang tidak ada penjualan, ya jangan ngaku kalo ada jual barang. Contoh ekstrim diatas hanyalah tindakan yang bisa saja kita lakukan melihat peluang untuk menaikkan omset, padahal dimata pajak, ketika menerima insentif berarti memang terdampak dan harus dibantu. Artinya, usahanya memang menurun. Bukan berarti malah dinaikkan omsetnya.

Pemeriksaan jelas saja terjadi apabila kondisi diatas terjadi. Hal ini sebenarnya karena kebodohan yang tanpa sengaja kita lakukan sebagai wajib pajak. Insentif ini diberikan berarti menjadi kesempatan yang menyegarkan ketika seorang usahawan akan menurunkan omset yang

⁶ Disadur dari : <https://news.ddtc.co.id/simak-tiga-omnibus-law-ini-masuk-renstra-kemenkeu-2020-2024-22068> pada 25 Juli 2021



dianggap terlalu tinggi selama ini. Walaupun tidak drastic, tetapi ada pengurangan yang dengan wajar bisa dilakukan. Apakah berkah? Ini lah berkahnya. Kita bisa kembali menyesuaikan omset kita setelah adanya Tax Amnesty di 2016 dan kemudian kita bisa sesuaikan kembali ketika di masa pandemi ini dengan masuk akal dan bukan menjadi sangat drastis.

Berbeda kasus apabila, omset terdampak, dari 2m/tahun menjadi 1,2M/tahun. Kita ajukan insentif dan kita laporkan sesuai dengan kondisinya. Hal ini tidak akan diperiksa oleh kantor pajak karena memang sudah sesuai. Kesesuaian dan kewajaran inilah yang diharapkan selama kondisi pandemic ini.

Dalam hal lain juga harus dicermati, pemberian insentif ini diberikan kepada semua pihak. Artinya, semua pelaku usaha bisa menikmatinya. Dengan adanya insentif ini berarti semua pelaku ekonomi bisa bergerak tanpa harus memikirkan masalah perpajakan dari usahanya. Mereka bisa focus memikirkan keberlangsungan usahanya. Walaupun demikian, sebagai wajib pajak, harus mencermati mana-mana saja yang boleh dilakukan dan tidak dilakukan oleh seorang wajib pajak dalam kondisi pandemic seperti pada saat ini.

Begitu juga yang karyawan yang mendapat insentif PPh 21, mereka tetap bisa melanjutkan hidup dan melaporkan kewajiban perpajakannya. Mereka juga bisa memulai berusaha baru untuk mencari penghasilan tambahan. Dapur dari rumah akan terus mengepul, walaupun belum bisa memiliki tabungan lagi. Angin segar ini sungguh bisa dirasakan semua pihak.

Walaupun demikian, masih ada pihak yang tidak bisa bergerak karena memang memiliki pekerjaan yang masih berhubungan dengan masyarakat luas. Ya..memang insentif ini tidak bisa memuaskan semua pihak. Pihak-pihak yang tidak mendapat insentif, masih harus berpikir bagaimana caranya dia bisa melanjutkan hidup dengan kondisi pandemi ini. Tetapi setidaknya insentif yang diberikan saat ini, bisa meringankan setiap beban dari perusahaan maupun usahawan pelaku UMKM.

Berarti masih berharap pandemi ini terus berlanjut? Ya jelas tidak! Kapan kita bisa ngopi diwarung dengan leluasa kalau pandemi ini tidak segera berakhir? Salam Sehat!



PENGARUH PANDEMI COVID-19 TERHADAP PEREKONOMIAN DI INDONESIA

Kornelius Hartono

Mahasiswa Prodi Manajemen
FEB Unika Soegijapranata

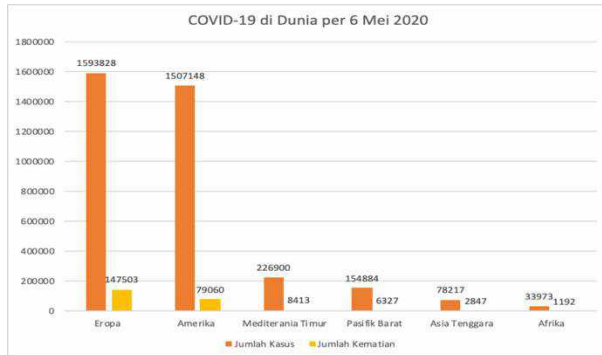
Pendahuluan

Pandemi yang saat ini melanda dunia telah mengguncang dunia sejak ledakannya di Wuhan, China pada Desember 2019 (Organisasi Kesehatan Dunia, 2020). Dikenal sebagai coronavirus (covid-19), fenomena ini merupakan jenis virus baru yang bisa menyebar dengan cepat. Virus itu pertama kali ditemukan di Wuhan, tetapi butuh waktu beberapa bulan untuk menyebar ke negara lain. Hingga saat ini, kasus terbanyak ditemukan di negara-negara Eropa, diikuti oleh Amerika Serikat dan Afrika (Organisasi Kesehatan Dunia, 2020). Sampai saat ini, banyak negara telah mengimpor kunci dari negara lain, juga dikenal sebagai kunci, untuk mencegah perluasan lebih lanjut (Dunford et al., 2020). Salah satu negara yang terdampak adalah Indonesia, di mana kasus pertama virus COVID-19 dilaporkan. Itu ditemukan pada 2 Maret 2020 dan telah ada sejak (Organisasi Kesehatan Dunia, 2020).

Beberapa langkah telah diambil di Indonesia, antara lain pencegahan masuk ke Indonesia (bandara, pelabuhan, PLBDN) dan pencegahan peraturan PSBB (sanksi sosial umum). Pemerintah terus memantau pasokan sumber daya Indonesia untuk memenuhi kebutuhan masyarakat (Bank Indonesia, 2020). Meningkatnya kasus COVID-19 di Indonesia berdampak pada banyak sektor, termasuk perekonomian Indonesia. Misalnya, pendapatan rendah bagi sebagian orang, nilai tukar rupee rendah dan hambatan pertumbuhan ekonomi. Insiden "COVID-19" di Indonesia juga mengakibatkan "panic buying". Artinya, banyak aktivitas pembelian yang dipicu oleh ketakutan akan apa yang terjadi di sekitar Anda (CNN Indonesia, 2020). Fenomena ini niscaya akan menyebabkan kekurangan sumber daya seiring dengan meningkatnya permintaan konsumen. Ini tidak mencerminkan jumlah hasil keuangan yang memadai. Kelangkaan sumber daya ini biasanya menyebabkan harga yang lebih tinggi, yang menyebabkan inflasi yang lebih tinggi di Indonesia. Nah, dalam laporan ini penulis membahas dampak COVID-19 terhadap inflasi Indonesia.



Landasan Teori



Sumber: (WHO, 2020)

Grafik 1: Jumlah kasus terkonfirmasi dan kematian di dunia.

Dari histogram diatas, jumlah kasus COVID-19 paling banyak berada di wilayah Eropa lalu Amerika hingga yang paling sedikit adalah Afrika. Lalu jika dijumlahkan, kasus terkonfirmasi dari COVID-19 adalah berjumlah 3.595.662 orang sementara, total kasus kematian berjumlah 245.342 korban jiwa.



Sumber: (Peta Sebaran, 2020)

Grafik 2: Perkembangan kasus COVID-19 per hari di Indonesia.

Dari grafik diatas, dapat dilihat bahwa jumlah kasus COVID-19 tersebut pada awalnya terus meningkat hingga menjadi fluktuatif yang meningkat secara bertahap. Jumlah kasus yang terus meningkat diiringi dengan penambahan jumlah pasien yang sembuh dan juga jumlah korban jiwa yang sudah mulai berkurang tercatat pada tanggal 6 Mei 2020.



Sumber: (Indeks Harga Konsumen dan Inflasi Bulanan Indonesia, 2006-2020, 2020)

Grafik 3: Tingkat Inflasi di Indonesia

Dari grafik serta histogram diatas kita mengetahui bahwa data tingkat inflasi di Indonesia mula-mula dari bulan November 2019 adalah 0,14% dan berada pada puncak inflasi pada bulan Januari 2020 di saat awal mula terjadinya pandemic Covid-19 ini sebesar 0,39% dan kemudian menurun hingga 0,08% pada bulan April 2020 ini.



Sumber: (Indeks Harga Konsumen dan Inflasi Bulanan Indonesia, 2006-2020, 2020)

Grafik 4: IHK di Indonesia

Dari grafik diatas, diketahui IHK di Indonesia dari bulan November 2019 dengan tingkat IHK 138.6 hingga bulan April 2020 dengan IHK 104,8 mengalami penurunan sebesar 33.8.

Analisis Pengaruh COVID-19 terhadap Tingkat Inflasi di Indonesia

Pengaruh COVID-19 di Indonesia saat ini menyebabkan peningkatan *demand* serta menurunkan *supply* pasar. Salah satu kegiatan yang menyebabkan terjadinya inflasi tinggi adalah kegiatan *panic buying* yang mengakibatkan harga makanan dan minuman meroket karena



permintaan semakin tinggi sehingga menyebabkan kelangkaan di Indonesia. Kelangkaan ini dapat menimbulkan terjadinya inflasi, jika inflasi menjadi tidak terkendali, hal ini akan menurunkan nilai mata uang Indonesia atau bahkan dapat terjadi krisis keuangan seperti tahun 1997 – 1998.

Dari harga yang naik secara umum inilah, menyebabkan terjadinya peristiwa *demand-pull inflation*, yaitu Inflasi yang terjadi ketika total permintaan barang atau jasa di dalam ekonomi meningkat lebih cepat daripada kapasitas produksi ekonomi (Chen, 2020). Hal ini menyebabkan permintaan barang naik sementara kapasitas produksi ekonomi belum memadai hal tersebut. Pada saat PSBB ini, banyak masyarakat yang menjadi pengangguran dan banyak pabrik yang berhenti beroperasi sehingga kuantitas persediaan barang (*supply*) akan menurun.

Walaupun kenaikan inflasi terjadi di awal terjadinya Virus COVID-19, namun inflasi di Indonesia saat ini sudah dapat dikatakan terkendali. Tingkat IHK yang awalnya tinggi juga menjadi menurun sebesar 33.88. Hal ini dikarenakan adanya campur tangan pemerintah yang mengeluarkan beberapa kebijakan demi menjaga tingkat inflasi di Indonesia (Idris, 2018). Kebijakan moneter dimana terdapat peningkatan nilai suku bunga bank, mengurangi jumlah uang yang beredar, menjual surat-surat berharga. Lalu, kebijakan fiskal dimana pemerintah mengurangi pengeluarannya, dan menaikkan tarif pajak untuk rumah tangga dan perusahaan sehingga menurunkan *demand* masyarakat luas. Seterusnya, pemerintah juga menaikkan tingkat produksi barang guna menjamin ketersediaan produk yang diperlukan oleh masyarakat, dan menetapkan harga maksimum dari beberapa jenis barang. Pemerintah juga menindak tegas para pedagang yang dengan sengaja menaikkan harga berkali-kali lipat dari biasanya. Dari kebijakan-kebijakan pemerintah tersebut dapat dinyatakan sebagai *Suppressed Inflation* yaitu ketika pemerintah mengontrol dan mencegah terjadinya kenaikan tingkat inflasi. Hal ini dapat dilihat dari grafik 1 dan grafik 2 yang telah dipaparkan di landasan teori.

Penutup

COVID-19 adalah virus baru yang menyerang bagian pernapasan manusia, menyebar dengan cepat hingga dinyatakan sebagai pandemi global oleh WHO. COVID-19 telah menyebar secara luas di seluruh dunia dan terus meningkat yang diiringi dengan peningkatan kasus yang sembuh dan penurunan kasus kematian akibat COVID-19. Sebagian besar negara yang terkena COVID-19 telah melakukan tindakan pencegahan secara nasional seperti kebijakan lockdown dimana



masyarakat dianjurkan untuk diam di rumah untuk meminimalisir proses penularan virus.

Seterusnya sejak COVID-19 memasuki Indonesia pada tanggal 2 Maret 2020, jumlah kasus terus meningkat secara bertahap bersamaan dengan peningkatan jumlah kematian dan jumlah kasus yang sembuh juga. Pemerintah Indonesia telah menerapkan PSBB di berbagai wilayah Indonesia sehingga mengurangi kemungkinan penularan antar orang. Demi menjaga kesehatan masyarakat Indonesia, pemerintah juga terus menghimbau masyarakat untuk benar-benar mematuhi kebijakan PSBB dan terus menjaga kebersihan diri masing-masing individu.

Dari penelitian diatas, ditemukan bahwa COVID-19 saat ini menyebabkan peningkatan permintaan dan menurunkan persediaan pasar yang diakibatkan oleh kejadian “panic buying. Dari kejadian tersebut, tingkat inflasi meningkat secara sementara. Lalu, pemerintah dengan segera menetapkan beberapa kebijakan seperti kebijakan moneter, fiskal ataupun kebijakan dimana pemerintah meningkatkan tingkat produksi barang yang dapat menekan tingkat inflasi sehingga disebut sebagai *suppressed inflation*. Suppressed inflation adalah inflasi tertekan yang diakibatkan adanya campur tangan pemerintah dalam mempertahankan tingkat inflasi dalam tahap normal.

Pemerintah dapat memperketat kebijakan harga yang ditetapkan pedagang sehingga pedagang tidak dengan semena-mena menetapkan harga tinggi dikarenakan kelangkaan produk. Kemudian, pemerintah juga dapat memperketat kebijakan PSBB dan menghimbau masyarakat agar tidak mudik demi meminimalisir penyebaran COVID-19. Penulis berharap pemerintah dapat terus melakukan pencegahan COVID-19 yang disertai dengan upaya membangun kembali perekonomian di Indonesia.



GENERASI MUDA JEMBATAN MEMBAIKNYA PEREKONOMIAN INDONESIA

Sara

Mahasiswa Prodi Manajemen FEB Unika
Soegijapranata

Pengangguran di Indonesia

Masa pandemic COVID-19 sudah menyebar ke seluruh daerah Indonesia selama satu tahun lamanya, tentunya banyak sekali yang merasakan dampaknya tidak hanya dari segi kesehatan masyarakat tetapi juga dari aktivitas ekonomi nasional. Berdasarkan data dari BPS pada tahun lalu yakni tahun 2020, tercatat bahwa Tingkat Pengangguran Terbuka atau TPT mencapai 7,07% dari 138,22 juta angkatan kerja yang berarti terdapat 9,77 juta penduduk Indonesia pengangguran terbuka. Walau terjadi kenaikan tingkat partisipasi angkatan kerja sebanyak 0,24% yang berubah menjadi 67,77 % terjadi penurunan pada jumlah penduduk Indonesia yang sedang bekerja. Berdasarkan klasifikasi tempat tinggal terdapat 8,98 % pengangguran dari jumlah data yang diatas. Sedangkan untuk disetiap daerah pedesaan yang ada di Indonesia terdapat 4,71% penduduk.

Menurut Bapak Suhariyanto terdapat 760 ribu penduduk Indonesia yang sudah termasuk bukan angkatan kerja dan 1,77 juta penduduk yang tidak memiliki pekerjaan. Tak hanya data tersebut bapak Suhariyanto juga mengatakan bahwa tercatat 24,03 juta penduduk Indonesia yang bekerja tetapi mengalami pengurangan jam kerja.

Berdasarkan data menurut Lembaga kajian *Institut for Development and Economic Finance* yang membuat perkiraan bahwa angka pengangguran terbuka akan mencapai 7,8% atau 10,4 juta dari total angkatan kerja. Apabila kita lihat kembali pada tahun 2019 tepatnya pada bulan Agustus jumlah pengangguran di Indonesia sebanyak 7,05%, yang kemudian melonjak cukup signifikan pada bulan Agustus tahun 2020 yakni sebesar 9,77% tentu saja hal ini cukup merusak perekonomian Indonesia. Selama periode Agustus 2019 hingga Agustus 2020 Menkeu menjelaskan bahwa terdapat tambahan angkatan kerja baru yakni sebanyak 2,36 juta orang serta terjadinya penurunan lapangan kerja akibat adanya masa pandemic COVID-19 yakni sebanyak 0,31 juta. Berdasarkan data pada bulan September 2020 lalu, tingkat pengangguran di Indonesia memberikan dampak kepada jumlah kemiskinan sehingga 4,83% penduduk yang



sudah berumah tangga. Dengan begitu membuat rata-rata garis kemiskinan per anggota rumah tangga yang mengalami kemiskinan dalam kurung waktu per bulan mencapai Rp 2.216.714

Indonesia diprediksi akan mengalami kenaikan pengangguran selama tahun 2021 akibat adanya pandemic COVID-19. Mahatmi juga mengumumkan bahwa sebesar 29,12 juta orang atau sebesar 14,28 % penduduk usia kerja merasakan dampak dari pandemic COVID-19. Sedangkan terdapat 2,56 juta orang yang akhirnya harus menganggur akibat beberapa perusahaan yang harus melakukan pemutusan hubungan kerja kepada sebagian besar karyawannya, terdapat 1,77 juta orang yang sementara tidak bekerja dan 24,03 juta orang mengalami pengurangan jam kerja. Dengan pertumbuhan ekonomi diperkirakan 4,5% - 5,5% pada tahun 2021, Mahatmi memperkirakan pengangguran akan mencapai 8,3% sampai 9 juta orang. Sehingga tingkat pengangguran terbuka bisa menjadi 5,9% - 6,5%.

Apabila masa pandemic COVID-19 ini tidak kunjung usai dan pemerintah maupun penduduk tidak mau mengarah kepada era New Normal tentu saja tingkat penduduk Indonesia yang kehilangan pekerjaan maupun usahanya selalu minus akan semakin meningkat yang membuat angka pengangguran di Indonesia dan tingkat kemiskinan yang terjadi di negara Indonesia pun akan meningkat. Penduduk Indonesia tentunya harus berinovasi untuk mengatasi perekonomian yang sedang tidak baik ini, khususnya bagi generasi milenial / generasi muda yang memiliki ide yang baru, lebih kreatif yang dapat membuka lapangan kerja baru bagi penduduk Indonesia yang tidak memiliki pekerjaan dari situ akan terjadinya pengurangan tingkat pengangguran sedikit demi sedikit yang dapat memperbaiki angka perekonomian penduduk tersebut maupun perekonomian negara Indonesia.

Dampak terjadinya COVID-19 bagi Masyarakat dan Kebijakan Pemerintah

Masa pandemic COVID-19 tentunya sangat berdampak bagi seluruh dunia terutama bagi masyarakat Indonesia yang cukup dibilang salah satu negara yang terdapat kasus positif terbanyak. Tidak hanya kehilangan orang yang disayang tetapi beberapa dari mereka juga harus dengan lapang dada menerima bahwa mereka telah kehilangan pekerjaan atau usaha yang dijalani harus terhenti akibat adanya masa pandemic ini. Sejak dinyatakan Indonesia terjangkit virus COVID-19 beberapa masyarakat tidak percaya akan hal tersebut, tetapi saat kasus positif semakin melonjak Sebagian masyarakat Indonesia lebih memilih berada di rumah saja daripada harus berpergian. Dari sinilah banyak seperti mall, tempat makan pinggiran, kebun binatang harus ditutup sementara karena jumlah pengunjung yang sedikit serta adanya



kebijakan Pemerintah yakni PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) dimana masyarakat Indonesia diharapkan melakukan aktivitas sehari – hari dirumah saja dengan tujuan untuk mengurangi resiko bertambahnya penyebaran COVID-19.

Dengan adanya masa pandemic ini membuat para perusahaan yang tidak mendapatkan keuntungan juga akhirnya terpaksa harus melakukan pemutusan hubungan kerja kepada beberapa karyawannya yang membuat angka pengangguran semakin melonjak, orang yang ter- PHK juga cukup sulit untuk mencari pekerjaan kembali, karena beberapa perusahaan juga yang tidak membuka lowongan pekerjaan disaat masa pandemic ini. Selain itu juga pandemic ini berdampak pada UMKM yang harus mengalami kerugian karena permintaan yang menjadi langka, apalagi saat Pemerintah melakukan peraturan PSBB dimana masyarakat dianjurkan untuk melakukan segala aktivitas di dalam rumah saja dan mengharuskan memesan makanan melalui aplikasi online.

Apakah Pemerintah turun tangan atas kerusakan perekonomian Indonesia? tentu saja, Pemerintah sudah melakukan segala macam cara untuk memperbaiki sedikit demi sedikit perekonomian Indonesia dengan mengadakan beberapa program bantuan social seperti subsidi listrik, bantuan BST atau Bantuan Sosial Tunai yakni dimana bantuan berupa uang dengan nominal Rp 200.000 – Rp 300.000. Bantuan BST ini diberikan kepada kepala rumah tangga yang ada diseluruh daerah di Indonesia, bantuan social tunai ini merupakan salah satu program dari Pemerintah yang disalurkan ke KPM melalui kantor pos yang ada di seluruh wilayah Indonesia. Lalu juga ada program bantuan yang diberikan kepada para masyarakat yang memiliki UMKM nama programnya yakni Bantuan Langsung Tunai atau disingkat BLT ini program Pemerintah yang akan diberikan kepada UMKM diseluruh wilayah Indonesia, anggaran tersebut akan diberikan kepada 12,8 juta penduduk Indonesia yang memiliki usaha mikro yang tersebar diseluruh wilayah Indonesia. Selain itu juga Pemerintah membuat program bantuan kartu prakerja, awalnya kartu pekerja ini diprioritaskan untuk kompetisi kerja yang sasarannya adalah penduduk Indonesia yang berumur 18 tahun ke atas.

Namun karena ada masa pandemic COVID-19 ini Pemerintah memprioritaskan kartu prakerja ini untuk penduduk Indonesia yang mengalami yang kehilangan pekerjaan atau dalam kata lain terdampak akibat adanya masa pandemic COVID-19 ini. Kartu Prakerja ini juga untuk mengatasi banyaknya kasus pemutusan hubungan kerja atau PHK yang marak terjadi di Indonesia karena beberapa perusahaan yang tidak memiliki pemasukan lebih yang menjadikan terpaksa harus



memberhentikan sebagian karyawan yang sedang bekerja diperusahaannya.

Keseluruhan bantuan yang telah diberikan oleh Pemerintah ini bertujuan agar masyarakat Indonesia yang tidak mampu dapat memenuhi kebutuhannya sehari – hari akibat terdampaknya masa pandemic COVID-19 yang tidak kunjung usai. Selain itu juga bantuan dari Pemerintah ini sangat dapat membantu bagi penduduk Indonesia yang mengalami pemutusan hubungan kerja atau PHK yang menyebabkan tidak ada pemasukan sehingga menjadi pengangguran, serta untuk mengcover semakin tingginya tingkat pemutusan hubungan kerja yang sudah terjadi. Dengan harapan keseluruhan bantuan tersebut dapat menyongsong kembali perekonomian Indonesia secara perlahan dan akan kembali pulih atau stabil.

Generasi Muda sebagai Jembatan Membaiknya Perekonomian Indonesia

Perkeekonomian Indonesia dapat kembali pulih apabila ada campur tangan dari masyarakat itu sendiri terutama kepada generasi muda yang memiliki banyak sekali invosasi untuk membuka usaha baru dan menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat yang tidak memiliki pekerjaan. UNDP bersama dengan Citi Foundation mendirikan Youth Co dimana program tersebut mengajak kaum muda untuk berinvestasi program pembangunan berkelanjutan melalui kepemimpinan, inovasi social serta melibatkan UKM. Kepala perwakilan UNDP Indonesia mengatakan bahwa semangat kewirausahaan muda di Indonesia tumbuh subur. Ada keinginan yang sangat besar kaum muda di Indonesia untuk membangun usaha sendiri dan berkontribusi bagi perekonomian Nasional.

Dapat kita lihat seiring berjalanya waktu kaum muda ini sudah mulai berinovasi untuk membuka UKM dengan membuat *frozen food* hal tersebut merupakan inovasi yang cukup baik dan tentunya lebih praktis. Dimana setiap orang yang akan membeli tidak perlu datang ke toko tersebut apalagi dimasa pandemic seperti ini pasti sebagian orang takut untuk pergi keluar maka ditempat. *Frozen food* ini bisa dikatakan praktis dan bermodal kecil karena owner / penjual tidak perlu mengeluarkan banyak uang untuk dijadikan modal. Usaha *frozen food* ini merupakan salah satu usaha yang cukup menjanjikan yang dapat menghasilkan keuntungan bisa dibilang lumayan tinggi apalagi ditengah – tengah pandemic sekarang. Penjual bisa menjual *frozen food* ini melalui online dan tentu itu bisa digapai oleh kalangan manapun. Pada saat ini *frozen food* tidak hanya yang berada di supermarket saja yang sudah terkenal tetapi frozen food hasil produksi rumahan juga tidak kalah enak seperti brand – brand yang sudah terkenal.



Bisa dilihat hari demi hari dan bulan berlalu Indonesia kini sudah mulai memperbaiki perekonomian Indonesia terutama ide dari para generasi milenial ini. Dengan membuka usaha minuman kopi yang saat ini sedang marak – maraknya dikalangan generasi muda ini. Hal tersebut tentunya dapat menginspirasi kaum muda lainnya karena kegigihan salah satu anak muda cukup tinggi, ia berani tetap membuka usaha baru ditengah – tengah pandemic dimana orang -orang lebih merasa nyaman berada di dalam rumah. Tidak sampai disitu kaum muda membuat minuman kopi yang bisa diantar ke rumah orang yang memesanya. Dalam artian mereka membuat kemesan yang baru dan tentunya aman bila dibawa saat proses pengantaranya. Minuman kopi memanglah salah satu minuman yang menjadi favorite disemua kalangan dan umur dari yang muda hingga tua. Sehingga kaum muda berani membuka usaha baru yakni minuman kopi karena peminat kopi tidak ada luntunya sama sekali malahan peminat kopi dari tahun ketahun semakin banyak jumlahnya, terutama kaum muda jaman sekarang yang lebih suka minuman kopi.

Di Indonesia, minuman kopi saat ini bisa dibilang tak lagi disebut sebagai kebiasaan penghalang kantuk tetapi sudah berubah menjadi gaya hidup. Lantaran sangat prospektif, misalnya bisnis café yang menyajikan khusus kopi yang ada di beberapa kota besar. Terutama anak muda jaman sekarang mereka lebih banyak mengerjakan tugas bahkan biasanya kerja kelompok sekarang pasti mengerjakanya di cafe atau kedai kopi. Ketika tadi ada kaum muda yang berani membuat usaha minuman kopi walau sedang masa pandemic ternyata ada juga kaum muda yang berani membuka café atau kedai kopi baru dimasa pandemic ini. Hal ini bisa dilihat disalah satu kota yakni Kota Cirebon dimana sedang banyak kaum muda yang membuka café yang menu utamanya adalah kopi. Ada beberapa café baru yang buat di Kota Cirebon dan pemiliknya sendiri adalah generasi milenial, salah satunya adalah café Talk Coffee pemiliknya adalah kaum muda. Sungguh mengaggumkan karena diusia yang masih muda serta sedang berada dikondisi yang cukup tidak baik tetapi dia masih berani membuka kedai tersebut dan tentunya banyak peminat. Café tersebut selalu menerapkan protocol kesehatan yang telah ditetapkan oleh Pemerintah yang mengharuskan pengunjung menggunakan masker dan selalu mencuci tangan ketika ingin masuk café tersebut, jadi tetap aman dan tentunya dari masing – masing pengunjung pun harus berhati – hati dan menjaga jarak agar rantai penyebaran COVID-19 terputus.

Tidak hanya usaha yang berhubungan dengan kopi, tetapi ada juga usaha yang dibuat oleh salah satu kaum muda yang cukup kreatif. Ia menjual hampers dimana hampers tersebut dibuat dengan kreatif dan juga berbeda dengan hampers yang lainnya. Ditengah – tengah pandemic tentunya lumayan cukup banyak waktu luang, kaum muda ini



tidak habis dengan ide kreatifnya ada juga beberapa kaum muda yang menyalurkan kelebihannya dalam bidang grafis yang memanfaatkan dalam keadaan saat ini dengan membuka jasa *editing* grafis yang dapat diproses melalui platform seperti Instagram dan saat ini juga lagi banyak orang – orang yang mempunyai bisnis online tetapi bingung untuk mengatur feeds di Instagram yang bagus, rapih tentunya butuh orang-orang yang mempunyai ide kreatif untuk mendesign agar feeds tersebut dapat menarik calon pembeli. Tidak cukup sampai disitu beberapa kaum muda lainnya juga membuka usaha baru dari kerajinan tangan yang dibuat dengan sangat kreatif dag kemudian mereka menjualnya melalui *platform* seperti Shopee, Tokopedia, Lazada maupun melalui Instagram serta Facebook. Banyak sekali peluang untuk melakukan usaha apalagi untuk anak muda saat ini yang sangat pintar dalam mengakses teknologi lama maupun teknologi yang baru.

Inovasi maupun ide – ide yang sangat kreatif dari para kaum muda atau yang biasa orang sebut generasi milenial tidak akan habisnya dari waktu ke waktu. Pemerintah sangat mengharapkan bahwa generasi milenial ini dapat menyongsong kembali perekonomian Indonesia dengan ide kreatif serta inovasi yang dimiliki. Kegigihan kaum muda saat ini cukup tinggi karena bisa dilihat dari kegigihan mereka memutar otak untuk tetap membuka usaha walau keadaan Indonesia yang cukup tidak baik karena adanya virus COVID 1-9. Kaum muda ini patut untuk dibanggakan karena mereka sudah termasuk orang – orang yang dapat menjadi pahlawan perubahan perekonomian Indonesia di tengah pandemic saat ini. Bisa dilihat dari mereka yang berani melangkah untuk membuat usaha dibidang kuliner maupun dibidang jasa walau sebenarnya mereka tau hal tersebut akan lebih sedikit sulit karena adanya pandemic di Indonesia.

Dengan memanfaatkan teknologi dan internet banyak yang membuka usahanya secara online yang banyak sekali tersedia di Indonesia dan mudah sekali untuk digunakan sehingga lebih mudah juga bagi kaum muda tersebut untuk mempromosikan usaha baru mereka. Dari Langkah dan keberanian para generasi milenial ini diharapkan penduduk Indonesia yang lainnya dapat melihat contoh dari mereka yang berani untuk memulai usaha baru walau usianya masih muda dan berani untuk mengambil segala macam resiko mau besar maupun kecil. Kaum muda adalah salah satu kunci untuk memperbaiki perekonomian Indonesia agar menjadi lebih baik lagi akibat adanya pandemic COVID-19.



Perilaku Bisnis: Perubahan untuk Keberlanjutan

“Resiko terbesar adalah tidak mengambil risiko apapun. Di dunia yang berubah sangat cepat ini, satu-satunya strategi yang dijamin gagal adalah tidak mengambil risiko.”

- Mark Zuckerberg -



PERUBAHAN SOSIAL DAN POLA KONSUMSI DI MASA PANDEMI, ANCAMAN ATAU PELUANG?

Bayu Prestianto

Dosen Prodi Manajemen FEB Unika
Soegijapranata

Artikel ini mencoba mengupas perubahan sosial dan perubahan konsumsi masyarakat dengan mempertanyakan apakah ini menjadi sebuah ancaman atau peluang di lihat dari sisi manajemen operasi terutama keputusan pengembangan produk baru.

Perubahan Sosial dan Pola Konsumsi

Bulan Juli 2021 ini, sejak pertama kali diumumkan oleh Presiden Jokowi, lebih dari satu tahun pandemi Covid-19 melanda Indonesia. Sejak itu kasus positif terus meningkat. Ini tentu saja mempengaruhi perubahan sosial dan ekonomi Indonesia.

Pandemi menyebabkan terjadinya perubahan dan perilaku sosial masyarakat di Indonesia, orang takut untuk bertemu, bahkan berjabat tangan menjadi sesuatu yang tidak mungkin dilakukan saat ini. Dua kali tercatat pemerintah sudah melakukan larangan mudik, tahun 2020 dan yang terakhir tahun 2021. Dilihat dari data, terjadi peningkatan jumlah pemudik dari tahun ke tahun. Menurut Kompas, pada Tahun 2013, terdapat 22,1 juta pemudik. Tahun 2014, meningkat menjadi 23 juta orang. Tahun 2015, jumlah pemudik mencapai 23, 4 juta orang. Sementara tidak ada angka riil mengenai jumlah pemudik di Tahun 2016, 2017 dan 2018. Artinya dari data tersebut dapat dilihat bahwa terdapat jumlah pemudik yang sangat besar, dalam puluhan juta dan selalu meningkat setiap tahunnya. Inilah merupakan ancaman dan tantangan dalam strategi pengendalian pandemi Covid-19.

Selain itu, *general election* atau pemilihan umum yang dianggap sebagai hajatan besar pemerintah terancam untuk tidak dilakukan. Meskipun beberapa bulan yang lalu di Tahun 2020, Indonesia harus menyelenggarakan pemilihan kepala daerah serentak, ini menjadi tantangan bagi pemerintah Indonesia di era Presiden Jokowi. Di satu sisi harus menjaga penyebaran penularan Covid-19, tetapi juga harus menjaga efektifitas kepemimpinan kepala daerah di sisi lain.



Kegiatan sosial masyarakat yang lain seperti *funeral* atau pemakaman semakin meningkat, meskipun menjadi sepi pelayat. Dulu ketika mendengar ada tetangga meninggal, meskipun tidak kenal terhadap almarhum, menjadi sebuah keharusan untuk membantu meringankan beban keluarga yang ditinggalkan, minimal hadir untuk melayat. Inilah kearifan budaya yang ada di Indonesia. Meskipun demikian, sekarang ini menjadi komoditi yang tumbuh atau menjadi peluang bisnis di masa pandemi ini.

Prostitution/tempat *massage* menjadi produk jasa yang tidak mungkin dilakukan di masa pandemi ini. Tidak mungkin penyedia jasa akan lakukan tes antigen setiap harinya untuk mengurangi resiko penyebaran. Sisi positifnya, perilaku sosial masyarakat yang dinilai tidak baik menjadi sepi peminat atau pengunjung. Pada minggu-minggu terakhir di bulan Juli 2021 ini, kita mendengar bahwa muncul kluster baru di Singapura. Karena penularan yang terjadi di sektor jasa KTV. Bahkan kemudian muncul sindiran, *Jika di Malaysia covid meningkat karena election, tetapi di Singapura covid meningkat karena erection*. Artinya pandemi ini merubah perilaku sosial dan perilaku konsumsi masyarakat.

Pada masa PPKM Darurat ini, semua orang diperintahkan untuk tinggal di rumah saja, kegiatan bekerja dan belajar dilakukan dari kediaman masing-masing. *Car Free Day* yang merupakan tradisi mingguan yang dilakukan oleh masyarakat perkotaan ditiadakan. Karena menciptakan kerumunan. Inilah yang menyebabkan mobilitas masyarakat turun. Kabar baiknya ini mempengaruhi *air pollution* yang membaik. Di China, tingkat emisi berkurang 25% di awal tahun, ketika orang-orang diperintahkan untuk tinggal di rumah. Pabrik-pabrik tutup dan penggunaan batu bara di enam pembangkit listrik terbesar China merosot hingga 40%. Di Eropa, pencitraan satelit menunjukkan emisi nitrogen dioksida (NO₂) memudar di atas Italia Utara. Fenomena sama terjadi di Spanyol dan Inggris.

Selain perubahan sosial di masyarakat, pandemi Covid-19 ini juga menciptakan perubahan perilaku masyarakat. Masyarakat menjadi takut keluar, takut berkerumun, Pandemi mempengaruhi *consumer confidence*. Konsumen menjadi kurang percaya dan takut ketika membeli produk, ini justru menciptakan perubahan perilaku digital masyarakat, yang terus meningkat. Pembelian barang dilakukan dengan aplikasi. Banyak *marketplace* yang sekarang ini menangkap masalah ini dengan menciptakan peluang, dengan cara menawarkan kemudahan di dalam transaksi. Sebagai akibatnya, industri turunannya, yaitu jasa pengiriman barang menjadi meningkat tajam di masa pandemi ini.

Meskipun demikian banyak produk dan jasa yang berbasis massa terkena dampaknya seperti *airlines*, jasa angkutan lainnya, *travel agent*, konser musik, *cinema*/bisokop, *vacation*, *tourism* atau liburan



ditanggihkan, banyak tempat wisata dan obyek wisata sepi pengunjung. Ini tentu saja berdampak pada produk dan jasa penyertanya, seperti: hotel dan *homestay*, *money changer*, *souvenir shop* turun peminat. Bahkan produksi film and tv pun harus menyesuaikan dengan protokol kesehatan dan aturan kesehatan yang ditentukan oleh pemerintah.

Meskipun pemerintah Indonesia tidak melarang dan menutup pasar secara massif, selain terdapat kasus khusus. Pasar modern, seperti *mall*, *department store* mengalami dampaknya di masa PPKM Darurat ini. Banyak jalan yang ditutup terutama yang aksesnya menuju pusat keramaian, menyebabkan *mall*, supermarket dan restoran harus tutup dan menyesuaikan diri.

Ancaman atau Peluang

Jika terjadi sesuatu perubahan, sebuah makhluk hidup tentu akan melakukan adaptasi. Adaptasi adalah proses yang sangat natural. Ini dilakukan oleh setiap makhluk hidup untuk menjaga kehidupannya. Sama halnya dengan makhluk hidup, produk yang mayoritas adalah benda mati (non-hayati), juga mempunyai tantangan yang sama. Perubahan yang adalah sesuatu yang pasti, akan memaksanya untuk beradaptasi. Produk atau bisnis yang tidak mampu beradaptasi akan digilas oleh perubahan tersebut, dan akhirnya mati.

Kita masih bisa melihat biawak, komodo bahkan kura-kura adalah hewan yang sudah hidup di era pra sejarah. Mereka bisa hidup karena mereka mampu beradaptasi dalam perubahan alam yang ekstrim pada masa itu. Jika masa pandemi ini dianggap sebagai sesuatu perubahan yang ekstrim, maka perubahan ekstrim ini dianggap oleh pelaku bisnis sebagai ancaman, atau berkenan untuk dipersepsikan atau dipandang sebagai peluang. Orang bijak mengatakan sesuatu dianggap sebagai ancaman atau peluang, tergantung dari sudut pandang dan orang yang melihatnya. Jika dilihat sebagai ancaman, dan kemudian bersikap takut dan berhenti, ini tentu tidak diharapkan. Tetapi jika melihat ancaman itu menjadi *trigger* atau pemicu munculnya semangat/kekuatan untuk menyikapi perubahan, maka ini menjadi sesuatu yang baik. Apalagi jika mampu melihat perubahan yang terjadi menjadi peluang bisnis.

Di dalam manajemen operasi terdapat keputusan desain produk. Menurut Barry Render dan Jay Heizer dalam bukunya *Operation Management*, keputusan ini adalah keputusan pertama kali yang harus dilakukan sebelum melakukan keputusan lain, seperti desain proses, kualitas hingga *maintanace* (beberapa keputusan dari 10 keputusan operasi). Melalui keputusan desain produk ini, bisnis harus melakukan pengembangan produk baru (*new product development*) yang



berkelanjutan (*continuous*). Banyak ahli sepakat bahwa pengembangan produk yang berkelanjutan adalah *key success factor* dalam bisnis.

Pengembangan Produk (Baru)

Pengembangan produk adalah strategi untuk pertumbuhan perusahaan dengan menawarkan produk baru atau yang dimodifikasi ke segmen pasar yang sekarang. Philip Kotler dan Ghary Armstrong, Dasar-Dasar Pemasaran, Jakarta, Prenhalindo, 1997, hlm. 320. Atau dengan kata lain adalah pengembangan produk adalah strategi perusahaan dalam menciptakan produk baru atau mengembangkan konsep dan gagasan menjadi produk yang dapat diwujudkan. Sementara pendapat lain mengatakan bahwa pengembangan produk (*Product Development*) adalah sebuah upaya yang dilaksanakan oleh perusahaan untuk menambah manfaat, ciri, desain dan layanan pada barang atau jasanya.

Setiap produk tentu saja akan melewati fase daur hidupnya (Siklus Hidup Produk). Produk itu lahir, bertumbuh, dewasa dan pada akhirnya akan mati. Namun, tidak semua produk melewati tahapan ini. Ada produk yang lahir atau diperkenalkan, kemudian masuk ke fase *decline* (penurunan). Ada produk yang sampai dengan hari ini belum melewati fase *decline* atau masih pada fase pertumbuhan. Tetapi yang pasti bahwa produk akan mengalami siklus hidupnya. Bagi perusahaan, hal yang penting adalah agar perusahaan tetap hidup dan produk tetap ada dan bertahan.

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi sebuah kelangsungan hidup sebuah produk. Barry Render dan Jay Heizer menyebutkan beberapa faktor tersebut, yaitu perubahan teknologi, perubahan politik/peraturan, perubahan persaingan, perubahan pelanggan (konsumen) dan perubahan sosiologis dan demografis.

Perubahan teknologi, misalkan munculnya teknologi baru dalam pencetakan gambar atau desain/*digital printing* ini menyebabkan produk papan reklame dengan teknik *airbrush* menjadi mati. Matinya taxi dan angkutan lainnya karena adanya teknologi digital yang diaplikasikan pada produk seperti Gojek dan Grap. Teknologi digital juga tidak hanya menyebabkan matinya produk, tetapi juga menciptakan banyak peluang baru di era sekarang ini. Dimana orang harus berjarak, tidak berkerumun dan bergerombol, maka produk dan layananpun muncul di berbagai macam aplikasi digital berbasis Android atau Ios. Munculnya aplikasi Ruang Guru sebagai salah satu aplikasi dengan platform pendidikan yang mengembangkan produk baru bimbingan belajar secara digital. Hal ini tentu saja akan mengancam lembaga bimbingan belajar yang sudah ada yang masih *off-line*, yang mungkin kurang beradaptasi dengan adanya perubahan dan revolusi digital ini.



Sumber: www.ruangguru.com

Perubahan politik/peraturan, di era pandemi, seperti yang terjadi sekarang ini. Pemerintah sebagai pemegang kebijakan tentu saja sangat berupaya dalam mengendalikan penyebaran penularan Covid-19. Salah satu upaya yang dilakukan pemerintah pusat sekarang ini adalah memberlakukan PPKM Darurat. Beberapa waktu lalu pernah ada PPKM Mikro, sebelumnya PSBB yang merupakan usulan dari pemerintah daerah. Apapun bentuknya, kebijakan ini pasti akan mempengaruhi perubahan mobilitas masyarakat, perubahan perilaku masyarakat. Banyak jalan yang ditutup membuat volume transaksi berkurang, omset jatuh. Hal ini mau ngak mau memaksa para pelaku ekonomi untuk memutar otak. Mencari cara apa yang harus dilakukan untuk bertahan hidup dalam bisnis sekarang ini. Inilah yang menjadi alasan pentingnya pengembangan produk baru untuk setiap bisnis. Seperti yang diuraikan di atas, bahwa dengan kebijakan ini menyebabkan kegiatan *vacation*, *tourism* mengalami penurunan. Sekalipun ini adalah tantangan yang besar, dengan adanya teknologi digital, membantu perusahaan yang bergerak di bidang ini untuk tetap memberikan layanannya dan menciptakan layanan baru (pengembangan produk baru) dengan cara *virtual tourism*.



Sumber: www.arenalte.com



Perubahan persaingan atau munculnya produk substitusi ini juga yang menyebabkan perusahaan harus mau untuk melakukan pengembangan produk baru. Perubahan pelanggan (perubahan perilaku konsumen) merupakan masalah yang dasar dalam pengembangan produk baru. Banyak produk yang lahir biasanya dari pikiran pelanggan, bukan dari pikiran produsen. Banyak produk cenderung mengembangkan produk dari *lead users*, dan tentu saja ini ideal.

Perubahan sosiologis dan demografis bisa menjadi faktor lain yang mempengaruhi pengembangan produk baru. Perubahan ukuran keluarga menjadi masukan dalam pengembangan di bisnis perumahan dan mobil keluarga. Perubahan sosial masyarakat, terjadinya penurunan *consumer confidence*, yang menyebabkan orang takut ke luar rumah, takut berkerumun, tetapi tetap ingin menikmati makan kesayangannya. Peluang ini ditangkap oleh bisnis restoran dengan menyediakan makan di rumah, *dining at home*, sebagai output dalam pengembangan produk barunya.



Sumber: www.mosaic-bali.com

Akhir Kata

Pengembangan produk baru adalah kunci kesuksesan bisnis (*key success factor*). Meskipun ini adalah keputusan pertama yang harus dilakukan dalam membangun bisnis baru. Namun keputusan ini bukanlah keputusan final. Sebab perubahan sebuah keniscayaan dan pasti terjadi. Seperti halnya yang terjadi sekarang ini, dunia mengalami masa pandemi Covid-19. Ini adalah perubahan yang tidak dapat ditolak dan dihindari oleh siapapun termasuk pelaku bisnis. Sebagai pelaku bisnis, mestinya bisa melihat perubahan menjadi peluang, atau ancaman menjadi pemicu/*trigger* pengembangan bisnis. Untuk bertahan dan terus tumbuh di era sekarang ini, jawabannya adalah kemauan untuk pengembangan bisnis dengan cara pengembangan produk baru (*new product development*).



PANDEMI COVID-19 DAN RESHAPING CONSUMER BEHAVIOUR

Dr. Berta Bakti Retnawati, MSI

Dosen Prodi Manajemen FEB Unika
Soegijapranata

Pandemi Covid-19 ini memberi dampak perubahan yang besar dan menghampiri semua sendi kehidupan di seluruh dunia. Perubahan dahsyat bisa diandaikan sebagai perubahan yang bersifat tektonik (*tectonics change*), melihat bukti perubahan dalam cara kita hidup dan bekerja, bagaimana dan di mana orang berbelanja, apa yang kita hargai sebagai sesuatu yang bernilai, dan bagaimana kita melihat situasi di masa depan. Saat beberapa perubahan-perubahan ini bersifat sementara, banyak perubahan lain yang akan tetap berlangsung di waktu yang lama dan dipastikan menjadi perubahan yang baru setelah pandemi bisa diatasi. Karena COVID-19 mengubah lanskap industri dan mempercepat tren mendasar jangka panjang, semakin penting bagi bisnis untuk memahami perilaku konsumen dan memiliki pandangan lengkap tentang tren pasar (Manytoba Analytics, 2020). Pandemi ini telah memaksa perubahan yang seharusnya berlangsung dalam waktu 5-10 tahun menjadi hanya dalam waktu 5-10 bulan. Sisi konsumen pun menjalani kondisi ini dengan *struggling*, awalnya sarat penolakan (*denial*) yang kemudian diikuti dengan resistensi (*resistance*), namun karena dipaksa keadaan, akhirnya banyak orang mencoba, bereksperimen, dan bereksplorasi dan akhirnya berkomitmen untuk melakukan perubahan perilaku yang akhirnya membentuk kebiasaan baru.

Proses *denial-resistance-exploration-commitment* yang dimampatkan dalam hitungan bulan menimbulkan kebiasaan-kebiasaan baru yang muncul tidak lagi dalam hitungan tahun. Perubahan perilaku konsumen yang superdrastis menimbulkan guncangan tidak hanya dari sisi konsumen, tapi juga bagi para pemasar (*marketers*). Pentingnya memahami bagaimana konsumen mengembangkan kebiasaan dari waktu ke waktu tentang apa yang harus dikonsumsi, kapan, dan di mana (Sheth, 2020). Pemahaman menyeluruh perubahan perilaku konsumen akan membantu marketer menghadapi *the whole new world*, diantaranya adalah perubahan gaya hidup (*life style*), preferensi, prioritas, pola pengambilan keputusan oleh konsumen, yang ini semua memunculkan *market's rules of the game* yang sama sekali baru (Yuswohady dkk, 2020). Kondisi ini harus dihadapi bisnis dan pemasar dengan adaptif dan gerak cepat, meski terkadang kegagalan tak terhindarkan dan petunjuk yang seringkali sepenuhnya kabur (*totally clueless*).



Dalam tulisan yang dipublikasikan di Journal of Business Research, Sheth (2020) telah meringkas perubahan-perubahan perilaku konsumen akibat hentakan pandemi Covid-19 yang diringkas sebagai berikut:

1. Hoarding

Ada saat-saat dimana terjadi perilaku penimbunan produk-produk yang penting untuk konsumsi sehari-hari yang berkaitan dengan situasi akibat pandemi, sebut beberapa di antaranya adalah vitamin, obat, masker, desinfektan, APD (alat pelindung diri) dan kebutuhan pokok rumah tangga. Tindakan ini merupakan reaksi umum dalam mengelola ketidakpastian pasokan masa depan produk-produk kebutuhan krusial yang diperlukan dalam kondisi wabah ini. Situasi ini perlu disikapi oleh pengambil kebijakan terkait penyediaan barang di pasar dan munculnya pelaku bisnis yang memanfaatkan situasi dengan menaikkan harga jual dan barang palsu yang bisa merugikan masyarakat.

2. Improvisation

Konsumen belajar melakukan improvisasi saat mengalami kendala, cara-cara baru untuk konsumsi ditemukan. Pandemi telah memaksa situasi yang sebelumnya terikat dengan nilai tradisi seperti pernikahan ataupun pemakaman mengalami perubahan kebiasaan. Layanan media Zoom dalam kegiatan ini menjadi satu pilihan sebagai improvisasi yang inovatif menjadi pilihan terbaik. Berbagai layanan online seperti telemedicine, platform Pendidikan, dan lain-lain menjadi alternative dalam atasi kendala di tengah norma social yang ada, fleksibilitas dan kelincahan (*agile*) adalah kunci hadapi situasi ini.

3. Pent-Up demand

Konsumen menahan diri untuk tidak melakukan pembelian untuk beberapa hal, seperti mobil, property, rekreasi, film, konser, sebagai contoh beberapa permintaan yang dipendam akibat pandemi yang masih berlangsung ini.

4. Embracing Digital Technology

Permintaan terhadap teknologi digital tidak terelakkan lagi saat terjadi pembatasan mobilitas dan dikurangi kegiatan yang membutuhkan pertemuan secara fisik. Layanan teknologi digital seperti Zoom, Microsoft Teams, Google Meet, mengubah dramatis berbagai kegiatan secara virtual yang sebelumnya terjadi secara fisik. Perubahan tektonik atau dramatis terjadi dan mengubah sifat serta ruang lingkup yang ada, termasuk rekomendasi pemasaran produk. Pengaruh *marketing influencer* dengan jutaan pengikut cukup berdampak pada keberhasilan ekuitas merek di benak konsumen. Dampak teknologi digital dan



media sosial memberi pengaruh besar terhadap perilaku konsumen dalam kehidupan sehari-hari

5. *Store Comes*

Adanya pembatasan mobilitas dan anjuran stay at home untuk kesehatan dan kebaikan bersama, mengakibatkan tempat-tempat usaha yang mendatangi konsumen, termasuk dalam hal ini kegiatan dalam pekerjaan dan Pendidikan. Hal ini membalik aliran yang ada dari beragam sector tersebut, konsumen akan menunggu dan berdiam di rumah, sedangkan beragam kebutuhan akan datang pada mereka, termasuk layanan streaming seperti Netflix, Disney yang tentunya memberi kenyamanan dan personalisasi dalam perilaku konsumen. Menjadi perlu ditelaah lagi akan konsep pembelian impulsif konsumen serta pembelian terencana vs pembelian tidak terencana saat “semua di dalam rumah”.

6. *Blurring of Work-Life Boundaries*

Saat konsumen banyak melakukan aktifitas berdiam diri di rumah dan mengurangi mobilitas, akan muncul aktifitas yang kabur antara bekerja, belanja, dan sosialisasi. Beragamnya kebutuhan dan keinginan akan sumber daya terbatas semakin mengaburkan batas antara bekerja dan kehidupan di rumah, kebutuhan akan rumah yang lebih efektif dan efisien yang menunjang beragam aktifitas sangat diperlukan konsumen saat ini.

7. *Reunions with Friends and Family and Empathic Society*

Perubahan dramatis dalam perilaku konsumen sebagai konsekuensi adopsi teknologi baru secara cepat dan universal semakin dipercepat oleh dampak pandemi saat ini. Kegiatan bersosialisasi dengan keluarga besar dan sahabat akan berubah bentuk dari pertemuan fisik pada pertemuan secara virtual. Kondisi ini menumbuhkan empathic society, dorongan melakukan kepedulian dan empati di masyarakat. Perasaan senasib sepenanggungan melahirkan tujuan bersama (common goal) untuk menghadapi secara bersama. Krisis dan bencana kemanusiaan ini menumbuhkan gerakan kepedulian dan aksi solidaritas yang tumbuh dari rasa welas asih dan solidaritas di masyarakat.

8. *Discovery of Talent*

Situasi ini menumbuhkan kreatifitas dan bakat-bakat terpendam yang menjadi sumber kebahagiaan dalam kehidupan masyarakat. Konsumen menemukan dirinya berbakat dalam hobi-bobi baru seperti berkebun, kuliner, bermain musik, dan masih banyak lagi cara kreatif dan baru yang dikelola dengan baik sehingga konsumen menjadi produsen dengan



kemungkinan komersial yang menjanjikan. Youtuber baru bermunculan adalah sebagian dari penemuan bakat yang berhasil dikomersialkan.

Memahami perilaku konsumen dalam masa pandemi dan era *new normal* adalah suatu keniscayaan. Perilaku konsumen yang merupakan proses yang dilalui seseorang dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan bertindak pasca konsumsi produk, jasa maupun ide yang diharapkan bisa memenuhi kebutuhannya. Tindakan dari para konsumen ini bersifat dinamis dan menyesuaikan dengan lingkungannya. Terjadinya pandemi covid19 mempengaruhi segala aspek termasuk aspek ekonomi. Dimana pada aspek ekonomi ini juga berdampak pada perubahan perilaku konsumen.

Dengan perubahan perilaku konsumen ini, pelaku usaha atau perusahaan juga akan menyesuaikan selera yang diinginkan konsumen sehingga mereka akan mengubah berbagai ketentuannya. Perilaku konsumen juga berkaitan dengan literasi keuangan yang mana dibutuhkan bahkan ketika terjadi bencana seperti pandemi covid-19, yang mana hal ini menjadi salah satu tindakan preventif terhadap kondisi keuangan konsumen. Kecepatan memahami konsumen dengan segala warna dan dinamikanya menjadi point penting di masa pasca pandemi nanti. Modal paling berharga adalah kelincahan beradaptasi karena *agility is the most valuable asset for every company and marketer*. Selamat datang dan mari bersama bergerak dalam perubahan-perubahan.



STRATEGI PERUSAHAAN DALAM BERTAHAN DITENGAH PANDEMI COVID-19

**Felicia Aprilian Indraswari,
Gabriela Vialetta**

Mahasiswa Prodi Akuntansi FEB Unika
Soegijapranata

Siapa yang masih asing mengenai pandemi Covid-19? Tentunya semua masyarakat sudah mengetahui tentang virus Covid-19 ini. Corona Virus atau akrab kita dengar dengan Covid-19 adalah virus yang bersifat menular, dan menyebabkan sindrom pernapasan akut (Sumarni, 2020). Virus Covid-19 ini pertama ditemukan di Wuhan, China. Semenjak kemunculannya, penyebaran virus ini sangat cepat dan langsung menyebar ke seluruh dunia, dan menyebabkan munculnya pandemi Covid-19. World Health Organization (WHO) telah menyatakan Covid-19 sebagai wabah global pada tanggal 12 Maret 2020.

Dalam kondisi saat ini, wabah covid-19 ini bukan suatu penyakit yang bisa diabaikan begitu saja. Gejala virus ini sangatlah ringan, hanya sedikit demam dan mirip seperti gejala penyakit influenza, namun ternyata dampak dari virus ini sangat berbahaya dan mematikan. Penularan dari virus ini sangatlah mudah, dan dapat menular melalui udara. Oleh karena itu Pemerintah mengeluarkan bermacam-macam peraturan dan protokol kesehatan, antara lain adalah diwajibkannya menggunakan masker, *social distancing* (jaga jarak), dan juga ada kebijakan *Work From Home* dan Pembatasan Kegiatan. Kebijakan-kebijakan pemerintah ini diharapkan dapat mengurangi penyebaran virus Covid-19. Di tahun 2021 ini, telah muncul varian baru dari virus Covid-19, yang awalnya hanya ada tipe Alpha, kini ada tipe Delta yang disebabkan karena bermutasi virus ini. Penularan dari virus Covid-19 tipe Delta ini lebih mudah dan lebih cepat, namun juga lebih berbahaya dan mematikan. Dilansir dari berita terbaru dari website Nasional Okezone, jumlah kasus Covid-19 per tanggal 10 Juli ini adalah sebanyak 35.094 kasus baru. Dengan demikian total kasus Covid-19 di Indonesia adalah kurang lebih 2.46 juta kasus dengan status sembuh sebesar 2.02 juta kasus dan 64.631 kasus meninggal dunia. Dari angka-angka diatas kita dapat melihat betapa mengerikannya virus ini dan betapa *urgent* keadaan masyarakat global saat ini.



Akibat dari covid-19 ini banyak aspek-aspek pada kehidupan terdampak salah satunya adalah perekonomian dan bisnis yang berada di Indonesia. Munculnya pandemi covid-19 ini menimbulkan keterkejutan bagi individu, rumah tangga, perusahaan makro dan mikro, bahkan perekonomian negara di dunia. Sejak Covid-19 ini datang di awal trimester kedua tahun 2020 kemarin pertumbuhan ekonomi bahkan mencapai -2,07% menurut Badan Pusat Statistik sepanjang tahun 2020. Menurut laporan Kompas pada tahun 2020 karena hal tersebut dapat dikatakan Indonesia mengalami adanya dampak dari krisis ekonomi global dan di Indonesia sendiri karena angka pertumbuhan ekonominya mencapai angka minus hingga pada pertengahan tahun 2020 mencapai -7,6%. Hal ini berdampak pada setiap pelaku ekonomi di Indonesia baik pelaku kecil hingga besar dari UMKM, Pedagang ritel hingga perusahaan besar dan juga perusahaan yang sudah tercatat secara publik seluruh pelakunya mengalami dampaknya. Perubahan ekonomi yang terjadi di sepanjang tahun 2020 hingga pertengahan tahun 2021 ini dipengaruhi dengan adanya perubahan sistem perekonomian yang harus dirubah dan juga penyesuaian terhadap kondisi lingkungan yang dirasa perlu dilakukan adaptasi baru karena aspek ekonomi yang dipengaruhi oleh keadaan sumber daya alam sumber daya manusia dan juga budaya serta komunikasi yang menjadi bagian besar dalam tingkat dan kemajuan serta faktor pendukung perekonomian di Indonesia sebab itulah sepanjang tahun 2020 hingga di pertengahan tahun 2021 ini pembetulan ulang dan adaptasi baru menjadi tindakan yang mempengaruhi tingkat perubahan perekonomian di Indonesia.

Dilansir dari berita terbaru pada (8/7/2021) akibat lonjakan angka covid-19 hingga trimester kedua pada tahun 2021 ini Negara Indonesia menurut laporan Bank Dunia Indonesia ditetapkan pada klasifikasi dan ditetapkan sebagai Negara berpendapatan menengah kebawah karena pendapatan perkapitanya yang sangat rendah yaitu turun mencapai USD 3.979 per kapita pemicunya adalah kondisi perekonomian sepanjang tahun 2020 (Kompas, 2021) dimana penurunan ini diakibatkan oleh banyaknya penurunan kinerja perusahaan sepanjang tahun 2020. Kinerja Perusahaan sepanjang tahun 2020 hingga trimester kedua tahun 2021 ini mengalami dampak yang sangat terlihat. Sektor-sektor perusahaan yang sangat terdampak akibat covid-19 ini hampir pada keseluruhan bidang yaitu baik jasa maupun sektor dagang. Salah satu contoh sektor yang paling terdampak akibat covid-19 ini adalah sektor pariwisata dimana hampir seluruh perusahaan pariwisata harus ditutup akibat covid-19 yang membatasi gerak setiap manusia untuk tidak melakukan aktivitas di luar rumah. Bahkan belum sampai pada akhir tahun sektor yang terdampak sudah banyak yang habis-habisan harus menutup usaha dan juga perusahaan mereka. Hal tersebut diakibatkan karena persaingan usaha



yang semakin ketat dan harus bersaing secara pintar dan juga mampu bertahan di pasar baik secara nasional maupun global. Namun di masa pandemi Covid-19 ini juga ada perusahaan yang justru bisnisnya membaik, contohnya adalah perusahaan yang bergerak di sektor medis dan kesehatan, perdagangan *online* atau *e-commerce*, telekomunikasi, sampai *fast moving consumer goods* (FMGC) seperti obat-obatan, barang elektronik, produk makanan dan minuman kemasan.

Sektor industri dan perusahaan-perusahaan yang terdampak Covid-19 yang tidak mampu mempertahankan perusahaan juga membuat sumber daya mereka turut berdampak yaitu sumber daya manusia dimana banyak dari perusahaan harus melakukan PHK besar-besaran akibat ketidakmampuan perusahaan dalam bertahan dan membiayai lagi sumber daya manusia yang mereka miliki. Dan juga melakukan penjualan aset perusahaan untuk melunasi pinjaman-pinjaman yang belum terlunasi. Hal ini perlu dilakukan akibat adanya daya beli masyarakat yang mengalami penurunan dan juga penghasilan masyarakatnya yang berada di bawah rata-rata seharusnya karena itu perusahaan harus pandai dalam membangun pertahanan pada perusahaan dan juga dapat membayar seluruh kerugian yang mereka miliki. Hal ini ada karena indikator dapat dikatakan menurun adalah pada saat perdagangan industri ritel dan adanya penurunan produksi serta nilai tukar yang berada jauh pada standar yang seharusnya (Raden, 2020)

Pandemi Covid-19 ini memberikan dampak pada kinerja keuangan perusahaan. Dimana pada berita Media Indonesia dijelaskan Perusahaan penyaluran pembiayaan bahkan mengungkapkan bahwa terjadi adanya penurunan pada aliran pembiayaan untuk disalurkan pada perusahaan - perusahaan perseroan menurut laporan pada kuartal 3 dan 4 mengalami penurunan hingga 24% jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya yang masih berada di angka 50% ke atas hal ini menandakan dampak besar covid-19 bahkan juga menyerang bagian dari perusahaan penyaluran pembiayaan sebagai perusahaan yang memberikan dana pada banyak perseroan. Namun CEO perusahaan penyalur dana mengungkapkan pendapat bahwa dengan adanya pandemi covid-19 ini justru sebagai sebuah perusahaan diberikan tantangan baru dan juga kemampuan untuk mengeluarkan ide dan dan serta strategi mereka dalam mempertahankan perusahaan yang mereka miliki. Hal ini juga bisa menjadi gebrakan baru di masa depan untuk lebih berjalan fleksibel dan juga dapat beradaptasi di tengah situasi sulit. Karena dengan bertahan baik di situasi sulit perusahaan bisa dikatakan sebagai perusahaan yang baik dan juga bersaing dengan baik dengan pesaing lainnya.



Dapat dilihat bahwa efek covid-19 ini nyatanya membawa dampak tidak mengarah pada ekonomi saja melainkan juga pada dampak positif. Untuk dampak negatif sendiri bisa dilihat bahwa masyarakat banyaknya kegiatan ekonomi terhambat salah satunya adalah kegiatan ekspor dan impor kegiatan ini cukup terhalang besar karena perlu menerapkan prosedur baru yang perlu diterapkan. Karena hal tersebut tentu saja perusahaan-perusahaan besar yang biasanya memasarkan produk mereka atau memiliki kerjasama besar pada perusahaan luar akan mengalami hambatan dan juga kesulitan dalam proses keberlangsungan perusahaan mereka selama masa pandemi covid-19 ini. Maka dari itu perusahaan-perusahaan ini harus lebih pintar-pintar dalam menyelami pasar agar tetap bisa bertahan di kondisi dan situasi seperti ini untuk dapat mempertahankan kinerja perusahaan mereka baik secara manajemen, keuangan dan juga bisnis yang mereka bangun. Setelah melihat sisi negatifnya melihat dari sisi positifnya disini perekonomian Indonesia justru dapat mengoptimalkan pendapatan secara domestiknya dimana apabila keuntungan eksternal belum bisa didapatkan karena kondisi yang terhalangi dilansir pada berita Finance pada Detik dikatakan bahwa selama ini mungkin karena Indonesia terlalu mementingkan kegiatan ekspor sebagai sumber pertumbuhan eksternal ekonomi membuat banyak masyarakat juga kebanyakan banyak yang mungkin masih belum tahu apa saja yang dimiliki perusahaan-perusahaan di Indonesia karena itu dengan adanya covid-19 pengoptimalan dan juga menggerakkan ekonomi di Indonesia bisa jadi sasaran yang bisa dikembangkan dan juga mengembangkan serta meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Baik dengan kreasi ataupun investasi secara domestik. (sumber: Finance.Detik.com)

Pada masa pandemi ini, strategi yang dapat diterapkan oleh perusahaan adalah strategi untuk bertahan, bukan strategi untuk memperoleh keuntungan atau berkembang. Penyesuaian internal diperlukan untuk membuat perusahaan bertahan, seperti misalnya efisiensi belanja. Perusahaan harus dapat menganalisis hal-hal apa saja yang penting untuk dibeli dan amna ha-hal yang bisa ditunda pembeliannya. Peran pemimpin juga penting dalam mencari strategi perusahaan untuk bertahan di masa pandemi ini. Di masa wabah Covid-19 seperti ini, diperlukan pemimpin yang kreatif dan memiliki pandangan jauh ke depan. Kreatif yang dimaksud disini adalah pemimpin yang memiliki sikap dapat mengambil peluang dalam setiap kesempatan. Dan pemimpin yang memiliki pandangan jauh ke depan juga sangat diperlukan agar tidak terus menerus merasa terpuruk oleh karena pandemi. (sumber : uii.ac.id)

Dalam rangka mempertahankan eksistensi perusahaan, persaingan usaha menjadi semakin ketat. Para pelaku bisnis dan usaha berusaha



sangat keras untuk mempertahankan usahanya dengan menerapkan langkah-langkah strategis demi menjaga kelangsungan usahanya (Rosmadi, 2021). Contoh strategi yang dilakukan oleh para pelaku usaha adalah dengan menggencarkan pemasaran bisnis secara online dengan menggunakan berbagai platform dan sosial media. Strategi tersebut adalah strategi yang paling tepat diterapkan dalam masa pandemi ini, sehingga strategi ini perlu dimanfaatkan secara optimal agar kelangsungan usaha dari para pelaku bisnis dan usaha tetap terjaga. Dalam (Ulya, 2020; Riyadi, Mahkota, & Suyadi, 2014; Kaplan, 2012) dinyatakan bahwa strategi bisnis yang tepat untuk memasarkan suatu produk atau hasil usaha di masa pandemi Covid-19 ini adalah dengan melalui media pemasaran elektronik, yang mana antara produsen dan konsumen tidak perlu bertemu secara langsung sehingga mengurangi penyebaran virus Covid-19 dan juga jangkauan pemasaran dari strategi ini sangat luas. Dalam penelitian empiris yang dilakukan oleh Bastian (2015), Jermias (2008) dan O'Brien (2003) dapat dinyatakan bahwa penggunaan teknologi informasi melalui sosial media merupakan salah satu strategi yang tepat untuk memasarkan hasil produksi dengan tanpa batas.

Kemajuan teknologi yang ada saat ini juga memudahkan berbagai transaksi dengan media elektronik, yang mana hal tersebut juga memudahkan para konsumen untuk memperoleh barang-barang kebutuhannya dengan mudah tanpa perlu bertransaksi secara tatap muka. Secara tidak kita sadari, kemajuan teknologi ini memberikan kemudahan bagi seluruh masyarakat terutama para pelaku usaha. Hal ini karena adanya transformasi digital yang semakin maju dan semakin genjar bahkan sebelum adanya pandemi transformasi kegiatan digital memang berada dalam proses pertumbuhan dan perkembangan yang semakin besar. Sejak munculnya Pandemi platform digital ini lah yang mulai menjadi salah satu penunjang seperti yang dikatakan di awal bahwa media digital inilah menjadi salah satu sumber komunikasi, transaksi dan juga media mediasi bagi seluruh kegiatan baik ekonomi, pendidikan bahkan kegiatan sekecil apapun seperti perayaan mulai diadakan secara online melalui digital agar semua kegiatan yang tertunda bisa tetap dilaksanakan dengan sebaik mungkin walaupun hanya melalui media digital.

Strategi lain yang dapat digunakan adalah dengan tanggap akan situasi dan kondisi yang terjadi, dan juga berinovasi agar kebutuhan pasar secara online dapat terpenuhi dan perusahaan dapat bertahan di situasi ini. Perusahaan juga perlu belajar dari kompetitornya. Keunikan produk dari suatu perusahaan juga perlu ditingkatkan agar dapat membangkitkan minat pasar terhadap produk perusahaan. Dan juga, perusahaan juga harus tanggap dalam menghadapi dan mendengarkan



keluhan atau kritik pelanggan, dan melakukan perbaikan produk agar loyalitas pelanggan tetap terjaga.

Untuk menghadapi masa pandemi ini, dapat menggunakan teori BCM (Business Continuity Management) untuk mengetahui bagaimana strategi adaptasi di tengah pandemi. Beberapa poin penting dalam teori ini adalah pentingnya membuat rencana dengan fleksibilitas oleh perusahaan. Poin penting lainnya adalah melakukan identifikasi aset. Identifikasi aset perlu dilakukan baik dari sisi organisasi dan pemerintah. Identifikasi aset ini digunakan untuk mengetahui aset mana yang penting dan dapat menghasilkan pendapatan, dan aset mana yang dapat dilikuidasi untuk menjamin cash flow perusahaan (Sumber : uii.ac.id).

Beberapa perusahaan besar yang sudah tercatat pada Bursa Efek Indonesia ini kerap dikatakan berhasil dalam menghadapi pandemi covid-19 yang luar biasa ini. Menurut penilaian Economic Marketing Brand Award 2021 didapatkan kesimpulan 3 teratas perusahaan yang dapat berhasil bertahan mempertahankan perusahaan mereka baik dari segi brand dan merek serta persaingan pasar dengan perusahaan lain antara lain adalah. PT.Bintang Teojdoo, PT.Yakult Indonesia Persada Dan juga PT.Mayora Indah Tbk. 3 perusahaan ini adalah perusahaan yang berhasil menguasai persaingan pasar dan dapat bertahan dengan baik bahkan di tengah situasi sulit pandemi ini. PT.Bintang Toedjoe memiliki latar belakang sebagai perusahaan farmasi yang tentu dibutuhkan dan juga perlu memiliki strategi baru untuk bisa terus bersaing di pasar apalagi kebutuhan obat sangat diperlukan di tengah pandemi. Lalu 2 perusahaan lainnya yaitu PT.Yakult Indonesia persada dan PT.Mayora Indah Tbk sebagai perusahaan dengan latar belakang consumer good dimana menjual kebutuhan pangan dan juga jenis-jenis konsumsi makanan yang dimana sangat diperlukan di tengah pandemi dan banyak dicari ini menjadikan kedua perusahaan memiliki keunggulan dan semakin dicari oleh kalangan masyarakat. Tak hanya itu sistem kerja dan juga menilai pasar baik kinerja internal dan eksternal perusahaan juga menjadi faktor penentu perusahaan tersebut telah berhasil bertahan dengan cara mereka.

Sebagai Negara yang memiliki banyak aspek kehidupan dalam menunjang kestabilan negaranya salah satunya perekonomian dengan adanya wabah pandemi covid-19 ini hal pertama dan utama yang perlu dilakukan adalah pertahanan agar seluruh pondasinya tetap kuat dan juga tetap bisa melakukan banyak aktivitas di tengah pandemi ini. Karena itulah pertahanan dan strategi bisnis perusahaan baik dari segi keuangan, manajemen dan operasionalnya perlu memiliki keseimbangan dan juga kerjasama yang teratur dan baik serta tetap berpegang pada tujuan utama perusahaan. Strategi khusus apapun itu bentuknya



perusahaan yang sudah berhasil bertahan di tengah pandemi ini adalah perusahaan yang sudah bisa menerapkan ketiga segi pandangan dan aspek yang perlu diperbaharui dan menemukan cara alternatif yang baik untuk mempertahankan bisnis mereka. Tak hanya itu melihat kemajuan teknologi, komunikasi, serta kemajuan bisnis global yang semakin berkembang bisa dijadikan dasar dan juga pemanfaatan utama dalam mempertahankan kinerja perusahaan agar tetap kokoh dan juga memiliki pertahanan yang baik.





MEMPERTAJAM DAYA PREDIKSI DI MASA PANDEMI

**Agung Sugiarto.,SE.,MM.,M.Ec.Dev.,Ak.,
CA.,CPA.,MAPPI (Cert).,CRBC**

Dosen Prodi D3 Perpajakan
FEB Unika Soegijapranata

Setelah membaca ToR dalam rangka penulisan opini atau gagasan pada event FEB Knowledge Festival, penulis tertarik untuk menuliskan pengalaman praktik yang kami miliki selama masa pandemi COVID-19 (yang notabene masih berlangsung sampai dengan tulisan ini selesai dibuat). Terjadinya pandemi COVID-19 yang melanda seluruh wilayah di dunia, memang tidak pernah diantisipasi oleh negara manapun didunia sebelumnya. Wabah penyakit dalam skala masif yang pernah terjadi sebelumnya adalah pada tahun 1918-1920, yakni ketika flu Spanyol melanda hampir seluruh negara di dunia. Tercatat tidak kurang dari 100 juta jiwa menjadi korban pandemi tersebut⁷ yang terjadi selama kurun waktu kurang lebih 2 tahun.

Pandemi COVID-19 yang secara resmi mulai terdeteksi di Wuhan, China pada Desember 2019 dalam waktu tidak lebih dari enam bulan telah melanda hampir seluruh negara di dunia. Indonesia secara resmi melaporkan berjangkitnya virus ini pada pekan kedua maret 2020. Terkait konteks judul yang penulis susun dalam artikel ini, hal yang cukup menarik adalah kontras situasi dunia antara tahun 1918-1920-an atau awal abad ke-20 yakni ketika wabah flu Spanyol melanda dunia dengan situasi saat ini. Setidaknya secara umum dapat kita ketahui teknologi kesehatan, informasi dan kompleksitas dunia usaha belum secepat, secanggih dan semasif saat ini. Jelas pada tahun 1920-an teknologi internet belum dilahirkan. Bursa efek maupun komoditas serta pasar keuangan masih didominasi negara-negara di Eropa dan Amerika Serikat, demikian pula dengan jenis instrumen investasi yang dapat dikatakan masih relatif “tradisional”. Penulis menggunakan kata tradisional disini dalam arti mudah di prediksi arah pergerakannya secara awam, sebagai contoh harga komoditas bahan hasil alam yang dapat diprediksi melalui *supply* dan *demand* berdasarkan musim. Namun situasi yang jauh berbeda terjadi pada tahun 2020 sampai dengan saat ini, dimana ragam jenis atau instrumen investasi dan keuangan telah berkembang sangat pesat, bahkan telah mencapai level turunan

⁷ <https://covid19.go.id/p/berita/belajar-dari-sejarah-pandemi-flu-spanyol-1918>



(derivatif) dari instrumen induknya. Bagi para pembaca yang memiliki latar belakang pendidikan ilmu ekonomi secara luas, tentu dapat memahami betapa kompleksnya melakukan analisis valuasi instrumen-instrumen keuangan tersebut pada saat kondisi ekonomi masih dikatakan stabil, apalagi pada saat situasi dalam kondisi berfluktuasi dan masih tidak jelas arah penyelesaiannya seperti saat ini.

Ketika pertama kali diumumkan status pandemi COVID-19 di Indonesia yaitu pada medio Maret 2020, penulis yang sehari-hari berprofesi sebagai Penilai Publik (yang mana tugas profesional utamanya adalah memberikan opini nilai ekonomis atas aset berwujud), masih memiliki rasa optimis atas arah penyelesaian pandemi COVID-19. Berbagai sumber literatur, kegiatan webinar, workshop (kesemuanya dilakukan secara daring dan menjadi pengalaman baru pada masa pandemi) penulis ikuti untuk memperoleh *insight* yang sekiranya bermanfaat dalam mendukung tugas profesional penulis sehari-hari, terutama untuk memperoleh basis atau dasar asumsi dalam membangun proyeksi keuangan/ bisnis. Hal tersebut kesemuanya memiliki inti tujuan yakni mampu menyediakan hasil analisis yang reliabel dan memiliki dasar asumsi yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Situasi yang kita dan seluruh penduduk dunia alami bersama ini memang membuka sebuah “lubang hitam”/ *black hole* (jika meminjam istilah dalam ilmu fisika) yang menyisakan tanda tanya besar, setidaknya pada “kapan” selesainya situasi pandemi ini. Pada salah satu kegiatan workshop yang pernah penulis ikuti, dengan pembicara tunggal yaitu salah satu “guru” ilmu valuasi ternama dunia yaitu Aswath Damodaran yang diselenggarakan pada 13-14 Oktober 2019⁸ pertanyaan klasik yang cukup menarik adalah bagaimana menentukan proyeksi tahap akhir (*terminal value*) dari sebuah proyeksi bisnis? Seringkali jawaban “guyonan” dari para ahli atas pertanyaan tersebut adalah akan terdapat 100 jawaban berbeda dari 50 ahli yang ditanya, artinya memang tingkat ketidakpastian dalam melakukan prediksi *by default* memiliki tingkat variabilitas yang tinggi, atau dengan kata lain menyisakan tingkat ketidakpastian yang besar. Berbagai asumsi dapat dibangun dalam mengembangkan proyeksi bisnis, tentu dengan dasar/ basis asumsi yang valid dan reliabel.

Kondisi dalam membangun asumsi tidak menjadi masalah besar ketika situasi perekonomian secara umum relatif stabil. Berbagai sumber rujukan baik berupa data-data sekunder maupun intuisi pengusaha, acap kali tepat sasaran ketika dipergunakan, namun hal ini menjadi

⁸ I-Deals Network Intense Workshop on Business Valuation, Singapore 13-14 November 2019



pengecualian ketika kondisi perekonomian dalam situasi pandemi seperti saat ini. Hampir dapat dipastikan amat jarang (atau bisa dikatakan hampir tidak ada) pelaku usaha maupun analis yang pernah mengalami situasi pandemi Flu Spanyol tahun 1920 yang masih aktif (atau bahkan hidup) sampai saat ini, dimana keberadaan pelaku sejarah dapat menjadi salah satu rujukan dalam melakukan analisis proyeksi bisnis (tentu melalui *profesional judgment* mereka). Situasi yang penuh ketidakpastian ini membutuhkan langkah kerja yang tepat dan cepat, meski ditengah-tengah kondisi yang *volatile*.

Kurang lebih 1 bulan setelah pemerintah menetapkan status situasi pandemi COVID-19 dengan segala bentuk pembatasan yang diterapkan, maka kegiatan perekonomian mulai terpengaruh. Sektor-sektor usaha yang berkaitan langsung dengan interaksi masyarakat secara aktif mulai merasakan dampaknya, seperti pembatasan kegiatan transportasi, pembatasan sosial bagi masyarakat, sekaligus dampak kesehatan yang ditimbulkan dari pandemi ini mengalami eskalasi yang sangat cepat. Kondisi ini menimbulkan tanda tanya besar bagi kami yang sehari-hari melakukan pekerjaan dalam proyeksi bisnis/ usaha, kira-kira kapankah akhir dari situasi ini? Bagaimana dampak akhir yang ditimbulkan dari kondisi pandemi ini pada sektor usaha?

Kebingungan kami rasakan pada awal-awal kondisi tersebut karena sebelumnya seperti telah penulis sampaikan diatas, kondisi perekonomian relatif dapat diprediksi meskipun dengan tetap adanya tingkat deviasi pada hasil akhirnya. Berbagai referensi dan kegiatan diskusi baik formal dan informal penulis lakukan bersama kolega maupun asosiasi profesi, serta berdiskusi dengan berbagai sumber kompeten di bidangnya. Pendapat/ perspektif, tips praktis dan referensi dapat penulis peroleh dari sumber-sumber tersebut, dan semuanya bermuara pada satu kesimpulan akhir yakni optimalisasi basis data ilmiah yang memiliki karakteristik sama dengan situasi/ kondisi pandemi saat ini, serta lakukan proyeksi dengan basis konservatif, sebagai bentuk kehati-hatian dalam membangun asumsi. Penulis sepakat dengan konsep ini, mengingat makin kemari, arah penyelesaian kondisi pandemi belum menunjukkan arah penyelesaian (setidaknya jika kita melihat pada 2 episentrum terbesar terjadinya pandemi COVID-19 di dunia pada saat tulisan ini dibuat, yaitu: India dan Brazil).

Langkah pertama yang penulis lakukan ketika awal-awal masa pandemi adalah berupaya mengumpulkan sebanyak-banyaknya sumber rujukan yang relevan, yang mampu memberikan gambaran time horizon terjadinya sebuah bencana yang bersifat *catastrophic*. Terdapat satu sumber referensi yang menarik dan relatif valid menurut pendapat penulis, yakni publikasi yang diterbitkan Global Rescue bersama World



Travel and Tourism Council (WTTC) tahun 2019 yang berjudul “Crisis Readiness”.⁹ Dalam publikasi tersebut, WTTC merangkum berbagai kejadian baik bencana alam, bencana wabah penyakit, kejadian terorisme maupun situasi krisis politik yang terjadi di dunia dalam kurun waktu 2002 sampai 2019 serta dampaknya pada perbaikan/ *recovery* perekonomian setempat, baik dari aspek waktu yang dibutuhkan, maupun estimasi dampak kerugian ekonomis yang ditimbulkan.

CRISIS	CRISIS DATE	IMPACT DEPTH*	MONTHS FROM CRISIS START TO RECOVERY	LOST ARRIVALS (THOUSANDS)**	LOST SPENDING (US\$ MILLIONS)
DISEASE					
UK FOOT AND MOUTH	FEB-01	10%	35	1,347	2,295.3
CHINA SARS	FEB-03	35%	16	4,588	4,602.7
SINGAPORE SARS	FEB-03	20%	07	1,472	1,022.7
TAIWAN SARS	FEB-03	28%	25	871	1,043.1
HK SARS	MAR-03	17%	14	1,382	1,000.6
SAUDI ARABIA MERS	JUL-12	21%	-	5,599	1,444.1
SIERA LEONE EBOLA	MAY-14	70%	23	308	67.0
GUINEA EBOLA	MAY-14	40%	21	-	75.0
IVORY COAST EBOLA	FEB-14	15%	10	78	98.3

Sumber: Global Rescue-WTTC, 2019

Peraga 1

Hasil menarik ditampilkan dari hasil riset yang dilakukan oleh WTTC bersama Global Rescue tersebut, kisaran waktu yang dibutuhkan agar *recovery* terjadi terhitung sejak sebuah wabah terjadi adalah 10 bulan (waktu tercepat yakni wabah virus Zika tahun 2016) dan terlama yang dicatat adalah penyakit kuku dan mulut di Inggris yakni 35 bulan pada tahun 2001. Yang juga menarik adalah tingkat dampak kematian dari berbagai pandemi yang terjadi diatas, dimana tertinggi terjadi ketika virus ebola mewabah di Afrika tahun 2014 sebesar 70%, sedangkan untuk penyakit-penyakit terkait sistem pernafasan (serupa dengan COVID-19) berkisar 11%-28%. Hasil riset yang dilakukan WTTC tersebut setidaknya menurut penulis memberikan “pegangan/ dasar” bagi para pelaku usaha, guna memprediksi durasi waktu yang diperlukan dalam penanggulangan bencana pandemi COVID-19, tidak sempurna memang karena pelbagai faktor eksternal memang berpengaruh pada proses penanganan pandemi ini, selain itu dari segi wilayah penyebaran pandemi COVID-19 meliputi hampir seluruh negara di dunia tanpa kecuali. Hal ini memerlukan penyesuaian di sana-sini bagi penulis guna menyesuaikan dengan kondisi yang ada, namun setidaknya gambaran tentang *time horizon* bisa didapatkan ketika melakukan proyeksi.

⁹ Crisis Readiness (World Travel and Tourism Council, 2019)



Pada kesempatan lain dalam sebuah kegiatan webinar yang lebih spesifik terkait bidang pekerjaan penulis sebagai Penilai Publik, yang diselenggarakan oleh Hospitality Valuation Service (HVS) yakni sebuah biro konsultan dan riset khusus *hospitality industry* dari Amerika Serikat. Webinar berjudul “*Global Hotel Performance and Value: Now and Moving Forward*” yang diselenggarakan pada 8 September 2020 tersebut menyajikan hasil riset yang juga menurut hemat penulis sangat berguna dalam membangun asumsi dalam sebuah proyeksi keuangan, terutama dalam penilaian properti hotel yang kita ketahui bersama merupakan salah satu jenis properti paling terdampak dari sisi bisnis pada masa pandemi COVID-19 ini. Hasil riset yang dilakukan oleh HVS mengindikasikan bahwa rata-rata tingkat okupansi hotel di pasar regional Amerika, Asia Pasifik, Eropa, Timur Tengah dan India mengalami kontraksi yang sangat signifikan, dari kisaran 65% - 70% pada tahun 2019 terjun ke kisaran 35% - 40% pada tahun 2020 pada awal terjadinya pandemi, sebuah kondisi yang mengisyaratkan situasi “gawat” pada industri perhotelan.



Sumber: HVS, 2020¹⁰

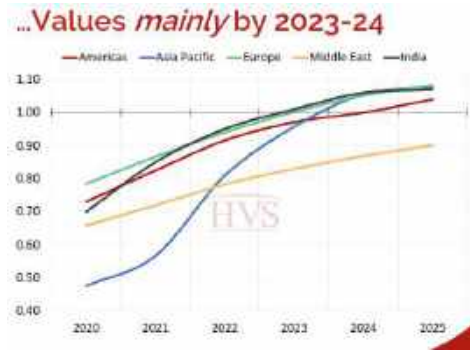
Peraga 2

Dalam hasil riset tersebut juga nampak bila HVS memperkirakan proses perbaikan kondisi terkait pandemi setidaknya akan memakan waktu 3-5 tahun, yang artinya bagi sektor industri perhotelan setidaknya tahun 2025 merupakan awal kembalinya posisi tingkat okupansi pada level normal sebelum pandemi terjadi. Pada kesempatan yang sama HVS juga memberikan estimasi hasil risetnya perihal rata-rata kondisi nilai properti

¹⁰ Materi webinar *Global Hotel Performance and Value: Now and Moving Forward* (HVS, 2020)



hotel di pasar regional Amerika, Asia Pasifik, Eropa, Timur Tengah dan India, dikaitkan dengan estimasi tingkat okupansi sebelumnya.



Sumber: HVS, 2020¹¹

Peraga 3

Rata-rata nilai properti hotel di 5 kawasan regional utama dunia mengalami koreksi 20% - 50% apabila dibandingkan dengan nilai sebelum masa pandemi. Proyeksi yang sama juga tersaji, setidaknya dibutuhkan waktu setidaknya sampai tahun 2024-2025 bagi sektor perhotelan untuk dapat mencapai nilai ekonomis propertinya kembali sama sebelum masa pandemi. Hasil riset yang tidak terlampau “njlimet” tersaji dan dengan bahasa awam tersampaikan tersebut, secara pribadi sangat membantu penulis dalam melakukan analisis.

Tulisan singkat mengenai pengalaman sederhana yang penulis alami dalam menjalankan praktik profesi, yang tertuang dalam tulisan ini setidaknya mampu menjadi sarana “berbagi cerita”, terutama bagi pembaca mahasiswa. Situasi yang mengharuskan kita semua merubah dengan instan cara kita bekerja, belajar maupun bersosialisasi ini mau tidak mau harus kita hadapi dan lalui. Keberadaan teknologi informasi sangat mendukung transformasi kebiasaan baru yang kita laksanakan, bahkan sangat membantu kita dalam memperoleh akses informasi yang jumlahnya tak terbatas guna mendukung tajamnya daya analisis kita dalam melakukan prediksi di masa pandemi. Namun satu hal yang pasti, bagaimana kita mengoptimalkan dan mendayagunakan potensi teknologi informasi yang ada.

¹¹ Materi webinar *Global Hotel Performance and Value: Now and Moving Forward* (HVS, 2020)



PERANAN “GIG ECONOMY” MENGHADAPI PANDEMI COVID-19

Gumilang Widiatmo

Alumni Progdi Magister Manajemen
FEB Unika Soegijapranata

Sejak kemunculan wabah Covid-19 pertama kali Bulan Desember 2019 lalu di Wuhan, China dan masuk ke Indonesia sekitar bulan Maret 2020 telah membawa dampak yang luar biasa menjalar ke semua aspek. Seluruh pemerintah di berbagai negara, termasuk pemerintah Indonesia, telah menerapkan strategi “Work From Home” (WFH) untuk mengurangi kemungkinan penyebaran pandemi di tengah wabah Covid-19 dengan mewajibkan aktivitas kerja online dan pembelajaran jarak jauh (*online distance learning*) di rumah dengan meliburkan sejumlah perkantoran dan kampus-kampus. Efeknya menjalar ke semua aspek tanpa pandang bulu, dari usaha kecil hingga usaha besar semua terkena dampaknya, terjadi penurunan jumlah omset usaha berimbas pengusaha banyak yang gulung tikar. Bahkan banyak pekerja dan karyawan pabrik atau perusahaan yang terkena PHK masal, ini tidak terjadi di Indonesia saja tetapi di Amerika yang notabene sebagai negara “*Super Power*” pun dapat mengalami krisis, jadi dapat diketahui bahwa ini merupakan krisis global yang tidak bisa dipandang sebelah mata.

Pandemi Covid-19 telah menciptakan bencana kesehatan, krisis bisnis, keuangan dan ekonomi dunia yang belum pernah terjadi sebelumnya. Sangat mengherankan sekali bila kita lihat ke jaman dahulu sekitar satu abad yang lalu terjadi wabah Flu Spanyol pada tahun 1918 yang telah membunuh jutaan orang. Kejadian ini terjadi setelah berakhirnya Perang Dunia I yang lalu, yang dapat dikatakan sesuatu hal yang sangat jarang terjadi atau langka. Wabah virus Corona sangat menular hingga menyebabkan lonjakan jumlah pasien dengan masalah saluran pernapasan akut, hingga Rumah Sakit mengalami kekurangan tenaga medis dan fasilitas kesehatan karena sumber daya medis yang terbatas. Pada saat yang bersamaan, mengganggu berbagai kegiatan perusahaan dan merusak ekonomi dunia. Untuk berbagai tingkat, kegiatan produksi, logistik, dan konsumen semuanya telah terpengaruh.

Tak hanya aspek kesehatan, bisnis dan ekonomi saja yang terkena dampaknya melainkan juga mempunyai efek sosio-psikologis terhadap pribadi seseorang, yang berakibat kecemasan dan kekhawatiran banyak orang tertular virus yang berbahaya ini sehingga rentan adanya fobia dengan transportasi umum, bertemu banyak orang, belum lagi kecemasan ketika tiap hari mendengar berita jumlah kasus meningkat



dan berita kematian akibat positif corona. Masyarakat lebih cenderung menjadi paranoid sendiri dengan pandemi yang sudah lebih dari setahun melanda, bahkan ditambah lagi dengan munculnya varian baru Covid-19 yaitu varian Delta yang masuk ke Indonesia yang disebut-sebut lebih berbahaya. Terlebih lagi banyak orang mengalami masalah psikologis akibat terkena pemutusan hubungan kerja (PHK) oleh perusahaan tempat bekerja yang akan berdampak buruk pada masalah kesehatan mental seseorang dan meningkatnya jumlah angka pengangguran berimbas pada menurunnya tingkat kesejahteraan dan ekonomi masyarakat dalam jangka panjang.

Bahkan yang sedang viral di media sosial baru-baru ini adanya penertiban PPKM oleh aparat yang menyirami tempat pedagang berjualan dengan air dan mengambil paksa kursi-kursi untuk barang dagangan mereka. Hal ini menjadi masalah bagi pedagang kecil (wong cilik) yang kalau tidak berjualan pasti tidak akan mendapatkan penghasilan, yang tidak seperti karyawan bahkan para aparat yang tetap digaji dan bahkan mendapat tunjangan dalam melakukan penertiban PPKM. Dilema yang terjadi adalah, antara menjaga kesehatan dengan tetap di rumah atau mengurangi jam kerja, yang akan mengurangi penghasilan untuk menafkahi keluarga.

Menurut data dari Badan Pusat Statistik, hingga tahun 2020 penduduk Indonesia masih terkonsentrasi di Pulau Jawa yang dihuni sekitar 151,59 juta jiwa atau sebanyak 56,10 % dari total penduduk Indonesia. Maka dari itu sangat tepat bila pemerintah mengadakan PPKM Darurat di Jawa-Bali supaya dapat menurunkan laju tingkat penyebaran jumlah kasus orang yang terpapar Virus Corona. Tetapi timbul pertanyaan, siapakah masyarakat Indonesia menghadapi PPKM Darurat ini yang bersifat lebih ketat dan tegas dibanding PPKM sebelumnya? Mengingat mayoritas masyarakat di Indonesia adalah pekerja informal yang berjumlah lebih banyak daripada pekerja formal, dengan jumlah pekerja informal sebanyak 74 juta jiwa dan pekerja formal sebanyak 55 juta jiwa pada tahun 2019 (Lokadata, 2021). Artinya, hanya pekerja formal (karyawan, PNS, dosen) yang tetap teratur mendapatkan *income* apabila melakukan WFH, sementara pekerja informal (pedagang, buruh harian) tidak mendapatkan pemasukan apabila tidak berdagang atau bekerja di pabrik. Resikonya apabila pedagang tetap nekad berjualan, tentu saja terkena resiko akan ditindak tegas oleh aparat.

Memang harus ada *health* dulu sebelum ada *wealth*, karena krisis Covid-19 adalah krisis kesehatan yang berdampak pada multi dimensi sektoral. Banyak supermarket, kafe-kafe, toko atau pusat perbelanjaan di Indonesia yang ditutup selama PPKM berlangsung. Tetapi implikasi yang timbul adalah pasti ada kebutuhan mendesak bagi rakyat untuk



memikirkan cara demi kelangsungan hidup, terutama masyarakat yang menggantungkan hidupnya dengan mencari nafkah di sektor tersebut. Menurut opini penulis, kita sebagai rakyat hendaknya harus menjadi warga negara yang baik dengan tetap menaati peraturan pemerintah. Kita tidak bisa memberontak apalagi melakukan tindakan anarkis, yang tidak dapat menemukan solusi malahan dapat membuat masalah baru. Akan tetapi, mau tidak mau, roda bisnis dan perekonomian harus tetap berjalan, tidak mungkin hanya diam menunggu pandemi yang entah kapan berakhir sehingga pelaku usaha harus mencari cara untuk mengubah model bisnis mereka agar dapat beradaptasi dengan situasi saat ini.

Bisa dilihat bahwa suatu perusahaan yang sudah terkenal dengan salah satu produksi, misalnya brand pakaian dalam pria, secara mengejutkan mengubah *core business* mereka dengan lebih banyak berfokus memproduksi masker dengan memberi label atau logo brand milik perusahaan itu sendiri. Tak sedikit pula para pelaku bisnis kecil dan menengah yang banting setir dengan memproduksi masker kain dengan kreasi khas masing-masing agar dapat bertahan hidup menghadapi krisis. Menariknya, dibalik krisis yang membawa dampak buruk multi dimensi justru membawa keuntungan dan peluang baru bagi sejumlah industri tertentu yang meraup keuntungan yang luar biasa hingga triliunan rupiah selama pandemi yang diperoleh dalam waktu 3 bulan saja sejak *lockdown* mulai diterapkan di sejumlah negara. Industri tersebut adalah industri di bidang teknologi yang sangat membantu sekali dalam situasi *social distancing* seperti saat ini, yaitu Zoom yang memungkinkan untuk melakukan interaksi jarak jauh seperti kegiatan pembelajaran jarak jauh (*online distance learning*) bagi para siswa dan mahasiswa yang dilakukan oleh pihak sekolah dan universitas, hingga rapat kantor atau *conference* tetap berjalan dengan baik.

Hal ini menjadi bukti bahwa teknologi digital ini dapat menjadi sebuah transformasi bisnis yang sangat esensial terlebih di masa pandemi ini. Hasil survey penelitian dari Ekonomi Oxford dan Huawei (2017), membuktikan bahwa ekonomi digital telah tumbuh 2,5 kali lebih cepat dari pertumbuhan ekonomi non-digital dan telah memberikan kontribusi sebanyak 35% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) pada sejumlah negara maju dari tahun 2000 sampai tahun 2015. Dapat kita simpulkan bahwa pertumbuhan ekonomi digital penting pertama karena menawarkan potensi peningkatan standar hidup bagi masyarakat yang tinggal di negara berpenghasilan rendah dan menengah.

Terkait dengan ekonomi digital, salah satu alternatif yang bisa dilakukan dalam situasi seperti ini adalah dengan melakukan aktivitas "*gig economy*". Menurut Investopedia (2021), *gig economy* dapat diartikan



sebagai aktivitas pekerjaan yang fleksibel yang melibatkan hubungan dengan klien atau pelanggan menggunakan sebuah platform online dimana pekerjaan dapat ditransaksikan dan pengguna bekerja kapan pun mereka mau, serta metode pembayaran dilakukan per tugas yang telah disepakati sebelumnya. Dengan kata lain, hal ini merupakan suatu pola kerja baru dimana orang tidak perlu lagi berangkat ke kantor atau melakukan usaha di luar rumah tetapi cukup menukar keahlian mereka dengan uang. *Gig economy* ini secara harfiah dapat dijabarkan dari katanya yaitu “*gig*” dan “*economy*”. *Gig* adalah suatu istilah yang biasa dipakai dalam entertainment yang menggambarkan pekerja yang bekerja dalam jangka waktu relatif pendek. Menurut (BBC.com), *gig economy* adalah suatu pasar tenaga kerja yang dicirikan oleh prevalensi kontrak jangka pendek atau pekerjaan lepas (*freelance*) melalui sebuah platform digital.

Mereka yang menjadi bagian dari *gig economy* ini meliputi pekerja paruh waktu, pekerja lepas, kontraktor independen, dan pekerja berbasis proyek – orang-orang yang mencari nafkah dengan mengambil pekerjaan sesuai permintaan. Bekerja paruh waktu dan menjadi *freelancer* adalah hal populer dalam *gig economy* karena banyak bermunculan platform digital dan Internet, terutama belakangan ini sejak pandemi Covid-19 melanda. Hal ini didukung kondisi bahwa masyarakat Indonesia didominasi oleh generasi milenial dan generasi Z (Gen-Z) sebagai generasi yang *high-tech* atau *tech-savvy* dan tidak dapat lepas dari teknologi, sehingga mulai banyak yang bergerak di bidang industri kreatif seperti yang sedang trend saat ini adalah *content creator* di Youtube dan media sosial yang lain. Di jaman sekarang sudah sangat maju di era industri digitalisasi yang memungkinkan mendapat income di rumah saja. Munculnya *gig economy* sangat erat kaitannya dengan munculnya internet dan teknologi karena *gig economy* sebagian besar memiliki proyek jangka pendek yang berhubungan dengan produk atau layanan digital sehingga mempunyai dampak terhadap perkembangan industri digital marketing.

Pasalnya, dengan kehadiran *gig economy* telah mendorong dan membentuk kembali industri *digital marketing* dan sebagian besar tenaga kerja yang dapat membuat hal-hal tertentu menjadi lebih mudah dan lebih mudah diakses. *Gig economy* cukup lazim di kalangan generasi muda karena mereka dapat menawarkan layanan mereka melalui aplikasi dan situs web di seluruh dunia dan tidak terhalang oleh geografis lokasi. Dengan kata lain, *gig economy* adalah suatu sistem kerja dimana lembaga atau perusahaan lebih memilih untuk merekrut pekerja independen atau kontrak jangka pendek. Prospek dalam industri *gig economy* terbilang sangat bagus dan mempunyai peranan besar bagi perekonomian suatu negara. *Gig economy* bukan hanya fenomena di



negara maju saja, bila kita lihat pada negara berkembang, seperti India, juga telah mengadopsi meskipun dalam level yang berbeda. India mempunyai pertumbuhan ekonomi yang relatif tumbuh cepat dan telah mengalami peningkatan signifikan dalam penggunaan platform digital seperti Uber dan Airbnb, dan tidak hanya orang yang bekerja di platform tersebut melainkan juga oleh pengguna lain yang paham teknologi dari layanan ini.

Tidak jauh-jauh, bila kita melihat negara tetangga kita, Malaysia, pada bulan Juni 2020 yang lalu pemerintah Malaysia telah mengalokasikan 75 juta Ringgit Malaysia dalam pemulihan ekonomi nasional untuk mendukung *gig economy* di negeri jiran tersebut (Bernama.com). *Gig economy* secara luas mencakup sektor makanan dan minuman, transportasi, *wholesale*, retail, bahkan sampai ke sektor manufacturing dan pertanian. Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Center for Strategic and International Studies (2020), menunjukkan bahwa *gig economy* yang didukung oleh salah satu platform *start-up* terkenal dan telah memberikan dampak ekonomi hingga Rp. 889 miliar terhadap ketahanan ekonomi Bali dan tak hanya itu saja bahkan *gig worker* telah berkontribusi sebanyak Rp. 872 miliar untuk perekonomian kota Semarang pada tahun 2019. Maka dapat kita lihat bahwa *gig economy* mempunyai sumbangsih besar terhadap perekonomian suatu daerah. Pada masa pandemi Covid-19 ini, dengan dampak *social distancing* atau yang sekarang sedang diberlakukan PPKM, cocok sekali bagi perusahaan untuk dapat melakukan efisiensi secara maksimal di tengah situasi krisis seperti ini, terlebih lagi dengan memfokuskan pekerjaan yang dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja tanpa terikat oleh waktu bekerja di kantor.

Terlebih lagi kita sedang menghadapi Industri 4.0 yang selalu berhubungan dengan dunia digitalisasi internet yang telah menjadi penghubung ke jaringan komunitas dan penyedia akses dalam komunikasi virtual tanpa batasan jarak geografis dan waktu. Di era Industri 4.0 ini membuat para pelaku *gig economy* semakin meningkat, sejak WFH diberlakukan pemerintah, terjadi lonjakan transaksi e-commerce sebesar 400% dan rata-rata pengeluaran rumah tangga meningkat menjadi 51% (Badan Pusat Statistik, 2020). Trend ekonomi digital masih terus meningkat di Indonesia dan inovasi teknologi dalam *gig economy* dapat menciptakan platform baru untuk membuka lapangan kerja baru. Tetapi sayangnya masyarakat masih banyak yang awam soal teknologi dan berada pada *comfort zone* dan susah berubah, misalnya karena jualan tokonya cukup laris membuat seseorang hanya bergantung dan mengandalkan pada bisnis konvensional saja sebagai mata pencaharian mereka, sehingga ketika terjadi penertiban PPKM oleh aparat, terjadi penurunan penghasilan yang cukup drastis.



Hal ini banyak dialami oleh para pedagang selama masa PPKM berlangsung. Karena itu sangat pentingnya mendapatkan penghasilan sampingan dengan waktu dan jam kerja yang fleksibel melalui *gig economy* sebagai pegangan di masa sulit akibat pandemi ini. Riset telah membuktikan bahwa *gig economy* telah membawa perubahan karena membuat seseorang menjadi lebih kreatif dan lebih mandiri dalam bekerja, ditambah lagi di masa pandemi, membuat minat pada pekerja lepas (*freelance*) atau *part-timer* semakin meningkat. Selama *lockdown* yang terjadi di seluruh dunia, banyak orang kehilangan pekerjaan atau jam kerja mereka dibatasi berimbas pada menurunnya penghasilan, sehingga banyak yang beralih ke *gig economy* dengan pekerjaan yang bersifat fleksibel untuk menambah penghasilan dengan menjual keterampilan mereka. *Gig economy* memang memberikan solusi untuk krisis ekonomi terutama jangka pendek, tetapi sayangnya untuk jangka panjangnya memang perlu menjadi perhatian khusus karena *gig workers* berbeda dengan karyawan formal yang mendapatkan asuransi kesehatan dan jaminan sosial dari kantor. Sehingga perlu adanya beberapa kebijakan untuk perlindungan kepada para pekerja, selain itu juga perlu peningkatan sistem bonus dan kompensasi yang lebih adil dan transparan bagi para pelaku industri *gig economy*.

Oleh karena itu sangat penting peran pemerintah sebagai pemangku kebijakan (*policy holder*) agar dapat fokus untuk mendukung penuh sektor ini dan membuat kebijakan yang *win-win solution* bagi *gig workers*, misalnya dengan menyediakan platform pembayaran online yang aman untuk mengurangi ketergantungan pada pembayaran tunai dan meningkatkan *cyber security* untuk menciptakan keamanan, kenyamanan dan kepercayaan pada platform digital. Bagi masyarakat yang bekerja di sektor informal, seyogyanya mampu bersinergi baik dengan semua *stakeholder*, baik meliputi semua komunitas dalam industri *gig economy* maupun juga pemerintah salah satunya dengan mematuhi peraturan yang telah dibuat selama PPKM ini yaitu selalu menerapkan protokol kesehatan di masa pandemi ini. Selain itu, pemerintah perlu meningkatkan kualitas infrastruktur digital dengan menggunakan teknologi 5G, sehingga merangsang munculnya para *technopreneur* untuk membuat lebih banyak inovasi platform digital yang akan mendukung pertumbuhan industri *gig economy* yang diharapkan dapat menciptakan pemulihan ekonomi masyarakat dan membuat pertumbuhan ekonomi Indonesia menjadi lebih baik dalam visi menyambut *new normal*.



DAMPAK PANDEMI COVID 19 MEMUKUL USAHA KULINER

Erwin Lilik Hartanto, SE

Alumni Prodi Akuntansi
FEB Unika Soegijapranata

Assallamuallaikum wr wb,

Pandemi covid 19 melanda rata hampir disetiap penjuru di dunia ini. Pandemi ini sudah berlangsung sejak tahun 2020 lalu, dan dampaknya sangat komplek bagi kehidupan manusia. Dimulai penemuan kasus pertama yang berasal dari salah satu desa di daerah Wuhan Cina terus menyebar ke kota kota lain di Cina. Bahkan Cina dikabarkan mengalami darurat disaat itu, semua sektor terdampak . Tetapi berkat kesiagapan pemerintah China dan didukung oleh kesadaran dan kedisiplinan warganya, akhirnya pandemi disana berangsur angsur menurun sampai sekarang. China adalah salah satu negara yang sukses menekan laju penularan Covid 19.

Pandemi yang terjadi di China juga terjadi disemua negara, tidak terkecuali di Indonesia, kasus pertama dilaporkan terjadi maret 2020 terus bertambah merata di semua propinsi di Indonesia. Semua sector terdampak. Mulai dari pemerintah, sector ekonomi, sector bisnis dan industry , sector Pendidikan, dan sector lainnya. Yang berdampak signifikan adalah bidang ekonomi yaitu bisnis usaha kuliner atau Food & Beverage (F & B).

Di tengah pandemi seperti sekarang ini, para pelaku usaha berupaya bangkit dari keterpurukan. Untuk menghadapi segala macam tantangan yang ada, mereka dituntut untuk lebih kreatif dengan lebih memaksimalkan strategi marketing baik penjualan melalui online maupun offline. Tetapi disisi lain, banyak pelaku usaha yang mengandalkan penjualan langsung ditempat ataupun pelaku usaha yang memiliki keterbatasan penggunaan aplikasi online. Contohnya pelaku usaha angkriangan atau kedai kopi di pinggir jalan, mereka kesulitan karena pembeli menginginkan pembelian langsung ditempat untuk dinikmati. Kadang dengan alasan “kurang sedap” kalua dibawa pulang. Misalnya pembelian kopi, mereka lebih nikmat kalua dinikmati langsung ditempat sambal ngobrol bersama teman.

Disini penulis ingin menggambarkan secara langsung kondisi usaha kuliner karena penulis juga sebagai pemilik langsung usaha warung makan “ Lesehan Aldan “. Usaha ini dikembangkan di semarang mulai



awal 2017. Usaha ini menggunakan system Franchise, dimana pemilik utama berasal dari kota Jogjakarta. Dari awal pembukaan gerai di Tembalang mendapat respon yang luar biasa dari pecinta aneka sambel dan lauk pauknya yang komplit. Dengan penyajian khas dengan langsung menyajikan nasi di baki dan sambel dicorek, membuat hidangan ini lebih nikmat dikonsumsi secara langsung daripada dibungkus. Setelah hampir 3 tahun perjalanan dengan berbagai tantangan dan kreasi serta kombinasi menu, Lesehan Aldan menjadi salah satu pilihan warung makan di daerah Tembalang.

Awal tahun 2018, Lesehan Aldan membuka gerai baru di daerah Kelud sampangan. Dengan nuansa yang hampir sama, dan dengan lokasi yang lebih besar, usaha ini menjadi salah satu kuliner yang bisa diterima di semua kalangan, dari mahasiswa, karyawan, dan peaku bisnis dan kadang ada pejabat dan kalangan artis yang kadang menyempatkan hadir disini. Adanya persaingan di usaha kuliner memang harus dihadapi, tentunya dengan kiat dan trik sendiri, seperti inovasi menu dan peningkatan pelayanan terhadap konsumen, adanya kritik kadang komplain yang ada baik langsung atau dari pengaduan lewat WA dan lewat google map biasanya kita evaluasi untuk perbaikan lebih lanjut.

Adanya aplikasi Grab Food dan Gojek, serta aplikasi pembayaran lewat debit mempermudah system pembayaran tanpa harus membawa cash money. Memang ada sedikit penambahan biaya Ketika pelanggan melakukan pembelian online, tetapi pelanggan juga tidak keberatan. Mungkin bagi mereka, karena alasan waktu dan lebih praktis mereka lebih memilih menggunakan aplikasi online untuk melakukan transaksi.

Permasalahan muncul awal tahun 2020 dimana awal pandemi covid 19 melanda Indonesia, dimana omzet penjualan mulai mengalami penurunan yang signifikan. Adanya libur bagi mahasiswa, karena system pembelajaran melalui daring berdampak bagi penurunan omzet. Belum lagi aturan pembatasan jarak di tempat makan dan pemberlakuan jam malam semakin membuat pelaku usaha kelimpungan. Praktis hanya penjualan online saja yang masih stabil. Hal ini kadang diperparah dengan harga bahan baku yang justru semakin mahal. Semisal harga cabai, daging ayam, dan lainnya kadang naik disaat momen seperti lebaran, sehingga pelaku usaha harus mensiasatinya, agar harga jual tidak mengalami kenaikan dan tetap menjaga profit. Usaha Lesehan aldun ini juga sempat menutup sementara gerainya mulai bulan mei 2020 sampai agustus 2020. Penutupan ini dalam rangka mencegah penularan covid 19 karena waktu itu, pemahaman kita semua masih minim tentang virus ini.

Dalam rangka menghentikan mata rantai penularan virus corona sambil berupaya tetap menggerakkan tatanan kehidupan baru (new normal), yaitu tatanan, kebiasaan dan perilaku hidup bersih dan sehat. Dengan



adanya era ini, kebijakan membuka Kembali aktivitas ekonomi, social dan kegiatan publik secara terbatas dengan menggunakan standart Kesehatan yang belum ada sebelum pandemic, yaitu 3 M : Memakai masker, Menjaga jarak minimal 1 meter, dan menjahui kerumunan. Pada era new normal, bisnis kuliner sempat mengalami kebangkitan yang ditandai dengan semakin marak dan ramainya pengunjung memenuhi pusat pusat kuliner khususnya di Semarang. Disamping itu, muncul banyak usaha-usaha kuliner lainnya baik itu produk baru atau frainchise. Lesehan Aldan juga termasuk mengalami kemajuan pada saat itu, dengan menerapkan Protokol Kesehatan yang ketat, yaitu dari karyawan diharuskan memakai masker, penataan bangku di beri jarak, dan pembuatan bilik kasir dengan penutup plastic. Disamping itu pembeli diwajibkan juga memakai masker, pengecekan suhu tubuh Ketika masuk area warung dan selalu diarahkan mencuci tangan ketika masuk.

Tapi masa kebangkitan tersebut tidaklah lama, hantaman berbagai varian covid 19 yang masuk Indonesia, membuat pemerintah mengambil keputusan PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) Darurat 3 juli sd 20 juli 2021 di berbagai wilayah, ini membuat para pelaku usaha kuliner kelimpungan. Usaha kuliner harus mengikuti aturan itu, dimana :

1. Boleh melayani pengunjung dalam bentuk take away (tidak boleh makan ditempat) dan delivery
2. Buka hanya sampai jam 20.00 wib

Kebijakan yang kita ambil semasa pemberlakuan PPKM Darurat sangatlah berat, apalagi akses masuk mulai dari gerbang Patung Kuda Pangeran Diponegoro ditutup 24 jam tiap hari. Disamping itu dari Pusat Aldan Jogja tidak ada dukungan ide dan kebijakan apa yang harus diambil. Maka saya sebagai pemilik outlet di Tembalang dan Kelud dengan sangat terpaksa mengambil kebijakan sendiri, yang mungkin terasa berat bagi karyawan tetapi masih dalam koridor usaha ini masih harus terus berjalan. Kebijakan yang bisa kita ambil tentunya melalui pendekatan kemanusiaan dan kekeluargaan diantaranya :

1. Jumlah karyawan tetap tanpa ada pengurangan, tetapi hari kerja ditetapkan 2 hari masuk 2 hari libur. Hal ini memang keputusan sulit, tetapi Ketika kebijakan ini diambil, tentunya sudah melalui diskusi dengan seluruh karyawan.
2. Komposisi gaji yang diterima sebelumnya adalah gaji ditambah bonus. Maka kondisi PPKM ini sementara meniadakan bonus.
3. Untuk menu menu yang slow moving, sementara ditiadakan. Ini untuk mengurangi beban rasio belanja.
4. Pelayanan, kecepatan masak menjadi hal utama dalam mencapai kepuasan pelanggan



5. Selalu menerima kritik dan masukan, termasuk memantau masukan yang berasal dari goggle map.
6. Maksimalkan pelayanan melalui online (Grab dan Gofood) dan juga memperluas jaringan free delivery kepada pelanggan

Dengan adanya kebijakan ini, diharapkan bisa berjalan dan bisa memaksimalkan omzet penjualan. Intinya masing masing pihak bisa saling mendukung, disisi lain, owner berusaha mempertahankan usaha dan karyawannya tetapi juga bisa menjaga cashflow minimal tidak mengalami kerugian dan bisa membiayai karyawan. Karena kita memposisikan karyawan sebagai asset dan dari segi kedekatan, karyawan sudah menjadi bagian keluarga. Banyak usaha kuliner di masa sekarang menutup usahanya karena alasan rugi. Karena mungkin dari segi tempat mereka join atau sewa dan mungkin dalam proses pembuatan tempatnya menggunakan pinjaman bank dan lain lain.

Kita semua berharap pandemic ini bisa selesai secara menyeluruh, dan kehidupan bisa berangsur angsur normal kembali. Sehingga setiap usaha yang akan dikembangkan bisa berjalan dengan baik.

Wassalamuallaikum Wr Wb



KEJUJURAN, UJUNG TOMBAK KEKUATAN BISNIS DIMASA PANDEMI COVID 19

Veronica Kusdiartini
Dosen Prodi Manajemen
FEB Unika Soegijapranata

Kondisi Bisnis pada Masa Pandemi Covid 19

Pandemi covid 19 melanda seluruh bangsa didunia ini sejak pertengahan Maret 2020. Tidak bisa dipungkiri, dengan adanya pandemi covid 19 sangat berdampak pada berbagai aspek meliputi aspek kesehatan, aspek sosial, aspek ketahanan pangan, serta aspek-aspek yang lain, demikian pula pada aspek bisnis juga ikut merasakan imbasnya.

Pada dasarnya hampir semua kegiatan bisnis dilakukan untuk memperoleh keuntungan. Pernyataan ini sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Hughes dan Kapoor (dalam Prawiro, 2020) bisnis adalah suatu kegiatan individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Pendapat yang sama mengenai arti bisnis juga disampaikan oleh Griffin dan Ebert (2007) bisnis sebagai organisasi yang menyediakan barang atau jasa dengan maksud mendapatkan laba. Bagaimana kelangsungan usaha yang terjadi pada masa pandemi covid 19?

Pada aspek bisnis, sangat terlihat adanya penurunan penjualan khususnya pada beberapa jenis barang seperti alat tulis, bahan pakaian, bahan bangunan, bahan pelumas, dan lain-lain. Penurunan penjualan tersebut tentunya juga berdampak pada turunnya keuntungan yang didapat oleh para pengusaha. Namun demikian ada pula barang dagangan yang justru mengalami peningkatan permintaan, seperti usaha *food & beverage*, usaha kebutuhan bahan pokok, usaha jasa/produk kesehatan, usaha jasa pendidikan dan pelatihan, serta bisnis digital. (Istiatin, 2021). Seperti kita ketahui berkaitan dengan *food & beverage* baik pada masa normal bahkan pada masa pandemi, pasokan makanan dan minuman sangat dibutuhkan konsumen. Kebutuhan bahan pokok, merupakan kebutuhan primer bagi setiap manusia, oleh karena itu dalam kondisi apapun konsumen pasti akan membelanjakan sebagian pendapatannya untuk memenuhi kebutuhan primer berupa bahan pokok. Seiring merebaknya pandemi covid 19 maka produk kesehatan menjadi produk yang dibutuhkan oleh seluruh masyarakat, seperti produk masker, *hand sanitizer* meningkat tinggi permintaannya. Selain kebutuhan primer,



masyarakat juga berupaya untuk mengembangkan diri lewat pendidikan dan pelatihan. Hal yang tidak kalah penting pada masa pandemi covid 19 yaitu bisnis digital. Bisnis digital menjadi solusi dari permasalahan di masa pandemi covid 19 ini. Dengan penggunaan aplikasi yang beragam, konsumen dimudahkan untuk mendapatkan barang secara *online*.

Untuk menurunkan angka penyintas covid 19 dan untuk meningkatkan angka pasien sembuh dari covid 19 sekitar bulan April 2020, pemerintah menerapkan PSBB/Pembatasan Sosial Berskala Besar (Sania, 2020) dan baru saja sekitar awal bulan Juli 2021 dengan tujuan yang sama, pemerintah juga menerapkan PPKM/Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (Maya, 2021). Dengan diberlakukannya PSBB ataupun PPKM akan membatasi kegiatan masyarakat dengan lebih ketat, sehingga dalam dunia bisnis baik dari pihak pengusaha maupun pihak konsumen akan mengalami kesulitan dalam bertransaksi.

Di satu sisi ada pemberlakuan PSBB/PPKM, di sisi lain pengusaha harus memperoleh keuntungan untuk kelangsungan hidup usaha yang digelutinya, sedang pada posisi lain lagi konsumen juga butuh mendapatkan kemudahan dan pelayanan untuk pemenuhan kebutuhan secara praktis. Bagaimana tindakan bisnis yang akan dilakukan oleh pengusaha? Akankah menggunakan kesempatan tersebut dengan meraup keuntungan yang sebesar-besarnya, atau justru menggunakan peluang tersebut dengan menjalankan bisnis secara wajar dan jujur, demi memenuhi kebutuhan konsumen?

Harga Jual Barang Melonjak pada Masa Pandemi Covid 19

Praktik perdagangan untuk barang-barang tertentu pada masa pandemi covid 19 ternyata banyak terjadi ketidakwajaran, harga tidak lagi seperti pada masa normal. Kebutuhan produk kesehatan seperti masker pada masa pandemi covid 19 (sekitar pertengahan bulan Maret 2020) mengalami kenaikan, sehingga permintaan masker juga mengalami kenaikan. Walaupun ada himbauan dari menteri perdagangan kepada produsen masker untuk meningkatkan jumlah produksi (bisnis.tempo.co, 2020), namun penambahan jumlah produksi juga belum bisa menutup kebutuhan masker di pasaran. Dalam situasi seperti ini, terlihat beberapa pedagang menjual masker dengan harga yang sangat tinggi. Masker dengan merk tertentu, pada masa normal dijual dengan harga berkisar antara Rp 195.000,- sampai Rp 200.000,-. Namun demikian pada saat pandemi covid 19, pedagang berani menjual masker dengan harga dua kali harga normal dan bahkan bisa sampai tiga kali lipat dari harga yang wajar. Kenaikkan harga yang tidak wajar pada merk tertentu tersebut (walau sifatnya hanya sementara, terbukti sekarang harga masker sudah mulai normal dan stabil), memunculkan pertanyaan besar,



apakah praktek perdagangan tersebut dilakukan secara jujur? Belum lagi ada isu baru dengan munculnya masker palsu.

Produk kesehatan lain yang juga mengalami kenaikan harga adalah produk hand sanitizer. Cairan pembersih tangan yang awalnya dijual dengan harga kisaran Rp 15.000,- sampai Rp 20.000,- dengan adanya pandemi covid 19, melonjak pada kisaran Rp 40.000,- sampai lebih dari Rp 60.000,-. Meskipun harga naik, namun volume permintaan hand sanitizer juga mengalami peningkatan (CNN Indonesia, 2020), karena konsumen sangat membutuhkan cairan pencuci tangan untuk menghindari terjangkitnya virus corona. Peningkatan harga yang jauh dari harga normal, tentunya juga membebani konsumen yang sedang mengalami masa sulit seperti ini.

Ketidakwajaran dalam pemberian harga jual juga terjadi pada produk sembako. Baik pada masa normal ataupun pada masa krisis seperti saat ini, sembako merupakan kebutuhan primer setiap manusia. Walau harga sembako dijual dengan harga yang melambung tinggi, seperti yang terjadi pada masa pandemi covid 19, konsumen akan tetap bersedia membeli barang yang mereka butuhkan.

Pandemi Covid 19 sudah berjalan hampir 2 tahun, tetapi fenomena kenaikan harga pada barang tertentu masih saja terjadi. Sekitar bulan juli 2021 baru saja viral terjadi kenaikan yang tidak wajar pada salah satu merk susu, yang disinyalir mampu mengatasi penyembuhan penyakit covid. Tingginya permintaan akan salah satu merk susu, maka harga produk mengalami kenaikan. Harga susu yang semula berkisar Rp 9.000,- bisa dijual dengan harga melonjak berkisar antara Rp 15.000,- hingga Rp 17.000,- per kaleng. Untuk mendapatkan barang tersebut harus melalui perjuangan. Bila dilakukan pembelian di pasar swalayan, dibatasi maksimal hanya 3 kaleng saja per pembeli (Muhammad Idris, 2021)

Upaya pedagang dengan menaikkan harga dimasa sulit seperti ini, apakah bisa dikatakan sesuai dengan etika bisnis sebagai pengusaha?

Kejujuran Bagian dari Etika Bisnis

Dari fenomena terjadinya kenaikan harga barang-barang pada masa pandemi covid 19, bisa kita kaitkan dengan etika bisnis. Apakah kenaikan harga yang tidak wajar yang dilakukan pedagang baik masker, hand sanitizer, sembako, susu dan barang dagangan lain sudah sesuai dengan etika bisnis? Zimmerer (dalam Kusdiartini : 2020, 259) mengatakan ada 10 prinsip etika bisnis meliputi kejujuran, integritas, memelihara janji, kesetiaan, kewajaran/keadilan, suka membantu orang lain, hormat kepada orang lain, warga negara yang bertanggung jawab, mengejar keunggulan, bertanggung jawab. Dari kesepuluh prinsip etika



bisnis kejujuran berada pada urutan yang paling utama. Kejujuran merupakan salah satu prinsip dalam menjalankan bisnis. Tanpa kejujuran, mengakibatkan pengusaha tidak akan dipercaya dalam usahanya; pelanggan tidak loyal lagi terhadap usaha yang digelutinya. Apabila pengusaha sudah tidak dipercaya lagi oleh pelanggannya, akan membawa dampak pelanggan akan lari ke pengusaha lain yang sejenis.

Ilustrasi yang sudah saya bahas di dalam artikel ini, menunjukkan begitu teganya pengusaha memberi tarip barang dagangannya yang begitu tinggi dalam masa pandemi seperti ini. Tindakan yang dilakukan oleh pengusaha tersebut jelas sudah melanggar etika bisnis; bagaimana tidak? Pengusaha dalam hal ini mengambil keuntungan yang tidak wajar dan memanfaatkan kesempatan disaat orang-orang sangat membutuhkan barang yang dijual, seperti masker, hand sanitizer, sembako dan juga susu serta barang-barang yang lain.

Bisnis yang baik tentunya dilakukan dengan menerapkan etika bisnis yang tepat, diantaranya dengan menjalankan usahanya berprinsip pada kejujuran. Kejujuran bisa dilakukan dengan menawarkan barang dengan kualitas sesuai dengan yang dijanjikan dan disertai harga yang sebanding. Lebih dari itu, melonjaknya harga beberapa barang di masa pandemi ini juga tidak sejalan dengan perlindungan konsumen. Fenomena ini disebutnya sebagai tindakan mengeksploitasi kebutuhan konsumen dengan mengambil untung berlebihan.

Tidak sedikit pengusaha yang dengan sengaja menimbun barang yang diperkirakan akan booming karena suatu kejadian untuk kemudian mengambil keuntungan di luar kewajaran. Jelas ini tidak hanya melanggar hukum, tetapi juga melanggar etika bisnis. Dari sisi hukum, pengusaha atau pedagang melanggar Pasal 107 di UU Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan dan dapat dipidanakan paling lama lima tahun dan/atau denda lima puluh miliar rupiah. Seperti sudah penulis sebutkan di atas bahwa tindakan pelaku usaha untuk menaikkan harga secara tidak wajar tentu akan memberikan reputasi negatif pada usahanya dan dapat menghambat usaha mereka di masa yang akan datang karena kekecewaan konsumen. Pelaku usaha harusnya memahami bahwa menaikkan harga ketika krisis terjadi bukan merupakan strategi yang berkelanjutan untuk mendorong kepercayaan konsumen. Sebaliknya dari sisi konsumen perlu dilakukan edukasi untuk tidak perlu panik dan membeli secukupnya karena produsen tentunya juga sedang mencari cara untuk meningkatkan produksi demi memenuhi lonjakan permintaan.

Tidak bisa dipungkiri bahwa di saat seperti ini, hampir seluruh sektor kehidupan mengalami kegalauan dan kegamangan yang luar biasa. Pendek kata, krisis ini sedemikian besar hingga ada yang mengatakan



untuk mengatasinya diperlukan sebuah skenario layaknya rehabilitasi (pemulihan) kondisi pascaperang. Sekali lagi di sini tetap dibutuhkan kejujuran atau kesalehan dalam berusaha. Suatu terminologi yang diusung oleh Chairman World Economic Forum Klaus Schwab (Bisnis.com 18 Februari 2021) saat meluncurkan buku berjudul *Stakeholder Capitalism*. Intinya adalah dorongan agar para pelaku usaha dan pengambil kebijakan ekonomi tidak terfokus pada keuntungan atau pertumbuhan saja, tetapi kembali pada yang terpenting, yakni pembangunan kualitas hidup manusia dan lingkungannya. Yang menjadi pertanyaan adalah mengapa ia gencar mengampanyakan etika ini, dan justru makin menjadi di saat dunia sedang berperang melawan pandemi ini? Apa relevansinya? Rupanya dia tetap menginginkan agar dunia usaha berani berprinsip bahwa sebaik-baiknya bisnis adalah yang memberikan solusi dan manfaat pada manusia (people), menjaga dan memperbaiki kualitas lingkungan hidup (planet). Ini sejalan dengan risalah kenabian, bahwa sebaik-baiknya manusia adalah yang paling bermanfaat bagi lingkungannya.

Etika people, planet, dan profit (3P) ini berawal dari banyaknya masalah kesenjangan antara dunia bisnis dengan masyarakat dan lingkungan di sekitarnya. Banyak perusahaan untung besar, tetapi masyarakat sekitar tetap miskin dan lingkungan rusak. Perekonomian dunia terus bertumbuh, tetapi masyarakat miskin tetap banyak, dan kehidupan terancam oleh kerusakan lingkungan. Oleh karena itulah maka pandemi justru merupakan momentum untuk melakukan transformasi mindset, yakni bagaimana mengadopsi keyakinan baru bahwa hidup bersama adalah tanggung jawab bersama antara pelaku usaha dan konsumen.



KETIKA TAK ADA KATA “KEMBALI”

St. Vena Purnamasari

Dosen Prodi Akuntansi FEB Unika Soegijapranata

It is not the strongest of the species that survives, nor the most intelligent that survives. It is the one that is most adaptable to change

(Charles Darwin)

New normal memang tak dapat kita hindari. Semua berubah hanya dalam hitungan bulan bahkan minggu. Dunia usaha harus merubah cara pandang, budaya serta strateginya. **Kita Tak Akan Kembali**, beradaptasi adalah kunci. Seperti yang telah diungkap oleh Charles Darwin, bukan yang paling kuat dan bukan pula yang paling pandai yang dapat bertahan, namun yang mampu beradaptasi dengan perubahanlah yang dapat bertahan. Seleksi alam terhadap dunia usaha juga sedang terjadi. Banyak perusahaan yang harus mendiversifikasi usahanya bahkan harus berpindah sektor usaha agar mampu bertahan. Dunia akuntansi sebagai salah satu urat nadi bisnis juga harus berubah. Akuntan, sistem akuntansi bahkan informasi akuntansi juga harus berubah, menyesuaikan kebutuhan dan perkembangan zaman. Bukan lagi penekanan pada reliabilitas informasi akuntansi yang lebih dibutuhkan, namun informasi yang relevan akan lebih dapat menjawab masa depan. Dibutuhkan pembaharuan konsep akuntansi keuangan, dan menetapkan mode akuntansi manajemen baru di dalam perusahaan, sehingga mampu beradaptasi dengan perkembangan dan perubahan lingkungan sosial dan ekonomi dan memenuhi kebutuhan pengembangan perusahaan. Saat ini dan nanti bukan hanya informasi historis yang dibutuhkan oleh pengguna informasi akuntansi, namun juga informasi yang tentang prediksi masa depan atas apa yang telah dilakukan perusahaan, menjadi hal tak kalah penting. Sejak 2014 Accounting Today bekerjasama dengan ADP merilis Accounting Confidence Index (ACI). ACI menjadi salah satu indikator ekonomi bulanan yang memanfaatkan wawasan akuntan ke dalam kekuatan dan prospek bisnis di AS. Akuntan manajemen memberikan perkiraan jangka pendek dan menengah mereka tentang prospek pertumbuhan perusahaan mereka sendiri, klien bisnis, dan ekonomi AS secara keseluruhan. Dalam kondisi penuh ketidakpastian peran akuntan manajemen menjadi trend



tersendiri. Dibutuhkan transformasi dan pengembangan akuntansi keuangan ke akuntansi manajemen di lingkungan baru untuk saat ini.

Dunia sedang beRevolusi bukan berEvolusi. Tahun 2020 adalah tahun yang berat bagi kita semua. Saat itu semua lini terterjang oleh pandemi. Tanggal 31 Desember 2019, China pertama kali melaporkan ke WHO tentang wabah di Wuhan, di Indonesia kasus wabah tersebut pertama kali terdeteksi dan dilaporkan pada tanggal 2 Maret 2020. Sebulan berikutnya, awal April 2020 Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) pertama kali diajukan oleh provinsi DKI. Sejak saat itu kita masuk di masa pandemi dan kondisi serta keadaan kita tak pernah kembali ke kondisi normal seperti sebelum pandemi. Semua pihak terdampak krisis yang diakibatkan Pandemi Covid-19. Dunia pendidikan, dunia usaha, dunia kesehatan dan bahkan ibu rumah tangga pun terdampak pandemi. Semua peran mulai bergeser, bergerak dengan spontan dan tiba-tiba. Apakah kita siap tentu tidak, dalam kondisi serba terbatas kita tetap dituntut untuk tetap bertahan hidup.

Dunia usaha seketika merasakan kondisi krisis tak terkendali. Gambar disamping tampak bahwa rata-rata 40-60 persen perusahaan publik terkoreksi pendapatannya pada trimester kedua tahun 2020 (Q2) meski demikian masih banyak perusahaan tetap mampu bertahan rata-rata 20-30 persen), bahkan beberapa mengalami pertumbuhan pendapatan. Dampak krisis saat pandemi ini ternyata dirasakan berbeda-beda antar perusahaan, meski mereka dalam sektor industri yang sama. Imbas PSBB ini membuat pelaku usaha menyikapinya dengan berbagai kebijakan terkait dengan operasional usahanya. Data BPS 2020 menunjukkan bahwa 8,76 persen pelaku usaha mengambil langkah berhenti beroperasi, 5,54 persen menerapkan WFH untuk sebagian pegawainya, 2,05 persen memilih WFH untuk seluruh pegawainya, 24,31 persen memilih beroperasi dengan mengurangi kapasitas operasinya, dan 58,98 persen masih beroperasi seperti biasa, bahkan 0,49 persen justru beroperasi melebihi kapasitas biasanya. Semua pihak memang berbenah, menyesuaikan diri dengan kondisi demi penuhi kebutuhan diri. Sampai kapan kita akan begini? Kapan Pandemi ini akan berakhir? Akankah kita akan dapat kembali seperti dulu, sebelum Covid?

Sampai saat ini kita berada di Q2 tahun 2021 tampaknya mimpi tentang kembali normal seperti dulu semakin kabur. Kita harus melupakan mimpi itu. Dunia nyata berbeda dengan mimpi. Bukan lagi berpikir bagaimana kembali, tapi jauh lebih baik ketika kita mampu memandang kedepan dan tetap berjalan. *New Normal* telah didengungkan sejak trimester ketiga tahun 2020, artinya kita harus siap menghadapi perubahan dan tak ada kata "KEMBALI".



Para pelaku usaha mulai harus sudah mulai memandang pandemi ini sebagai peluang, bukan lagi sebagai musibah. Berdamai dengan keadaan adalah wajib untuk saat ini. Merubah kebijakan strategis perusahaan demi keberlangsungan usaha harus dilakukan. Perusahaan mulai beradaptasi dengan kebiasaan baru lingkungan kerja. Lebih dari 80 persen pelaku usaha telah menerapkan *physical distancing*, menyediakan sarana cuci tangan dan mewajibkan penggunaan masker serta pelindung wajah. Adaptasi usaha juga sudah banyak dilakukan para pelaku usaha yaitu dengan diversifikasi usaha. Berkenalan dan bersahabat dengan teknologi juga tampaknya menjadi solusi pilihan untuk beberapa pelaku usaha. Pemanfaatan teknologi ini antara lain adalah dengan memanfaatkan TI sebagai media pemasaran *online*, 4 dari 5 pelaku usaha yang memanfaatkan internet dan TI untuk *online marketing* mengatakan bahwa penjualannya terdongkrak. Bahkan perusahaan yang sudah online sejak sebelum pandemi penjualannya lebih tinggi 1,4 kali dibanding yang baru saja memanfaatkan TI. Pemanfaatan TI memang bukan satu-satunya solusi, khususnya untuk usaha menengah dan kecil. Pekau UMK lebih membutuhkan bantuan modal usaha dibanding sekedar memindahkan sistem pemasarannya menjadi *online*. Pemerintah juga tidak tinggal diam melihat kondisi ekonomi yang terpuruk dan terus berkontraksi ini. Penundaan pembayaran pajak, relaksasi pembayaran pinjaman, keringanan biaya listrik usaha, serta penyaluran bantuan modal usaha adalah beberapa kebijakan yang telah dilakukan pemerintah.

Semua hal tersebut dilakukan semata-mata untuk dapat menjaga *going concern* perusahaan. Perubahan keadaan yang tiba-tiba ditambah bagi perusahaan publik ada pemberlakuan standar akuntansi baru, menambah panjang daftar pekerjaan rumah khususnya bagi internal perusahaan. Akuntan manajemen salah satu pihak yang dicari dalam kondisi yang serba tidak pasti ini. Kebijakan strategis perusahaan membutuhkan informasi hasil besutan para akuntan manajemen perusahaan. Informasi akuntansi ini adalah salah satu informasi yang diharapkan mampu menjadi panduan bagi perusahaannya untuk mengambil langkah strategis demi ketahanan perusahaan.

Pergeseran Informasi Akuntansi

Sampai saat ini reliabilitas masih menjadi hal utama dalam penyusunan laporan keuangan. Informasi akuntansi merupakan informasi historis sehingga memang keunggulannya adalah sangat “dapat diandalkan” karena laporan keuangan disusun dari fakta-fakta masa lalu (*ex post facto*). Para akuntan sejak lama berpendapatan bahwa Laporan Keuangan seharusnya menggambarkan kondisi perusahaan saat ini secara lengkap dan akurat. Namun demikian, ada satu hal yang sering



terabaikan bahwa laporan dari masa lalu tidak dapat memberikan jaminan apapun untuk kinerja di masa mendatang, laporan dari data histori hanya merupakan catatan yang hanya mampu memberikan indikasi kinerja entitas tersebut baik atau buruk, hanya itu. Namun lebih satu dekade terakhir perkembangan akuntansi mulai bergeser Haskins & Sack, tada tahun 2005, dalam tulisannya mengungkapkan “*It is time to move from an emphasis on reliability to an emphasis on relevance.*”

Era pergeseran menuju informasi akuntansi yang lebih menitik beratkan pada relevansi dengan FASB mendefinisikan akuntansi nilai wajar melalui pernyataan pernyataan - *Financial Accounting Standard No. 157: Fair Value Measurements*. Dewan Standar Akuntansi Keuangan (DSAK-IAI) PSAK 68 tentang Pengukuran Nilai Wajar telah disahkan pada tanggal 19 Desember 2013. Namun demikian informasi akuntansi tentang prediksi masa depan entitas belum menjadi sebuah informasi yang bersifat mandatori. Jika informasi tersebut ada hanya merupakan informasi sukarela yang diungkapkan oleh manajemen. Perkembangan dunia bisnis membutuhkan informasi masa depan sebagai dasar pengambilan keputusan bisnis. Laporan keuangan selama ini memang lebih menekankan pada reliabilitas dengan data historisnya. Seperti kita ketahui bahwa dua karakteristik fundamental laporan keuangan sulit untuk diseimbangkan. Saat ini relevansi laporan keuangan memang sedang sangat dibutuhkan terkait dengan pengambilan keputusan di era bisnis yang semakin dinamis.

Transformasi Akuntansi

Transformasi akuntansi menjadi salah satu hal yang dapat kita hindari. Merenungkan seperti apa bisnis pasca-covid. Apakah pemulihan ekonomi yang cepat mungkin terjadi? Akan seperti apakah *new normal*?

Melihat kembali kemerosotan ekonomi yang masih terjadi, saat ini dan kedepannya, ditengah wabah yang bahkan semakin merajalela. Kita harus berpikir dan berstrategi tentang bagaimana agar perusahaan berpikiran maju sehingga mampu beradaptasi dan bergerak cepat untuk mendapatkan meningkatkan pendapatannya sehingga mampu meraih keuntungan dan bertumbuh seperti sedia kala, adalah perspektif yang menarik. Perusahaan yang masih konservatif bereaksi kemungkinan akan lebih lambat untuk pulih. Selalu mencoba memprediksi tren masa depan dan memperhatikan proses serta berkolaborasi dapat membangun solusi untuk memecahkan masalah masa depan. Perusahaan yang sedikit lebih gesit mampu memilah dan memilih strategi kandidat terbaik selama resesi dan siap untuk pertumbuhan dalam periode pemulihan ekonomi. Transformasi akuntansi menjadi sangat dibutuhkan mengingat akuntansi adalah salah satu mesin penghasil informasi yang menjadi dasar pengambilan keputusan bisnis.



Dalam situasi ekonomi baru, transformasi akuntansi keuangan ke akuntansi manajemen telah menjadi tren perkembangan perusahaan, dan keunggulan akuntansi manajemen semakin menonjol. Semakin banyak perusahaan mulai mementingkan fungsi akuntansi manajemen. Dilain pihak transformasi dari akuntansi keuangan ke akuntansi manajemen, bukan hal mudah. Dengan percepatan transformasi struktur ekonomi, dalam situasi ekonomi baru, perusahaan ingin tetap unggul dalam persaingan pasar yang semakin ketat, peran penting manajemen keuangan tidak dapat diabaikan. Di perlu untuk memperbaiki kekurangan pada pengelolaan akuntansi keuangan tradisional, memperbarui konsep akuntansi keuangan, dan bergeser pada mode akuntansi manajemen baru di dalam perusahaan, menjadi salah satu solusi. Transformasi tersebut dibutuhkan sehingga perusahaan mampu beradaptasi dengan perkembangan dan perubahan lingkungan sosial dan ekonomi dan memenuhi kebutuhan pengembangan perusahaan. Transformasi dari akuntansi keuangan perusahaan ke akuntansi manajemen merupakan penyesuaian penting dalam proses pengembangan perusahaan di tingkat strategis, yang memainkan peran penting dalam pengembangan dan kemajuan perusahaan. Selain transformasi peran, dukungan teknologi juga dibutuhkan dalam mempercepat proses adaptasi.

Teknologi adalah jawaban untuk beradaptasi dengan perubahan. Akuntan juga tidak bisa menghindar dari perkembangan teknologi. Melihat pola kerja jarak jauh yang saat ini banyak diterapkan perusahaan dan tampaknya akan membudaya kedepannya, maka digitalisasi dan kolaborasi online perlu diinvestasikan oleh perusahaan. Investasi dalam TI mau tidak mau harus dilakukan demi memenuhi perubahan zaman. Selain itu, teknologi menjadi komponen kunci bagi akuntansi di dunia pasca-COVID. TI diharapkan mampu mengotomatiskan tugas seperti entri data dan kalkulasi rumit, serta pengolahan data-data pendukung yang saat ini mudah didapat (Big Data Analyst) sehingga akuntan manajemen mampu menghasilkan informasi yang makin relevan dan memberikan wawasan serta mendukung ambisi bisnis organisasi. Perusahaan yang berpikiran maju terus berinvestasi dalam teknologi baru untuk keuntungan mereka, sementara perusahaan konservatif tidak memprioritaskan hal ini. Otomatisasi pada tugas-tugas yang tidak memerlukan kualitas intuisi, empati, atau kelincahan mental manusia akan dapat menciptakan ruang bagi akuntan manajemen untuk merangkul masa depan pertumbuhan praktik serta wawasan bisnis.

Setiap perubahan besar dalam *Business Landscape* dibutuhkan ide-ide segar dan saran tentang bagaimana bertahan dari perubahan. Akuntan manajemen harus memiliki kecerdasan bisnis, artinya memiliki wawasan dan informasi yang dapat ditindaklanjuti yang dapat menginformasikan keputusan strategis dan taktis mereka tentang produk, harga,



persaingan, pasar, investasi, dan pertumbuhan. Bagi akuntan manajemen, memiliki teknologi yang tepat akan menjadi kunci untuk memanfaatkan peluang ini sebaik-baiknya. Berinvestasi tidak hanya dalam teknologi untuk mengotomatiskan pekerjaan, tetapi juga dapat menjadi alat canggih yang akan membantu mengubah angka kompleks menjadi grafik, sehingga memudahkan entitas untuk mendapatkan wawasan tentang cara meningkatkan profitabilitas, menyiapkan *forecast* masa depan, dan membangun strategi sehingga mampu menutup kerugian jangka pendek serta bermanfaat demi keberlanjutan perusahaan.

Simpulan

Melihat perkembangan sampai saat ini tentang pandemi, nampaknya di luar rencana awal tentang pemulihan. Saat kita perlahan memasuki fase baru pandemi COVID-19, berpikir tentang bagaimana kita akan beradaptasi saat ini adalah penting karena ternyata tak ada lagi kata "**kembali**"., bahkan kondisi normal pun telah dibubuhi kata "*new*". Saatnya menatap masa depan dengan kacamata *new normal*. Dalam artian kita harus serius berpikir tentang peran, teknologi, dan relasi yang diperlukan dalam masa pertumbuhan. Kemerosotan ekonomi di masa lalu telah menunjukkan sesuatu kepada akuntan, bahwa informasi tentang prospek bisnis di masa depan lebih relevan saat ini dibanding sekedar informasi tentang kinerja dan kesehatan entitas saat ini dan masa lalu. Dinamika bisnis yang revolusioner membutuhkan informasi baru dan peran baru akuntan dalam sebuah bisnis. Akuntan tidak lagi cukup hanya menyajikan informasi tentang apa yang telah dilakukan perusahaan, namun akuntan juga harus memberikan informasi tentang dampak atas apa yang telah dilakukan oleh perusahaan pada masa depan bisnis perusahaan. Menurunkan asimetri informasi antara manajemen dengan pengguna informasi eksternal akan membawa bisnis dikelola makin *fair*, dan mampu mendukung pertumbuhan ekonomi secara luas. Akuntan berada di garda depan dan menjadi mitra terpercaya yang dibutuhkan bisnis saat organisasi bisnis butuh navigasi menuju pertumbuhan. Berinvestasi pada manusia, teknologi, dan *relationship*, serta mengadaptasi praktik manajemen dan kolaborasi dalam *new normal*, pada akhirnya bukan hanya strategi untuk keluar dari kemerosotan ekonomi, tetapi juga strategi untuk menunggangi kemajuan ekonomi.



FMCG DI ERA COVID-19: INOVASI ATAU ADAPTASI?

Fiona Puspitasari

Alumni Prodi Akuntansi FEB Unika Soegijapranata

Mengutip artikel yang dimuat di katadata.co.id, “*Pandemi Membuat Penjualan Produk Kesehatan di E-Commerce Melonjak*”, Perusahaan *e-commerce* Tokopedia mencatatkan lonjakan penjualan produk kesehatan dan kebutuhan sehari-hari selama 2020. Pandemi Covid-19 pada 2020 membuat masyarakat semakin sering membeli masker, *hand sanitizer*, hingga pelindung wajah (*face shield*). Per Oktober tahun lalu, Tokopedia mencatatkan peningkatan transaksi pada produk kesehatan hampir 2,5 kali lipat dibanding periode yang sama pada 2019. Sedangkan, berdasarkan laporan kilas balik Tokopedia terbaru, total masker yang terjual pada 2020 bisa mencapai lebih dari lima kali total penduduk Pulau Jawa yang jumlahnya mencapai 141 juta jiwa. Sedangkan, jumlah *hand sanitizer* yang terjual di platform Tokopedia mencapai total penduduk Bali yang berjumlah 4,22 juta jiwa. Tokopedia juga sempat mencatatkan rekor penjualan 72 ribu *hand sanitizer* dalam 42 menit.

Kebutuhan pasar akan produk kesehatan pada awal pandemi merupakan awal mula perusahaan-perusahaan FMCG berlomba-lomba menjual produk kesehatan mulai dari *hand sanitizer*, masker, sabun antiseptik, dan lain-lain. Meskipun sudah ada beberapa merek *hand sanitizer* yang sudah lebih dikenal masyarakat sebelum adanya pandemik Covid-19 seperti Antis dari Enesis Group, Nuvo dari Wings Surya, Eskulin dari PT. Kino Indonesia, Tbk dan Dettol dari PT Reckitt Benckiser Indonesia, tidak menjadi penghalang bagi perusahaan-perusahaan FMCG yang sebelumnya tidak berfokus pada produk kesehatan tersebut mulai berinovasi seiring dengan trend pasar saat itu.

PT Kino Indonesia, Tbk sendiri yang sebelumnya sudah mempunyai produk *hand sanitizer*, yakni Eskulin, turut serta berinovasi di pasar *hand sanitizer* dengan meluncurkan produk baru Instance *Hand Sanitizer*. Kemudian PT. Unilever Indonesia, Tbk selain berinovasi Lifeboy yang selama ini dikenal dengan produk sabunya, juga memproduksi Lifeboy *Hand Sanitizer*. Selain itu PT. Unilever Indonesia juga mengeluarkan produk baru, Sahaja, produk pembersih bersertifikat Halal yang hadir dengan empat lini produk kebersihan yaitu sabun pencuci piring, cairan pembersih lantai, *spray higienis*, dan cairan pembersih higienis.

Orang Tua Group yang dikenal sebagai produsen makanan ringan dan minuman RTD (*Ready To Drink*) juga menghadirkan produk kesehatan



dengan merek Prima Protect+ yang memiliki berbagai macam produk mulai dari *hand sanitizer*, masker, sabun cuci tangan antiseptik, tisu basah antiseptik dan sabun batang antiseptik. Kompetitor lain adalah Kapal Api Global yang kita tahu produk andalannya adalah kopi, di tahun 2020 juga ikut serta meluncurkan *hand sanitizer*, Implora Icare. Tidak ketinggalan pula, Tempo Group dengan merek SOS yang selama ini lebih dikenal sebagai pembersih lantai juga menghadirkan produk *hand sanitizer*, *disinfectant spray*, sabun mandi dan masker. Mandom Indonesia, perusahaan kosmetik merupakan pemain baru di pasar *hand sanitizer* dimana pada April 2020 lalu, juga merilis produk *hand sanitizer* dengan merek dagang Mandom Hand Sanitizer.

Lalu apakah dengan inovasi produk kesehatan seperti *hand sanitizer*, masker, cairan disinfektan, sabun cuci tangan dan lainnya sudah cukup?

Kembali ke tahun 2020 lalu, pasar produk *hand sanitizer* pada paruh kedua tahun 2020 diperkirakan bakal lebih menantang karena adanya tingkat persaingan yang semakin ketat. Hal ini dikemukakan oleh Sekretaris Perusahaan PT Mandom Indonesia Tbk, Alia Dewi, mengatakan, jumlah pemain produk *hand sanitizer* saat ini sudah bertambah menjadi lebih banyak dibanding ketika pandemi corona (covid-19) pertama kali merebak di Indonesia beberapa waktu lalu. Akibatnya, jumlah produk *hand sanitizer* yang beredar di pasaran menjadi lebih banyak dibanding sebelumnya. "Suplai produk jenis ini di pasar sudah cukup mulai stabil, cukup banyak kompetitornya," kata Alia saat dihubungi Kontan.co.id.

Pandangan serupa juga disampaikan oleh Enesis Group, yang juga memproduksi produk *hand sanitizer* dengan merek dagang Antis. Chief Operating Officer Enesis Group, Budiman Goh mengatakan, lonjakan kebutuhan akan produk *hand sanitizer* yang signifikan ketika pandemi corona merebak pada awal Maret 2020 lalu menyebabkan banyaknya pemain-pemain produk *hand sanitizer* baru yang bermunculan. "Sekarang banyak produsen baik UMKM rumahan, institusi pendidikan, bahkan pabrik-pabrik yang selama ini belum pernah berurusan dengan *hand sanitizer* pun ikut produksi, jumlahnya cukup banyak yang kelas pabrikan ini," kata Budiman kepada Kontan.co.id. Meski begitu, jumlah pemain yang bertambah tidak diikuti oleh pertumbuhan permintaan. Sebaliknya, permintaan *hand sanitizer* belakangan sudah tidak sekencah' sebelumnya ketika pandemi corona pertama kali merebak. Akibatnya, pasar *hand sanitizer* menjadi jenuh. "Dari Mei 2020 hingga Juli 2020, pasar cukup jenuh dengan *hand sanitizer*," pungkas Budiman.

Dikutip dari artikel Kontan bulan November 2020, Direktur Keuangan PT Kino Indonesia, Tbk, Budi Muljono, mengatakan upaya inovasi produk



yang dilakukan perusahaan selalu melihat peluang segmen yang dapat memberikan kontribusi positif di kala pandemi, semisal produk *hand sanitizer*. Selama pandemi corona merebak di Indonesia, penjualan *hand sanitizer* cukup membantu penjualan KINO secara keseluruhan. Namun sayang, Budi mengungkapkan penjualan *hand sanitizer* tidak cukup untuk menutupi penurunan yang terjadi di segmen lain yang kontraksi cukup dalam. Di sisi lain, menurut Budi, market *hand sanitizer* semakin kompetitif dengan adanya perusahaan yang juga memproduksi *hand sanitizer* untuk menutupi penurunan penjualan produk existing mereka.

Jadi, berinovasi pada produk kesehatan seperti *hand sanitizer*, masker dan produk kesehatan lainnya ataupun produk home care terkait kebutuhan Covid-19, belum cukup memberikan kontribusi besar untuk FMCG. Hal ini senada dengan apa yang dipaparkan oleh Kantar Indonesia dalam laporan studi tahunan "*Indonesia Brand Footprint 2021*". Laporan studi ini mengukur merek produk sehari-hari atau fast-moving consumer goods (FMCG) yang paling dipilih oleh konsumen Indonesia. Sasaran studi adalah 97 persen dari total rumah tangga baik di perkotaan maupun perdesaan yang merepresentasikan 68 juta rumah tangga. Merek FMCG diteliti dan diurutkan berdasarkan metode *consumer reach point* (CRP), matriks yang mengalkulasikan jumlah rumah tangga yang membeli merek dengan berapa kali merek bersangkutan dibeli konsumen.

Lima kategori FMCG yang paling banyak dipilih oleh konsumen rumah tangga selama pandemi Covid-19 berlangsung, yaitu **mi instan, diikuti biskuit, kopi instan, detergen, dan penyedap rasa**. Sebanyak 95 persen rumah tangga yang diteliti membeli lima kategori barang tersebut 35 kali dalam setahun.

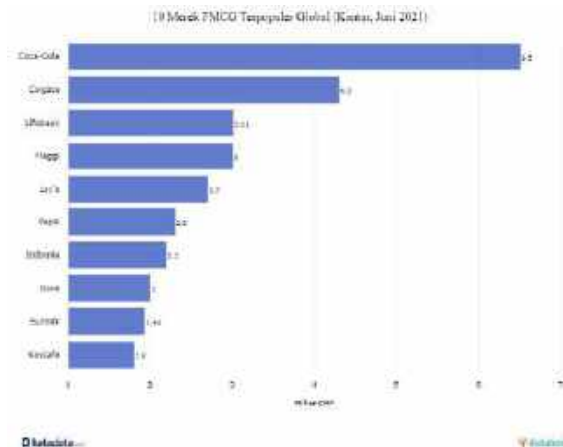


Commercial Director Kantar Indonesia Worldpanel Division, Adisti Bramanti mengatakan, sebelum pandemi Covid-19, lima kategori FMCG



itu telah banyak dicari oleh rumah tangga. Adanya pandemi Covid-19 membuat lima kategori FMCG itu semakin relevan. Tidak mengherankan, merek makanan mendominasi peringkat teratas pada tahun 2020. Karena konsumen menghabiskan lebih banyak waktu di rumah, mereka memiliki lebih banyak waktu untuk memasak dan lebih sedikit makan di luar.

Berbicara tentang mi instan, Indomie, produk mi instan buatan PT Indofood CBP Tbk, masuk dalam deretan merek fast moving consumer goods (FMCG) paling populer di dunia dalam riset Kantar berjudul *"Global Brand Footprint 2021"*. Produk buatan Indonesia ini menduduki peringkat ketujuh dengan nilai Poin Jangkauan Konsumen (*Consumer Reach Points*) sebesar 2,2 miliar.



Tapi, apa yang sebenarnya dilakukan PT Indofood CBP selaku produsen Indomie selama pandemic Covid-19?

Produsen makanan minuman milik Salim Group, PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) memiliki sejumlah strategi memaksimalkan penjualan di masa pandemi. Caranya, dengan menggecarkan promosi dan penjualan lewat media digital dan merilis sejumlah produk baru. Direktur Indofood CBP Sukses Makmur, Axton Salim mengatakan, pandemi Covid-19 tak berdampak signifikan terhadap penjualan perseroan. Perusahaan fokus menjaga ketersediaan produk di pasar dengan kualitas yang baik serta meluncurkan produk baru.

Strategi selanjutnya, Indofood gencar meluncurkan berbagai varian produk baru untuk mendorong ketertarikan konsumen seperti Indomie Bhinneka yakni edisi terbatas dan varian Indomie Hot Seblak. Usaha lain yang dilakukan Indofood adalah dengan melakukan gerakan atau *champaign* dengan #NiatBaikDariRumah yang memiliki makna yaitu



ketika berpuasa tetap buka puasa di rumah dengan mengonsumsi Indomie. Selain itu iklan Indomie Kuah “Nyaman Di Rumah” ini dianggap selaras dengan program pemerintah “Di Rumah Aja” selama pandemic Covid-19 ini.

Lalu, apakah sebaiknya perusahaan FMCG lain juga perlu melakukan inovasi produk mi instan juga untuk mengikuti tren? Mungkin sajian data berikut bisa memberikan gambaran bagaimana bisnis mi instan baik secara global maupun di Indonesia.

Berdasarkan data dari World Instant Noodles Association (WINA) di bulan Mei 2021, mencatat sepanjang tahun 2020, penduduk dunia mengonsumsi 116,560 miliar bungkus mi instan per tahun dimana sebanyak lima negara penikmat mi instan berasal dari Asia. China/Hongkong menempati urutan pertama negara dengan tingkat konsumsi mi instan tertinggi yaitu sebanyak 46,350 miliar bungkus. Indonesia berada di urutan kedua dengan 12,640 miliar bungkus. Jika seluruh penduduk dianggap makan mi instan, artinya rata-rata konsumsi mi instan Indonesia mencapai 61 bungkus per orang per tahun atau sekitar 4,87 kilogram.

Pola konsumsi mi instan di Indonesia terbilang unik. Mi cepat saji ini ternyata tidak identik dengan kemiskinan, malah sebaliknya. Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) 2018 menunjukkan, makin besar pengeluaran rumah tangga, makin tinggi konsumsi mi instannya.



Adanya Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) Darurat memberikan peluang besar untuk pasar mi instan. Menurut analisis pasar saham Hans Kwee, makanan instan seperti Indofood punya prospek bagus. Pandemi membuat konsumen lebih banyak tinggal dan



makan di rumah. “Makanan yang bisa disimpan-lama, punya peluang,” kata Hans kepada Lokadata.id.

“Pembatasan sosial karena pandemi Covid-19 mendorong konsumen rumah tangga mengubah perilaku sesuai dengan protokol kesehatan, seperti aktivitas diusahakan lebih banyak dari rumah. Merek FMCG yang bisa mengikuti perubahan perilaku konsumen itu yang akan bertahan,” kata Adisti Bramanti, Director Kantar Indonesia Worldpanel Division.

Oleh karena itu, FMCG harus mampu berinovasi dan juga beradaptasi di era Covid-19. Inovasi tidak melulu menciptakan produk baru yang sebelumnya belum pernah dibuat tetapi inovasi dapat dilakukan untuk produk existing misalnya dengan menambah varian, ukuran atau *champaign* produk di media sosial atau televisi. Untuk melakukan inovasi, FMCG juga perlu beradaptasi dengan tren yang ada di masyarakat. Inovasi produk yang ditawarkan harus relevan dengan kebutuhan masyarakat saat ini.

“Relevansi merek terhadap kebutuhan konsumen rumah tangga membuat bisnis merek FMCG bisa bertahan di tengah krisis pandemi Covid-19.” Menurut Director Kantar Indonesia Worldpanel Division, Adisti Bramanti, ada lima faktor relevansi yang mesti dipahami oleh pemilik merek FMCG, yakni karakter mudah dijangkau konsumen, inovatif, memberikan solusi, lebih hadir dalam setiap kebutuhan, dan komunikatif.



MANAJEMEN RESILIENSI DIBUTUHKAN DI ERA NORMALITAS BARU

Posmaria Sitohang, SE, MSi

Dosen Prodi Manajemen FEB Unika
Soegijapranata

Tata kehidupan normal baru sudah dimulai. Setelah terpuruk karena adanya pandemi Covid-19, kebangkitan perlu diupayakan. Wabah pandemi Covid 19 menjadi monster bagi sejumlah besar pelaku usaha. Bagaikan letusan gunung berapi yang meluluhlantakkan dunia dan memusnahkan dinosaurus. Tak sedikit perusahaan besar maupun menengah yang terpaksa menghentikan kegiatan produksinya. Data dari Kementerian Ketenagakerjaan akhir April lalu menunjukkan sebanyak lebih dari 83 ribu perusahaan formal dan 30 ribu lebih perusahaan non formal telah memberlakukan henti kerja bagi pekerjanya. Sejumlah hampir 2 juta pekerja berhenti bekerja sejak pandemi.

Berbagai kebijakan telah disusun oleh Pemerintah untuk dunia usaha antara lain menerbitkan Kartu Prakerja, santunan bagi pekerja korban PHK, penerbitan surat hutang bagi usaha UMKM dilakukan dalam upaya turut membantu meredam gejolak gelombang pengangguran dadakan ini. Dirumahkan atau diberhentikan dari pekerjaan memang dua hal yang berbeda namun sebagai seorang pekerja yang semula memiliki rutinitas kegiatan yakni bekerja dan saat ini tidak lagi; tentunya kedua hal tersebut sama-sama memerlukan pengelolaan. Manajemen resiliensi perlu dimiliki untuk dapat bertahan dari perubahan mendadak dalam seluruh aspek kehidupan para pekerja.

Manajemen resiliensi

Manajemen resiliensi adalah pengelolaan daya lenting atau daya pegas seseorang atau institusi perusahaan terhadap suatu situasi yang mendadak harus dihadapi dan biasanya keadaan baru ini bukan sesuatu yang lebih baik ataupun lebih menyenangkan dari keadaan sebelumnya. Menurut Garnezy (1991) resiliensi adalah kemampuan merencanakan, menyiapkan, mengadaptasi, memulihkan dari kerusakan dan mengembalikan kembali kondisi – minimal seperti saat sebelum kondisi buruk terjadi. Kemampuan untuk resilien itu dapat dibangun melalui keluarga, sekolah, komunitas dan juga masyarakat. Kemampuan Manajemen Resiliensi mengandung 3 hal yang perlu dimiliki yakni adaptabilitas (*business adaptability*); kemampuan berjejaring



(*networking*) dan kemampuan mempertahankan partisipasi penuh (*caring and supporting*).

Adaptabilitas bisnis

Brooks (2003) merumuskan adaptabilitas sebagai kemampuan untuk memodifikasi atau mengubah karakter dan perilaku sehingga dapat menata dan melibat (*coping*) dengan situasi eksternal yang menekan. Adaptabilitas bisnis diperlukan saat perusahaan menghadapi perubahan situasi yang cepat dan cenderung negatif. Adaptabilitas bisnis (*business adaptability*) adalah kemampuan perusahaan untuk menyesuaikan diri secara cepat dalam menanggapi gangguan terhadap bisnis; kemampuan untuk melindungi sumber daya manusia (karyawan) dan aset perusahaan serta berupaya tetap mempertahankan operasi bisnis agar berkelanjutan. Bagaimana bunglon - yang oleh karena adanya ancaman - mampu mengubah warna dirinya sesuai dengan situasi lingkungan; adaptabilitas perusahaan ditentukan oleh faktor kematangan menjalankan usaha, kecepatan melihat peluang usaha serta kemampuan pengelolaan risiko yang dihadapi berbanding sumberdaya yang dimiliki. Kapabilitas dinamis yang dimiliki untuk beradaptasi secara sukses dalam gelombang yang mengancam fungsi sistem, kelangsungan hidup dan perkembangan perusahaan inilah yang menjadi resiliensi pelaku usaha.

Kemampuan berjejaring

Membangun relasi dalam dunia bisnis adalah hal umum dilakukan namun kemampuan berjejaring tidak sekedar itu. Terminologi kemampuan berjejaring menurut Ford and Hakansson (2006) mengandung adanya tiga hal yakni membangun relasi, mempertahankan relasi dan menghentikan relasi. Menurut Mitrega dkk (2011) perubahan merupakan fitur penting dalam mengevaluasi jejaring. Perubahan dramatis yang dihadapi entitas bisnis saat ini membawa konsekuensi perubahan portofolio jejaring yang dimiliki. Di tata kehidupan normal baru (*new normal*) ini para pelaku bisnis mendapat pembelajaran baru dalam menggunakan aplikasi komunikasi – yang semula bahkan tidak terpikirkan. Pun dengan adanya sejumlah seminar yang digelar melalui daring yang dapat diikuti non-anggota, pelaku bisnis semakin termudahkan untuk mendapatkan akses ke jejaring yang lebih luas. Banyak pemula bisnis mendapatkan relasi dan untuk pemain lama dapat menghentikan relasi dengan cantik dan elegan. Berbagai aplikasi media komunikasi seperti *googlemeet*, *zoom*, *teams* dapat dimanfaatkan untuk mendukung daya lenteng (*resilience*) para pelaku bisnis.

Kemampuan bertahan dan partisipasi penuh

Menurut Bonnano dan Burton (2013) dalam situasi tak menentu diperlukan adanya fleksibilitas pengaturan dalam pengelolaan emosi dan



tingkat penerimaan (*flexibility in coping and emotion regulation*). Hantaman bagi dunia usaha karena situasi pandemi memaksa pebisnis untuk berpikir realistis dalam mencari cara – cara untuk bangkit. Berbagai usaha pun telah dilakukan oleh dunia usaha untuk menekan angka PHK sesuai anjuran Presiden. Suttie (2017) memprovokasi bahwa dengan semangat saling memperhatikan (*caring*) dan percaya (*trust*) antara pemilik usaha dan karyawan maka bisnis ini mampu untuk berdaya lenting menghadapi kesulitan ini. Sejumlah usaha beralih menjadi penyedia alat pelindung diri, membuat beraneka kreasi masker, memproduksi cairan sanitasi dan sejumlah kebutuhan yang mendadak muncul saat wabah ini. Berbagai usaha resto mengubah jalur tawaran produknya dengan melalui daring serta mengubah bentuk pengemasan agar mudah terkirimkan ke konsumen. Resiliensi dapat dibangun melalui kesatuan komunitas dalam perusahaan. Semangat senasib sepenanggungan pemilik dan karyawan memungkinkan terciptanya jalan keluar dari kesulitan dunia bisnis saat ini. Resiliensi terbangun dari kesatuan ini.

Corona belum berlalu. Alih alih mengutuk kegelapan - adalah tindakan bijak untuk kita menyalakan lilin agar mampu melewati kegelapan ini. Cara – cara hidup dalam tatanan kehidupan baru – yang kita sebut *new normal life* – sudah saatnya diakrabi. Beradaptasi terhadap perubahan, turut belajar untuk memanfaatkan media komunikasi secara bijak serta semangat untuk saling menyungkung jadi kunci manajemen resiliensi pelaku bisnis.



KOLABORASI DI MASA PANDEMI ADALAH KUNCI

Dyah Titisari A.

Dosen Prodi Manajemen
FEB Unika Soegijapranata

Pandemi yang terjadi di Indonesia hampir 2 tahun belakangan ini mengubah banyak hal. Perusahaan yang terlambat atau tidak mau untuk beradaptasi akan kewalahan dan pada akhirnya dapat terlindas oleh pesaingnya yang lebih siap. Persaingan saat ini tidak hanya dialami oleh perusahaan pada skala yang sama saja, tetapi perusahaan besar juga harus bersaing dengan perusahaan kecil untuk memperebutkan rupiah yang sama dari konsumen. Jika pada saat sebelum pandemi perusahaan besar akan memiliki kemungkinan untuk menang karena memiliki sumber daya yang lebih besar, hal tersebut tidak berlaku di masa pandemi ini. Banyak juga perusahaan besar yang pada akhirnya harus gulung tikar karena kalah bersaing dengan perusahaan yang lebih kecil.

Sebut saja Giant; raksasa pasar modern yang berasal dari Malaysia. Giant masuk ke Indonesia di tahun 2002 melalui grup Hero dan berhasil memiliki ratusan gerai yang tersebar di seluruh Indonesia. Namun sayangnya, akhir Juli 2021 Giant harus menutup seluruh gerainya di Indonesia. Penurunan pendapatan yang signifikan selama masa pandemi menjadi alasan kuat ditutupnya semua operasional Giant. Berikut data pendapatan Hero di tahun 2020 dan 2021 yang dikutip dari siaran pers Hero di tanggal 30 April 2021 dalam laman lokadata.id:

Pendapatan HERO			
	Kuartal I		
	2021	2020	%
Pendapatan Bersih	Rp1.763 miliar	Rp2.601 miliar	-32,2
Laba Kotor	Rp494 miliar	Rp703 miliar	-29,7

Sumber: <https://lokadata.id>

Konsumen mulai meninggalkan kebiasaan belanja di hypermarket dan lebih memilih pasar modern yang sedang atau bahkan kecil. Ditambah dengan adanya pandemi, konsumen lebih memilih berbelanja secara daring. Konsumen yang ingin berbelanja kebutuhan bulanan biasanya



sudah memiliki merek-merek favoritnya sendiri. Sehingga di saat orang-orang enggan atau bahkan takut untuk berbelanja keluar rumah, supermarket atau hypermarket mulai ditinggalkan dan lebih memilih berbelanja di *online marketplace*. Hal ini yang direspon dengan baik oleh ritel Hypermart. Jaringan ritel di bawah grup Matahari yang telah hadir di Indonesia sejak tahun 2004 ini memiliki lebih dari 100 cabang di seluruh Indonesia. Selain menjalani model bisnis secara *offline*, 80% gerainya juga melayani pembelian secara *online*. Selain memiliki website penjualan sendiri, Hypermart juga berkolaborasi dengan *platform* ojek online dan 2 *marketplace* besar. Konsumen dapat memesan kebutuhan sehari-hari lewat aplikasi GoMart maupun GrabMart serta Hypermart juga hadir di Shopee dan Tokopedia. Bahkan selama pandemi penjualan Hypermart secara daring mengalami kenaikan dua kali lipat, sebuah angka yang dapat dibilang fantastis di tengah lesunya daya beli masyarakat. Selain itu, penjualan melalui tokopedia juga mencatatkan angka yang tidak kalah luar biasa; rata-rata 1600 transaksi per hari dari seluruh gerai Hypermart yang ada.

Perusahaan lain yang juga tidak kalah terseok-seok adalah Pizza Hut. Perusahaan yang berdiri sejak 1958 di Kansas, Amerika, ini telah masuk ke Indonesia sejak 1984 dan memiliki banyak gerai yang tersebar di banyak kota. Konsep restoran pizza keluarga menjadi andalan merek pizza ini, sehingga tidak heran jika banyak keluarga yang memilih untuk menikmati pizza tersebut langsung di tempat. Namun semenjak ada pandemi, banyak keluarga yang membatasi aktivitas makan bersama di luar rumah. Hal ini berdampak besar sekali pada Pizza Hut. Untuk tetap bertahan, Pizza Hut mencoba untuk melakukan strategi jemput bola dengan berjualan di pinggir jalan, bahkan datang menawarkan produk mereka dari rumah ke rumah. Strategi ini terpaksa mereka lakukan agar dapat tetap bertahan dari gempuran kedai pizza lokal yang menawarkan harga lebih murah dengan variasi produk yang lebih beragam. Banyak kedai pizza lokal dengan skala usaha yang lebih kecil mampu bertahan di masa pandemi ini. Salah satunya adalah kedai Pizza Station yang ada di Semarang. Kedai ini menasar *niche market* dan *local market*. Kedai pizza yang mengusung tema New York Style Pizza ini menarget masyarakat Semarang dan sekitarnya dengan model pizza yang berbeda dari biasanya, dimana bentuknya yang lebar, besar, dan tipis sehingga mudah untuk dilipat. Kedai pizza ini berkolaborasi dengan salah satu *food influencer* asal Semarang yang memiliki lebih dari dua puluh ribu pengikut, yaitu akun @omndutsukamakan. Melalui kolaborasi ini menghasilkan menu baru yang diberi nama pizza “*creezy uncle*”. Kolaborasi dalam waktu yang terbatas ini, berhasil memikat konsumen terutama yang setia mengikuti unggahan dari akun instagram



@omndutsukamakan. Bahkan periode kolaborasi menu ini sempat diperpanjang karena masih banyaknya permintaan dari konsumen.

Kolaborasi lain yang tidak kalah heboh adalah restoran cepat saji McDonald dengan boyband asal Korea Selatan, BTS. Kolaborasi ini memang merupakan sebuah kolaborasi global yang dijalankan 50 negara dimana McD berada. Di Indonesia sendiri kolaborasi ini disambut antusias oleh “Army”, *fanbase* BTS. Antusias yang tinggi dari para penggemar ini memang sudah diprediksi, mengingat banyaknya jumlah penggemar dan tingginya nilai BTS di mata penggemar. Kolaborasi ini berhasil menyelamatkan McD dari penurunan penjualan, terutama di masa pandemi. Selain menjalankan strategi global, McD Indonesia juga berkolaborasi dengan Youtap, sebuah aplikasi solusi digital untuk membantu mempermudah transaksi perusahaan dan konsumen. Melalui kolaborasi ini, McD berhasil mencatatkan kenaikan penjualan sebesar 170% selama masa pandemi. Youtap mempermudah transaksi konsumen McD terutama untuk pembelian melalui *drive-thru* dan *take-away*, 2 cara pembelian favorit konsumen di masa pandemi. Salah satu tujuan kolaborasi adalah percepatan dalam pencapaian tujuan secara bersama-sama, ini terlihat dari kolaborasi McD dan Youtap. Sebagai perusahaan rintisan yang baru di Indonesia, Youtap perlu memiliki portofolio yang baik agar menaikkan reputasinya. Dengan menggandeng perusahaan-perusahaan besar dan berhasil memberikan solusi bisnis secara digital bagi mitranya, akan membuat Youtap lebih mudah diterima konsumen bisnis di Indonesia. Sebaliknya, McD juga membutuhkan solusi bisnis digital yang membuatnya mampu bertahan di masa pandemi, terlebih jika McD tidak bergegas, bukan tidak mungkin McD mengalami nasib seperti Pizza Hut yang harus bekerja lebih keras untuk sampai ke konsumen atau KFC yang merumahkan dan bahkan memangkas gaji karyawannya.

Menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI), kolaborasi berarti kerja sama untuk membuat sesuatu. Itu artinya dalam kolaborasi akan muncul sebuah hal baru yang menguntungkan kedua pihak. Sejak tahun 1993 Rosen telah mengungkapkan bahwa kerjasama merupakan sebuah bentuk efisiensi dan kualitas pelayanan. Kerjasama atau *cooperation* dapat dikaitkan dengan skala ekonomi (*economies of scales*). Dengan kerjasama yang baik dapat menekan dan mengurangi biaya overhead (*overhead cost*) walaupun terkadang hanya dalam skala kecil. Dalam bukunya di tahun 2011, Lai mengatakan bahwa “*Collaboration is the mutual engagement of participants in a coordinated effort to solve a problem together. Collaborative interactions are characterized by shared goals, symmetry of structure, and a high degree of negotiation, interactivity, and interdependence*”. Ada beberapa poin penting dalam penjelasan tersebut, yaitu *mutual engagement*, *solve a problem*



together, dan *interdependence*. *Mutual engagement* dapat diartikan sebagai sebuah keterlibatan bersama, dimana kedua pihak yang memiliki tujuan masing-masing saling terikat untuk kepentingan bersama. Kolaborator pasti memiliki visi misi serta agenda tersendiri. Namun dalam upaya untuk berkolaborasi, kedua pihak akan mencoba menselaraskan visi misi serta tujuannya. Kedua ada *solve a problem together* yang berarti berupaya untuk menyelesaikan masalah bersama. Dalam hal ini, kedua pihak adalah pihak yang memiliki masalahnya masing-masing. Dengan adanya kolaborasi, diharapkan mampu menjadi solusi dari masalah tersebut. Terakhir adalah *interdependence* atau ketergantungan, dimana kedua belah pihak memiliki ketergantungan satu sama lain terhadap bentuk dan hasil kerjasamanya. Kesuksesan kolaborasi juga bergantung pada seberapa bergantung satu pihak dengan lainnya. ketergantungan ini akan membuat kolaborasi berlangsung lama dan berkelanjutan. Dari tiga poin penting ini, kolaborasi seharusnya dapat menjadi sebuah langkah strategis dalam menghadapi dunia persaingan yang akan semakin ketat. Hal ini pun juga terbukti dari beberapa contoh perusahaan di atas. Hypermart, Pizza Station, dan McD adalah beberapa contoh dari sekian banyak perusahaan yang sukses menerapkan konsep kolaborasi dengan tepat. Kolaborasi merupakan sebuah bentuk komplementer, dimana kolaborator saling melengkapi kekurangan satu sama lain. Bukan saatnya bertarung dengan berdarah-darah ala *red ocean strategy*, tetapi saatnya menang dengan strategi samudera biru, karena kolaborasi adalah “koentji”.



Teknologi, Si Pendorong Ekonomi dan Bisnis

"Esensi dari kemanusiaan adalah saling membantu satu sama lain. Teknologi telah mendukung mobilitas manusia, bukan semata hanya menyediakan perangkat mobile saja,"

- Satya Nadella -



MILENIALS INDONESIA MEWUJUDKAN DIGITALISASI EKONOMI KREATIF

Kartika Maria Yosephine Sumargo

Mahasiswa Prodi Manajemen
FEB Unika Soegijapranata

PENDAHULUAN

Seluruh dunia saat ini sedang dilanda Covid 19 pada awal tahun 2020 khususnya di negara Indonesia. Sudah banyak upaya yang telah dilakukan oleh seluruh negara untuk memperbaiki keadaan, dari melakukan kebijakan WFH (*Work From Home*), kebijakan *lockdown* yang dimana semua orang di paksa untuk berdiam di rumah dengan bertujuan untuk memutus rantai covid 19.

Indonesia juga sempat mau melakukan *lockdown* karena sempat zona merah ,namun menurut pemerintah dengan melakukan *lockdown* akan membawa dampak yang cukup besar dan juga sangat berdampak bagi semua kalangan dari kalangan tinggi hingga bawah dan juga perekonomian Indonesia. Maka pemerintah menerapkan sistem PPKM dengan diadakannya hal tersebut dapat memutus rantai covid 19 dan juga pemerintah juga menerapkan protokol Kesehatan kepada masyarakat.

Indonesia juga sempat mengalami dampak yang besar akibat pandemi covid 19 terutama di bidang ekonomi, dimana semua perusahaan banyak yang mengalami kerugian, terhalangnya ekspor impor, dan banyak juga orang – orang yang terkena PHK karena perusahaan mengalami gulung tikar karena perusahaan tidak mampu untuk membayar gaji karyawan yang bekerja di perusahaan tersebut. Adanya pandemi covid 19 ini, banyak orang yang susah mendapatkan pekerjaan dan juga meningkatnya pengangguran di Indonesia, hal ini juga menjadi salah satu tanggung jawab pemerintah untuk bisa menangani kondisi perekonomian dan juga SDM yang ada sehingga kondisi perekonomian di Indonesia bisa pulih kembali.

Oleh karena itu perlu adanya peran serta generasi muda untuk membangun dan memulihkan perekonomian di Indonesia, karena yang seperti kita ketahui generasi muda sekarang bisa canggih dalam menggunakan teknologi dan juga mampu untuk inovasi dan kreatif dalam mengembangkan digitalisasi. Maka dari itu dengan adanya kemajuan dan inovasi dari digitalisasi, mampu membuat ekonomi menjadi bisa lebih baik karena dengan semakin canggih teknologi, semua orang bisa



mengkasas aplikasi yang digunakan dengan berbelanja secara online, dan membuat semakin mudah dan efisien apalagi di kondisi pandemi covid 19. Dengan begitu bisa meningkatkan perekonomian Indonesia saat di pandemi covid 19 ini.

Perekonomian di Masa Pandemi Covid 19

Sejak tahun 2020, seluruh dunia dilanda pandemi covid 19 termasuk Indonesia, dimana banyak sekali yang terkena dampak dari pandemi tersebut termasuk dibidang ekonomi. Seluruh sektor perekonomian terkena dampak hingga kerugian yang besar akibat covid 19. Akibat adanya pembatasan aktivitass masyarakat dapat mempengaruhi kegiatan bisnis yang akhirnya berdampak pada perekonomian. Menurut Data BPS (Badan Pusat Statistik) pada bulan Agustus 2020, pertumbuhan ekonomii Indonesia di kuartal 2 thn 2020 minus 5,32% , padahal sebelumnya di kuartal 1 tahun 2020, BPS melaporkan angka pertumbuhan ekonomi di Indonesia hanya naik sebesar 2,97%, hal tersebut turun dari pertumbuhan pada periode 2019 sebesar 5,02% (Rizal, 2020).

Kinerja pada ekonomi yang melemah ini, membawa dampak yang cukup besar pada situasi ketenagakerjaan di Indonesia, yang dimana angka pengangguran semakin meningkat. Menurut data Kemnaker (Kementerian keternagakerjaan pada 7 April 2020, dampak pandemic covid 19 ada 39.977 perusahaan di sektor formall yang melakukan WFH (*Work From Home*) dan juga ada yang di PHK. Sementara jumlah perusahaan dan tenaga kerja yang kena dampak di sektor informal ada 34.453 perusahaan dan 189.452 pekerja.

Perusahaan saat ini juga hanya merekrut yang bisa melakukan beberapa pekerjaan (multitasking) dan juga memiliki produktivitas yang tinggi dan juga lapangan pekerjaan yang berkembang di pasca pandemic covid 19 adalah pekerjaan yang berhubungan dengan teknologi, dan perusahaan tentunya hanya mencari orang yang mampu dalam bidang teknologi. Hal tersebut terjadinya pergeseran pola kerja akibat pandemic ini. Sebelum adanya pandemi yang dulu karyawan bekerja di perusahaan sekarang selama pandemic perusahaan dan juga karyawan harus melakukan adaptasi untuk mengurangi terjadinya interaksi, maka dari dilakukan cara dengan WFH. Tidak hanya perusahaan yang terkena dampak pandemic covid 19 saja, di satu sisi dampak pandemic juga dirasakan oleh UMKM, menurut data dari Kemenkop bahwa ada sekitar 56 persen UMKM mengalami penurunan omzet penjualan akibat dari covid 19, serta sekitar 22 persen mengalami kesulitan dalam masalah pembiayaan atau kredit, 15 persen mengalami permasalahan pada distribusi barang, dan sekitar 4 persen adanya kesulitan dalam bahan baku mentah karena harus adanya proses impor. Maka dari itu dari riset yang ada, seluruh



UMKM yang terkena dampak covid 19 sekitar 87,4 persen. Selain itu eksportir merupakan salah satu UMKM yang paling terpengaruh dan terkena dampak covid 19 yaitu sekitar 95,4 persen, UMKM di sektor kerajinan serta pariwisata mengalami dampak sebesar 89,9 persen, dan sektor yang sedikit terkena dampak adalah di bidang pertanian sekitar 41,5 persen

Perkembangan Digitasi menjadi Digitalisasi

Pada saat ini seiring dengan perkembangan jaman, semua orang di permudah dengan teknologi terlebih dalam memenuhi kebutuhan sehari – hari, masyarakat saat ini lebih suka melakukan belanja baik itu sandang , pangan dan papan. Sebelum pandemic orang-orang lebih suka melakukan kegiatan belanja secara langsung baik di supermarket, mall, dan toko terdekat. Karena menurut mereka dengan belanja secara langsung membuat masyarakat bisa melihat secara langsung kondisi barang yang mereka beli, dan juga banyak yang ditawarkan ketika mereka belanja secara langsung seperti dengan banyaknya diskon dan juga voucher belanja.

Namun berbeda ketika pandemi covid 19 melanda, semua kegiatan masyarakat jadi terhalang dan juga diharuskan untuk tetap tinggal di rumah saja, dan juga di himbau oleh masyarakat untuk tidak berpergian, dan dikhususkan untuk keperluan penting saja. Maka dari itu orang-orang jaman sekarang lebih suka bertransaksi, belanja, dan juga berkomunikasi secara online. Terlebih segala aktivitas sekarang bisa di akses melalui media sosial. Sekarang orang-orang lebih suka belanja lewat online shop seperti shopee, Tokopedia, Lazada, dsb. Maka dari itu dengan adanya online shop semua menjadi dimudahkan dan juga menjadi saingan bagi supermarket dan mall, dikarenakan orang-orang merasa takut untuk berpergian dan menurut mereka lebih efektif dan efisien jika berbelanja secara online. Dari hal tersebut merupakan salah satu proses digitasi yang dimana terjadinya peralihan dari media offline menjadi ke online dan serba mengandalkan teknologi.

Terlebih di jaman revolusi industri 4. 0, dimana semua negara harus beradaptasi dengan adanya banyak perubahan terlebih lagi negara khususnya di Indonesia harus ada persiapan terlebih di generasi milenial untuk bisa menjadi Angkatan kerja yang produktif dan kompetitif di era industri 4. 0. Karena hal tersebut di tandai dengan adanya otomasi dan juga digitalisasi. Karena seperti yang kita ketahui banyak perubahan yang muncul akibat adanya digitalisasi dan juga otomasi karena adanya era industri 4.0 dan kita sebagai generasi muda hendaknya harus menyesuaikan kondisi era industri tersebut serta juga harus bertransformasi dengan adanya perubahan zaman. Maka dari itu negara harus bisa bertindak dan berinisiatif mendorong semua bidang terlebih



dalam memberikan pemahaman terhadap masyarakat agar bisa lebih siap dan juga menyikapi serta menyesuaikan terhadap adanya perubahan. Maka dari itu Indonesia harus bisa menyusun strategi untuk menetapkan arah yang jelas untuk masa depan demi kemajuan perekonomian di Indonesia, serta juga harus mempersiapkan tenaga kerja yang berkualitas serta harus memiliki kemampuan khusus dalam mengusasasi teknologi. Terlebih di masa pandemic ini, kita sebagai generasi milenial hendaknya harus cepat merespon dan juga bergerak cepak dengan gaya yang baru dan semuanya juga serba teknologi dan kita harus bisa terus mengasah ilmu akan teknologi supaya kita tidak tertinggal.

Pemerintah berharap kepada generasi muda terutama generasi milenial agar bisa menjadi penggerak dan semangat untuk bisa terus berkembang dan maju serta bisa terus mengoptimalkan dalam inovasi dan kreativitas, dengan kita harus bisa mengenali potensi yang kita miliki serta terus untuk belajar tentang hal baru dan juga terampil dalam bidang tertentu. Kementerian perdagangan Indonesia juga mendukung generasi milenials untuk bisa ambil bagian dalam meningkatkan sektor perdagangan yang ada di Indonesia. Pemerintah juga mengupayakan dalam Gerakan ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif sendiri merupakan konsep ekonomi yang berkembang dan berdasarkan pada asset kreatif yang memiliki potensi dalam menghasilkan perkembangan dan pertumbuhan ekonomi. Maka dari itu ekonomi kreatif menjadikan sarana untuk menjadi wadah berkarya bagi generasi milenial dengan tujuan agar kaum muda mampu untuk menghadapi revolusi industri 4.0 yang saat ini kita rasakan, di harapkan dengan memanfaatkan ekonomi kreatif dapat menjadikan wadah sebagai pengembangan diri kita sendiri dan hasilnya juga bisa di rasakan oleh banyak.

Maka dari itu dengan kondisi pandemi seperti ini, kita sebagai masyarakat hendaknya bisa menyesuaikan dengan keadaan serta dengan adanya kemudahan sosial media, kita jangan sampai terlalu hedonisme dengan sering melakukan belanja secara online, karena generasi muda sering salah dalam menggunakan teknologi, terkadang mereka mudah tergiur untuk membeli barang yang bagi mereka tidak diperlukan, dan mereka hanya mengikuti *trend* yang ada sekarang dan juga tidak mau gengsi. Maka dari itu kita harus bisa selektif dalam menggunakan teknologi jangan sampai kita malah menjadi jatuh dalam teknologi yang kita gunakan terlebih dan menjadi boros. Generasi muda seharusnya bisa memanfaatkan peluang yang ada terlebih dengan canggihnya teknologi yang digunakan dan bisa terus inovasi dan berkembang dalam menggunakan teknologi serta menjadikan peluang bagi generasi milenial untuk membuka lowongan pekerjaan bagi orang – orang yang membutuhkan, serta bisa membantu pemerintah dalam



menstabilkan perekonomian yang ada di Indonesia, karena sempat yang kita ketahui semenjak adanya pandemic covid 19 perekonomian di Indonesia sempat kurang stabil, maka dari itu kita sebagai generasi milenial harus turut serta dalam meningkatkan perekonomian yang ada di Indonesia serta juga membantu mengurangi angka pengangguran.

Peran Serta Generasi Milenial dalam Ekonomi Kreatif

Digitalisasi adalah proses dimana memperbaiki bisnis dengan menggunakan teknologi dan data yang digunakan. Dengan adanya proses perbaikan terhadap teknologi, kita dapat meningkatkan bisnis yang kita punya, serta dapat mengubah dan memperbaiki proses bisnis menjadi lebih baik, produktif dan juga menguntungkan bagi perusahaan. Maka dari itu dengan adanya digitalisasi maka sekarang terjadinya transformasi dalam hal aktivitas, proses dan hasil yang ingin dicapai. Pemerintah saat ini juga mendukung pengusaha dan generasi milenials untuk bisa berkembang dan inovasi dalam memajukan perekonomian, terkhususnya sekarang anak muda sudah melek dengan adanya ekonomi kreatif, karena di jaman sekarang kita sebagai generasi muda hendaknya bisa terus berinovasi dan menciptakan suatu peluang agar bisa menarik perhatian bagi masyarakat. Terlebih dalam peluang bisnis, karena saat ini masyarakat cenderung senang melakukan kegiatan secara online dan juga menambah penghasilan hanya di rumah saja.

Pada masa pandemi ini, orang – orang benar mencari peluang yang bisa dilakukan, contohnya seperti influencer yang dimana awalnya mereka adalah orang – orang yang biasa aja, namun semenjak pandemic mereka mencari peluang dengan membuat konten di youtube, tiktok, maupun di Instagram. Mereka memanfaatkan celah yang ada untuk bisa mendapatkan penghasilan walaupun hanya di rumah saja. Hal tersebut merupakan ekonomi kreatif yang saat ini di sedang dikembangkan dan juga dilakukan terkhusus di kalangan generasi milenials. Karena dengan memanfaatkan peluang tersebut dan juga menggunakan sosial media sebagai sarana yang digunakan mereka juga bisa memberikan peluang yang untuk juga memberikan lapangan pekerjaan bagi banyak orang terlebih yang orang -orang terkena PHK. Selain itu generasi milenials bisa juga membuat komunitas yang positif seperti dengan adanya perkumpulan untuk anak muda dalam membahas bisnis, mempelajari saham, atau membuat konten creator. Karena dengan adanya komunitas yang positif tersebut tentunya bisa menghasilkan suatu peluang terlebih dalam menciptakan peluang pekerjaan.

Maka dari itu generasi milenials harus bisa mulai bisa berpikir kritis dan juga mulai peka terhadap suatu masalah yang ada disekitar. Lalu



generasi milenial harus bisa melakukan Tindakan untuk melakukan aksi nyata demi membantu menyelesaikan masalah yang ada maka dari itu generasi milenials bisa membawa awal perubahan yang baru untuk menjadi lebih baik. Maka dari itu generasi milenials harus bisa terus mengasah dan mengembangkan kemampuan yang dimiliki. Walaupun yang kita ketahui banyak sekali perubahan dalam waktu singkat dan instan, dan di segalanya dalam menggunakan teknologi dan juga perubahan di sektor lainnya. Konsep kreatif yang perlu kita siapkan utk menjadi bagian dari ekonomi kreatif adalah *skill*, talenta, Kerjasama antar tim dengan baik, produk yang dihasilkan, kreatifitas dan inovasi. Terlebih juga dalam revolusi industri 4.0 yang dimana mengajak generasi milenials untuk bisa memaksimalkan fungsi dan peran internet dalam mengembangkan bisnis dan kemampuan yang mereka miliki, dan sumber dari generasi muda untuk bisa membangun ekonomi kreatif dengan cara menggunakan media sosial sebagai sarana dalam memberikan keuntungan finansial bagi generasi milenials. Serta bisnis start up dan juga bisnis yang berkembang di e-Commerce menjadi salah satu pengaruh bagi generasi milenial dalam ekonomi kreatif di Indonesia, serta Indonesia menjadi urutan ke 4 untuk bisnis start – up yang ada di dunia, namun yang menjadi tantangan di Indonesia dalam hal tersebut adalah infrastruktur pemerintah dalam memberikan pelayanan internet yang baik dan cepat di dalam kondisi apapun dan juga dimana kita berada. Sumber daya yang di miliki oleh generasi milenial menjadi salah satu tulang punggung dalam ekonomi kreatif yang dimiliki Indonesia. Maka dari itu masyarakat yang khususnya untuk pemerintah Indonesia harus bisa memiliki apresiasi yang tinggi dalam generasi bangsa agar bisa meningkatkan pendapatan ekonomi kreatif di Indonesia. Jadi generasi milenial mempunyai peran yang penting dalam memajukan dan meningkatkan ekonomi kreatif dengan berbagai karya dan peluang serta cara berpikir yang visioner dan juga memiliki semangat daya juang yang tinggi. Hal tersebut membuat pola pikir kita dan juga kreatifitas yang kita miliki bisa mendapatkan yang memuaskan.

Penutup

Pandemi covid 19 membawa dampak yang cukup besar dari beberapa sektor terkhusus di sektor perekonomian. Hal tersebut membuat seluruh aktivitas menjadi terbatas dan juga harus WFH, bahkan banyak terjadinya PHK di Perusahaan dan membuat meningkatnya jumlah angka pengangguran yang ada di Indonesia.

Seluruh masyarakat hendaknya bisa menyesuaikan aktivitas yang dilakukan di tengah pandemic covid 19, dan juga harus bisa beradaptasi dan beralih ke media online, karena sekarang dalam melakukan aktivitas, pekerjaan, dan bertemu dengan orang bisa dilakukan dengan online dan



maka dari itu membuat seluruh kegiatan menjadi lebih produktif dan efisien.

Saat ini kita berada di revolusi industri 4.0 dan juga mengalami dampak dari pandemi covid 19. Pemerintah juga mengharapkan peran serta dari generasi milenials yang dimana lebih canggih dan juga paham dengan teknologi, maka di harapkan kita generasi milenial untuk bisa terus inovasi dan kreatif di segala bidang yang kita tekuni dan diminati agar kita bisa juga meningkatkan perekonomian di Indonesia dan juga kita sebagai generasi milenials bisa membantu untuk menciptakan lapangan pekerjaan.

Generasi milenials hendaknya bisa menggunakan teknologi dan media sosial dengan baik dan bijak, jangan sampai salah digunakan dan kita harus bisa mengasah kemampuan yang kita miliki untuk bisa bersaing dan juga menyesuaikan adanya perubahan yang kita rasakan.



EKONOMI DIGITAL SEBAGAI KESUKSESAN KAUM MILENIAL

Gabriella Kyara Ajeng Shandradewi

Mahasiswa Prodi Manajemen
FEB Unika Soegijapranata

COVID-19

Coronavirus disease (COVID-19) adalah penyakit yang disebabkan oleh virus corona baru yang bernama SARS-CoV-2. WHO pertama kali mempelajari virus baru ini pada tanggal 31 Desember 2019, dengan mengikuti sebuah laporan tentang sekelompok kasus 'radang paru-paru yang viral' di Wuhan, Cina (WHO, Coronavirus disease (COVID-19), 2020). Persebaran virus ini dapat terjadi dari mulut atau hidung seseorang yang terinfeksi dalam partikel-partikel liquid kecil ketika mereka batuk, bersin, berbicara, menyanyi, atau bernafas. Virus COVID-19 ini sering tersebar diantara orang-orang yang berjarak dekat yaitu 1 meter. Seseorang dapat terinfeksi ketika tetesan yang mengandung virus tersebut terhirup atau datang secara kontak langsung dengan mata, hidung, atau mulut.

Virus ini juga bisa tersebar di tempat ventilasi yang sedikit dan/atau keadaan ruangan yang ramai, dimana orang-orang cenderung menghabiskan waktu lama di tempat tersebut. (WHO, Coronavirus disease (COVID-19): How is it transmitted?, 2020). Oleh karena virus ini baru, tentunya pada saat awal COVID-19 diberitakan oleh banyak sumber, belum ada cara dan protokol untuk menanggulangi virus ini, yang pada akhirnya kebanyakan orang terinfeksi dan bahkan meninggal. Buktinya pada awal COVID-19 datang ke Indonesia pada tanggal 2 Maret 2020 sejumlah 2 orang sampai tanggal 19 Mei 2021 mencapai 1.758.898 kasus yang terkonfirmasi, dengan jumlah 1.621.572 orang atau sebesar 92,2 persen sembuh +4.969 kasus sembuh, sejumlah 48.887 orang atau sebesar 2,8% meninggal +218 kasus meninggal masyarakat Indonesia tentang COVID-19 (Peta Sebaran, 2021).

Persebaran COVID-19 di Indonesia ini termasuk cukup drastis. Hal ini tentunya memaksa masyarakat untuk tidak berkegiatan secara luring. Maka dari itu, pemerintah mengambil keputusan untuk membuat peraturan tentang *social distancing*.

Oleh karena bahaya COVID-19, pemerintah membuat ketentuan pada Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2020 tentang Batasan Sosial Berskala Besar dalam rangka Percepatan Penanganan



Corona Virus Disease 2019 (COVID-19), serta masyarakat dihimbau untuk melakukan semua kegiatan secara daring. Hal ini bertujuan untuk melakukan pembatasan pergerakan orang dan/atau barang untuk satu provinsi atau kabupaten/kota tertentu yang untuk mencegah penyebaran *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)*.

Terbatasnya kegiatan secara luring oleh masyarakat pastinya mempengaruhi perekonomian Indonesia. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) tentang ekonomi Indonesia tahun 2020 menunjukkan pada triwulan I tahun 2020 bertambah sebesar 2,97 persen (BPS, Ekonomi Indonesia Triwulan I 2020 Tumbuh 2,97 Persen, 2020), pada triwulan II tahun 2020 menurun sebesar 5,32 persen (BPS, Ekonomi Indonesia Triwulan II 2020 Turun 5,32 Persen, 2020), pada triwulan III tahun 2020 bertambah sebesar 5,05 persen (BPS, Ekonomi Indonesia Triwulan III 2020 Tumbuh 5,05 Persen (q-to-q), 2020), dan pada triwulan IV tahun 2020 mengalami kontraksi pertumbuhan sebesar 0,42 persen dari triwulan sebelumnya (BPS, Ekonomi Indonesia 2020 Turun sebesar 2,07 Persen, 2020).

Hal tersebut menunjukkan perekonomian Indonesia sedang mengalami perubahan drastis. Hal ini dapat dilihat data tingkat pengangguran terbuka pada bulan Agustus 2020 sebesar 7,07 persen yang menunjukkan peningkatan sebanyak 1,84 persen dibandingkan dengan Agustus 2019 dan penduduk usia kerja yang terdampak COVID-19 sejumlah 29,12 juta orang (14,28 persen) yang terdiri dari pengangguran karena COVID-19 sejumlah 2,56 juta orang, Bukan Angkatan Kerja (BAK) karena COVID-19 sejumlah 0,76 juta orang, sementara tidak bekerja karena COVID-19 sejumlah 1,77 juta orang, dan penduduk bekerja yang mengalami pengurangan jam kerja karena COVID-19 sejumlah 24,03 juta orang (BPS, 2020). Data-data tersebut membuktikan tentang kesulitan masyarakat dalam mempertahankan ekonominya sehingga mempengaruhi tingkat perekonomian Indonesia yang menunjukkan penurunan. Penurunan ekonomi pada data tingkat pengangguran terbuka dan penduduk usia kerja yang terdampak COVID-19 tersebut membuktikan atas kegelisahan masyarakat dalam mempertahankan perekonomiannya.

Masyarakat dipaksa untuk bekerja secara daring atau *Work From Home* (WFH) dan berusaha untuk mempertahankan perekonomiannya yang padahal kebanyakan masyarakat hanya memiliki minim modal untuk membangun usahanya sendiri. Oleh karena itu, untuk bertahan dalam kondisi perekonomian yang sedang kritis, masyarakat harus memanfaatkan teknologi yang sudah ada untuk bekerja. Sekarang ini, terutama saat pandemi, teknologi sudah banyak dimanfaatkan oleh masyarakat untuk bekerja. Definisi digitalisasi adalah penggunaan



teknologi digital untuk mengubah model bisnis dan memberikan pendapatan baru dan peluang-peluang penghasilan nilai (Bloomberg, 2018). Jenis pekerjaan baru di era digital saat ini adalah social media specialist, content writer, video creator, affiliate account manager, graphic designer, data analyst, UI/UX designer (Marsa, 2019).

Selain itu, pekerjaan yang sudah lama ada namun masih jarang dan ragu untuk digunakan oleh kaum milenial adalah trading dan investasi. Contoh pekerjaan lainnya adalah *online shop*, lalu berita berbentuk digital sebagai bentuk digitasi pada percetakan. Pendapatan total usaha dan pendapatan usaha *e-commerce* di Indonesia pada tahun 2019 adalah usaha dengan pendapatan kurang dari 300 juta rupiah sebesar 75,15 persen, usaha dengan pendapatan 300 juta sampai 5 milyar rupiah sebesar 19,56 persen, usaha dengan pendapatan 2,5 – 50 milyar rupiah sebesar 4,97 persen, dan usaha dengan pendapatan lebih dari 50 milyar sebesar 0,33 persen (Kusumatriana, et al., 2020).

Generasi milenial adalah masyarakat sosial yang melek dan *adaptable* pada teknologi (Kanwil, 2020). Kebanyakan mengisarkan Pengguna internet di Indonesia pada kuartal II tahun 2020 mencapai 73,7 persen dari populasi atau sejumlah 196,7 juta pengguna (apji, 2020) yang berarti masyarakat di Indonesia dianggap bisa dalam menggunakan internet. Kaum milenial termasuk masyarakat dan juga menjadi penerus bangsa Indonesia. Oleh karena itu, kaum milenial sudah harus mulai mengenal tentang bagaimana cara kaum milenial memanfaatkan teknologi untuk bekerja sehingga dapat meningkatkan perekonomian Indonesia. Namun, kebanyakan kaum milenial masih belum sadar akan pentingnya memanfaatkan kemampuan yang dimilikinya demi masa depan mereka sendiri maupun sekitarnya. Biasanya, ketidaksadaran kaum milenial ini disebabkan oleh belum jelasnya masa depan kaum milenial dan guna mereka melakukan hal tersebut, sehingga mereka berakhir berhenti mencari tahu tentang informasi yang berhubungan dengan pekerjaan. Padahal, jenis pekerjaan pada zaman sekarang sudah bermacam-macam, sesuai dengan hobi dan kemampuan masing-masing kaum milenial.

Kehidupan pasca pandemi diperkirakan akan menjadi masa dimana masyarakat akan merasakan normalisasi kegiatan-kegiatan pada masa pandemi. Oleh karena itu, untuk mempersiapkan masa pasca pandemi, penting untuk dilakukan oleh kaum milenial untuk mulai belajar sampai terjun langsung dalam pemanfaatan digitalisasi bagi masa depan mereka dan mengembangkannya, terutama pada kebutuhan ekonomi.



Public Figure Digital

Public figure digital yang penulis maksud adalah seseorang yang memanfaatkan digital untuk bekerja sebagai *influencer*, *youtuber*, *vlogger*, *selebgram*, *gamer*, motivator, dan semacamnya. Cara *public figure digital* memanfaatkan digital adalah dengan memanfaatkan potensi dirinya sebagai orang yang ber-*value* untuk membagikan *value* dari internal maupun eksternal kepada masyarakat pengguna sosial media. Nilai yang diberikan bisa berupa cara pikir, cara pandang, rekomendasi barang/jasa, hiburan, dan semacamnya. Menjadi *public figure digital* ini akan berpotensi besar untuk mencapai kesuksesan karena zaman sekarang sudah banyak kaum milenial yang melakukan digitalisasi, sehingga perkembangannya dalam digital akan masih panjang jangka waktunya.

Kelebihan menjadi *public figure digital* adalah mempunyai banyak penggemar yang dapat menjadi modal artis untuk *self-promoting*, banyaknya masukan dari penggemar sehingga mudah untuk mendeteksi apa yang diinginkan masyarakat, membangun nama baik diri, menjadi inspirasi bagi banyak orang, hemat, dan memiliki banyak koneksi. Bila ada kelebihan pasti juga ada kelemahannya. Kelemahan menjadi *public figure digital* adalah privasi kurang terjaga, mudahnya muncul gosip, dan yang terutama adalah harus menjadi orang yang terus baik di mata orang banyak. Kewajiban yang harus ditanggung oleh seorang *public figure* yaitu mengatasi banyaknya pesaing, untuk menjadi *public figure* yang menarik pengguna sosial media, perlu untuk mempertimbangkan juga tentang macam sosial media yang digunakan untuk kesesuaian kelompok sasaran, perlu sering untuk *self-branding*, penjagaan nama baik, butuh kesabaran yang besar, harus 'good mood' setiap saat, dan harus menjadi pribadi yang unik.

Melihat dari besar peluang yang bisa dicapai untuk menjadi seorang *public figure*, terdapat banyak pekerja lain yang juga menjadi *public figure*. Pekerja lain ini bisa menjadi dukungan, namun tidak menutup peluang untuk menjatuhkan pula. Oleh karena itu, seberapa sukses seorang *public figure* itu bergantung pada seberapa luas relasi seseorang tersebut. Jelas tidak hanya itu yang menjadi faktor peluang suksesnya menjadi *public figure*. Faktor penting lainnya untuk menjadi *public figure* yang sukses adalah tentu dari konten yang dibawakan, peka terhadap perkembangan zaman, menghubungkan antara konten viral dengan konten original *public figure*, inspirasi dari konten artis lain, kesesuaian dengan permintaan pengguna internet, besar nilai yang diterima pengguna internet, mengeksplor tentang *public figure*, dan sebagainya. Semakin mudah dan bermutu nilai yang diterima oleh pengguna internet, akan semakin bernilai bagi diri sendiri dan bagi masyarakat Indonesia. Banyak masalah yang akan berdatangan, namun



hal ini menjadi tantangan seorang *public figure* untuk menyelesaikannya. Masalah-masalah ini akan membawa seorang *public figure* menjadi lebih baik dan mencapai kesuksesan. Ketika sudah terjadi kesuksesan, dan kesuksesan ini akan meningkatkan perekonomian bagi seorang *public figure* tersebut, yang pada akhirnya juga berkontribusi pada perekonomian Indonesia sesuai dengan cara kaum milenial sendiri.

Hal ini mendorong *public figure* untuk menjadi seseorang yang unik agar memiliki nilai yang bisa ditawarkan kepada pengguna internet. Bagaimana cara membuat keunikan ini yang mendorong kita untuk terus berinovasi, yang pastinya hasil akhir dari inovasi tersebut tetap menyesuaikan dengan karakteristik *public figure*. Cara mendapatkan keunikan konten yang paling mendasar adalah melihat dari ketidaknyamanan seseorang dalam melakukan sesuatu dan menyesuaikan dengan perkembangan zaman. Misalnya, tentang keresahan pengguna internet ketika menonton seorang *influencer* dalam mempromosikan suatu produk. *Influencer* ini cenderung memaksakan opini pribadi untuk diterapkan oleh pengguna internet. Oleh karena itu, *public figure* yang ingin mencari konten bisa membagikan tentang pentingnya berempati dengan orang lain dengan memberikan contoh nyata seperti di atas namun dengan bahasa yang sopan.

Cara mempertahankan dan mengembangkan menjadi seorang *public figure* adalah membangun relasi dengan *public figure* yang lain, sharing, belajar dari pengalaman diri sendiri maupun dari orang lain. Kesalahan-kesalahan yang sudah sering terjadi bisa menjadi inovasi kaum milenial yang menjadi *public figure* untuk mulai merintis menjadi pemilik usaha. Contoh kesalahan yang sering terjadi adalah kesalahan dalam berbicara ketika berada di depan publik. Seorang *public figure* tentu pastinya sudah paham betul tentang kesalahan tersebut, oleh karena itu *public figure* menyediakan jasa atau dengan kata lain membuka kelas untuk belajar tentang cara berbicara yang baik, pengembangan karakteristik, sehingga dapat mengurangi potensi kesalahan dalam berbicara ketika berada di depan umum.

Investasi

Investasi yang penulis maksud adalah seseorang yang memanfaatkan digital untuk bekerja sebagai trader, investor, dan spekulator. Kaum milenial perlu melakukan investasi sejak umurnya karena keuntungan investasi ini dinikmati dalam jangka panjang, sehingga semakin muda seseorang dalam berinvestasi, semakin besar keuntungan yang akan diperoleh di masa depan. Perekonomian investasi ini sudah mulai relatif stabil di Indonesia bersamaan dengan waktu kaum milenial untuk produktif, terutama pada perekonomiannya.



Kelebihan dalam memanfaatkan investasi adalah keuntungannya diperoleh dalam jangka panjang yang berarti perekonomian masa depannya terjamin. Resiko dalam memanfaatkan investasi adalah uang bisa hilang dalam sekejap bila sedikit saja *careless* terhadap investasi yang sedang dijalankan. Untuk mengurangi resiko tersebut, banyak hal yang bisa dipelajari. Menurut penulis, hal penting yang harus dipelajari untuk menjalankan investasi adalah macam-macam platform trading serta keuntungan dan kerugian masing-masing platform, teknik dalam penentuan keputusan, cara analisis pasar modal, dan bagaimana seseorang mengambil keputusan ketika ingin berinvestasi. Hal-hal tersebut bisa dipelajari dari blog, berita, bahkan akun instagram yang membahas tentang investasi. Tidak perlu khawatir, sudah banyak akun di Instagram yang membahas tentang investasi sesuai dengan bagaimana kaum milenial pada umumnya menyerap informasi dari internet. Dibutuhkan karakteristik ketekunan, kepekaan, komitmen, visioner, kritis, kehati-hatian, dan keingintahuan besar untuk menjalankan investasi ini.

Investasi berkontribusi kepada para pelaku dalam kebutuhan perekonomiannya. Peluang terjadi suksesnya pekerjaan ini tergantung seberapa banyak seseorang belajar tentang investasi dan penerapannya. Diperlukan banyak pertimbangan agar keputusannya benar dalam berinvestasi. Kaum milenial tidak perlu khawatir karena banyak juga pendukung dalam pengambilan keputusan saat berinvestasi, bila belajarnya banyak, maka pendukung untuk pengambilan keputusannya juga akan lebih terjamin. Kaum milenial bisa mulai mempelajari investasi dari dasarnya terlebih dahulu, dari definisi sampai bagaimana langkah dalam pengambilan keputusan seperti yang sudah dipaparkan pada paragraf sebelumnya. Investasi tidak bisa dipelajari secara instan, perlu banyak informasi dan saran dari internet maupun orang sekitar kaum milenial untuk memahami investasi sesuai dengan pemahaman kaum milenial karena informasi tentang investasi akan terus berkembang, sifat investasi ini sangat relatif.

Investasi sangat berkontribusi pada tingkat perekonomian Indonesia. Investasi FDI dalam USD mengalami kenaikan sebesar 1,6 persen pada tahun 2020, dimana hal ini menunjukkan pertumbuhan positif pertama sejak 2017. Peningkatan ini didorong oleh FDI di *secondary sector*, terutama di *base metal sector*. Di waktu yang sama, DDI memberi data pertumbuhan yang relatif stabil pada angka 7 persen tahun lalu. Tren ini akan terus berlanjut di 2021, didukung perubahan struktural dari sisi domestik dan global. (Melihat Peluang Investasi Indonesia setelah Pandemi, 2021)

Oleh sebab itu, investasi ini sangat direkomendasikan untuk dilakukan kaum milenial sejak sekarang. Penulis juga yakin bahwa di masa pasca



pandemi sampai masa depan, untuk melakukan investasi akan semakin mudah dengan perkembangan teknologinya yang pesat, sehingga untuk berinvestasi akan menjadi lebih mudah daripada sebelumnya. Agar pemanfaatan perkembangan teknologi tersebut dapat mencapai hasil yang maksimal, maka tidak ada salahnya bila investasi sudah dimulai dari sekarang oleh kaum milenial. Apalagi minimal modal untuk berinvestasi pada zaman sekarang sudah tidak terlalu besar, sesuai dengan jangkauan modal kaum milenial.

E-commerce

Digitasi secara esensial mengacu pada pengambilan informasi analog dan meng-encodingnya ke dalam 0 dan 1 sehingga komputer dapat menyimpan, memproses, dan mengirimkan tersebut (Bloomberg, 2018). Digitasi ini bermaksud tentang perpindahan informasi *offline* ke *online*, seperti penjualan secara online atau *e-commerce*. *E-commerce* yaitu proses jual beli barang dan jasa yang dilakukan dalam genggam jari berbasis jaringan elektronik (Kusumatriana, et al., 2020).

Kelebihan *e-commerce* yaitu jenisnya yang sangat beragam, pemberian informasi yang detail, kebutuhan modal yang lebih sedikit, kemudahan dalam pemasarannya, ketidakkawatiran atas batas jarak. Kelebihan dalam memanfaatkan *e-commerce* yang menonjol adalah pada distribusi dan *marketingnya*. Jangkauan distribusi barang yang ditawarkan menjadi lebih luas karena bisa memanfaatkan kurir ke luar kota sehingga apa yang benar-benar dibutuhkan oleh pelanggan dapat tercapai. Untuk *marketingnya*, banyak *advertisement* di sosial media yang bisa dimanfaatkan, namun tetap saja diperlukan pertimbangan tentang pemilihan sosial media yang cocok sesuai kelompok sasaran pembeli produk yang dijual. Kelemahan *e-commerce* adalah potensi rusaknya barang ketika mengirim barang ke tempat yang jauh seperti luar kota bahkan pulau, besar peluang untuk mendapatkan *review* yang buruk dari pelanggan yang dapat mempengaruhi pandangan pelanggan lain tentang produk yang ditawarkan, tidak sesuai harapan pelanggan dengan kualitas produk, sedikit *review* sedikit pembeli, sulitnya menarik pelanggan ketika produk masih baru, dan sebagainya yang berhubungan dengan manajemen perusahaan produk.

Dengan kelebihan dan kelemahan yang telah dipaparkan tadi, berarti tantangan yang harus ditembus oleh pemilik *e-commerce* adalah memahami tentang kebutuhan dan keinginan masyarakat, namun penulis paham bahwa memahami orang lain itu sulit dalam pengidentifikasiannya, maka dari itu penulis merekomendasikan untuk melihat dari kebutuhan dan keinginan diri sendiri terlebih dahulu. Penulis yakin bahwa banyak keinginan yang ingin dicapai kaum milenial, namun dengan syarat dan ketentuan tertentu, kaum milenial tidak mampu untuk



menggapainya. Contohnya adalah keinginan seorang kaum milenial untuk tampil *fashionable*. Faktor menjadi *fashionable* itu ada banyak, yaitu keperluan dari dana, pilihan merk, tren, perhiasan yang sesuai, riasan wajah, dan masih banyak lagi. Dari pengalaman tersebut, kaum milenial mencari cara agar dapat menembus syarat dan ketentuan tersebut supaya menjadi lebih mudah pencapaiannya terutama pada kemudahan dananya. Keinginan menembus batas inilah yang disebut dengan benih-benih inovasi. Contoh pengalaman tersebut bisa dijadikan kaum milenial sebagai usahanya menjadi penjual *e-commerce*. Penulis memberikan contoh penyelesaiannya, yaitu dengan menjual satu set fashion dengan harga yang lebih murah dibandingkan beli per barang. Set ditentukan sesuai dengan zaman yang sedang tren, seperti *vintage*, 90's, *chill vibes*, dan lain sebagainya.

Perekonomian *e-commerce* ini bergantung pada tingkat kebutuhan produk dan pendapatan masyarakat. Pemilik *e-commerce* harus kritis dalam pengambilan keputusan tentang kelompok sasaran pembeli produknya. Bila perekonomian negara sedang turun, pengusaha *e-commerce* juga mengalami penurunan pendapatan karena menurunnya permintaan dari pelanggan. Namun bila produk yang dijual adalah produk kebutuhan pokok, maka resiko peluang menurunnya pendapatan akan lebih sedikit karena mau tidak mau pelanggan harus membeli. Tapi jika memang menjadi kebutuhan pokok, pengusaha *e-commerce* tetap harus menurunkan harga agar bisa bersaing dengan pengusaha lainnya, jadi banyaknya pendapatan juga terpengaruh pada manajemen perusahaan (internal).

Multi-tasker

Bila menurut kaum muda terlalu sulit untuk memenuhi ekonomi dengan hanya memilih salah satu pekerjaan yang dipaparkan di atas dalam jangka pendek maupun panjang, kaum milenial bisa melakukan banyak pekerjaan dalam satu waktu. Terdapat 4 kuadran profesi dalam CASHFLOW Quadrant (Kiyosaki, 2015). Keempat kuadran tersebut adalah E sebagai Employee, S sebagai Self Employed, I sebagai Investor, dan B sebagai Business Owner. Employee dan Self Employed itu mendefinisikan tentang seseorang yang bekerja untuk uang, dan Investor dan Business Owner mendefinisikan tentang uang yang bekerja untuk seseorang. Oleh karena itu, sebagai pekerja yang memanfaatkan digital, kaum milenial dapat memanfaatkan profesinya sebagai Self Employed dan Investor. Namun bila Self Employed sudah mengalami kesuksesan, maka kaum milenial bisa bahkan mencapai kuadran Business Owner dan Investor. Ketika sudah mencapai Business Owner dan Investor, kaum milenial akan menyimpan pendapatannya dari Business Owner ke dalam investasi karena sudah mengerti bahwa



semakin besar modal investasi akan semakin besar juga keuntungannya. Penulis mengatakan besar keuntungan karena kaum milenial sudah belajar dari modal kecil, sehingga saat modalnya besar sudah mengalami kecil kemungkinan untuk terjadinya kerugian karena sudah belajar dari pengalamannya.

Self Employed menjadi proses kaum milenial dalam mencapai Business Owner, lama kelamaan kaum milenial akan membutuhkan orang lain untuk mengurus hal-hal yang sifatnya sistematis. Sehingga, Business Owner kaum milenial tersebut tidak harus menjalankan perusahaannya secara langsung, namun perusahaan akan dijalankan oleh pekerjanya sesuai dengan profesi yang ditekuni. dengan sistem pekerjaan yang telah ditentukan Business Owner kaum milenial tersebut. Perlu tekad, komitmen, dan pertimbangan yang kuat dan tepat untuk menjadi seorang *multi-tasker*.

Penutup

Kaum milenial dapat memanfaatkan teknologi dengan menjadi *public figure*. *Public figure* memanfaatkan potensi dirinya sebagai orang yang ber-*value* untuk membagikan *value* dari internal maupun eksternal kepada masyarakat pengguna sosial media menyesuaikan dengan kepribadian masing-masing kaum milenial.

Kaum milenial dapat memanfaatkan teknologi dengan memanfaatkan investasi. Kontribusi investasi kepada para pelaku adalah pada kebutuhan perekonomiannya. Dengan berinvestasi, perekonomian kaum milenial di masa depan dapat terjamin. Kaum milenial dapat memanfaatkan teknologi dengan memanfaatkan *e-commerce*. Pengusaha *e-commerce* dapat menentukan pilihan produk yang akan dijual sesuai dengan kebutuhan masyarakat terutama keresahan kaum milenial. Kaum milenial tidak hanya mengerjakan satu profesi saja, melainkan juga menjalankan dua atau lebih profesi agar menjamin kesuksesannya dalam jangka pendek maupun panjang.



INVESTOR MILENIAL DAN DIGITALISASI INDUSTRI KREATIF

Elisabeth Sania Aprillia Santoso

Mahasiswa Prodi Manajemen Unika
Soegijapranata

Pandemi Covid-19 telah melanda Indonesia sejak Maret 2020 dan tidak ada satupun orang atau pakar yang memprediksi pandemi ini dapat terjadi dan mempengaruhi banyak aspek dalam kehidupan masyarakat. Virus Covid-19 dapat menyebar dengan cepat antar manusia sehingga perlu berbagai perlindungan diri dan ketegasan Pemerintah dalam mencegah penyebaran Virus Covid-19. Organisasi kesehatan dunia World Health Organization (WHO) telah memberikan surat kepada Joko Widodo selaku Presiden Republik Indonesia untuk lebih serius dalam menangani penyebaran Virus Covid-19 di Indonesia karena penambahan kasus aktif di Indonesia masih tergolong tinggi.

Penambahan Kasus Aktif di Indonesia diakibatkan karena masyarakat belum sepenuhnya mematuhi anjuran pemerintah untuk melaksanakan 3M yaitu Memakai masker, Mencuci tangan, dan Menjaga jarak. Selain itu, keterbatasan jumlah tenaga medis dan layanan rumah sakit juga semakin tertekan dengan bertambahnya kasus aktif covid-19. Banyak UGD di rumah sakit yang penuh dan tenaga medis yang meninggal dunia karena kelelahan dan terpapar virus covid-19 tersebut. Data terbaru pada 21 Mei 2021 (Pasca Lebaran) menunjukkan total orang yang terkonfirmasi positif covid-19 mencapai 1.764.644 orang. Sementara itu, total pasien yang sembuh dari virus covid-19 mencapai 1.626.142 orang atau 92,15% dari total orang yang terkonfirmasi virus covid-19. Sedangkan, total orang yang meninggal dunia karena virus covid-19 mencapai 49,073 jiwa atau 2,78% dari total yang terkonfirmasi positif virus covid-19 (Komite Penanganan Covid-19 dan Pemulihan Ekonomi Nasional).

Data Sebaran Covid-19. <https://covid19.go.id>. Diakses Mei 21, 2021). Dengan total kasus covid-19 di Indonesia yang masih tinggi, pemerintah tentu saja perlu melakukan kebijakan yang lebih agresif lagi dalam membatasi penyebaran virus covid-19 dengan melakukan pembatasan pergerakan masyarakat. Kebijakan pembatasan kegiatan masyarakat tersebut tentu saja akan berdampak secara langsung kepada ekonomi masyarakat. Lapisan masyarakat yang paling merasakan dampaknya terutama adalah masyarakat marjinal yang memiliki mata pencaharian seperti pedagang, petani dan profesi lainnya yang memiliki penghasilan



menengah ke bawah. Salah satu kebijakan yang telah pemerintah ambil adalah vaksinasi kepada masyarakat Indonesia. Vaksin dipercaya dapat mencegah orang terkena virus covid-19, namun demikian proses vaksinasi belum sepenuhnya didapatkan oleh seluruh masyarakat Indonesia.

Persoalan pandemi virus covid-19 yang terjadi saat ini bukan hanya masalah nasional, melainkan telah menjadi masalah dunia internasional yang menjadi kegelisahan tiap negara Dunia yang terdampak virus ini. Masing-masing negara tentunya memiliki kebijakan dan strategi tersendiri untuk melindungi rakyatnya. Sebelum pandemi virus covid-19 ini terjadi, Pemerintah Republik Indonesia telah memiliki dasar hukum untuk mengambil kebijakan Pembatasan Kegiatan Masyarakat yang terdapat pada Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2018 tentang Kekarantinaan Kesehatan (UUKK). Kegiatan Pelaksanaan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) yang dilakukan oleh pemerintah tentunya mendapat respon yang berbeda di tengah masyarakat, ada yang merespon positif dan ada yang merespon negatif. Pihak yang merespon positif mendorong pemerintah untuk melakukan pembatasan kegiatan masyarakat secara nasional sebagai respon penanggulangan penyebaran virus covid-19 yang semakin meningkat. Dorongan dari masyarakat tersebut makin kuat ketika banyak pejabat pemerintahan, tokoh agama, dan kalangan artis terkena virus tersebut dan mengakibatkan meninggal dunia.

Pelaksanaan Pembatasan Kegiatan Masyarakat dapat memberikan perlindungan kepada tenaga medis sebagai garda terdepan dari serangan virus covid-19 yang telah menjalar di seluruh Indonesia. Pelaksanaan Pembatasan Kegiatan Masyarakat perlu didukung dengan kedisiplinan masyarakat dalam mematuhi anjuran dari pemerintah untuk memakai masker, mencuci tangan, dan menjaga jarak. Tanpa kedisiplinan yang tinggi dari masyarakat, pelaksanaan pembatasan kegiatan masyarakat ini akan tidak efektif dalam menghambat penyebaran virus covid-19. Pemerintah juga perlu memaksimalkan peran aparat penegak hukum untuk menindak setiap masyarakat yang melanggar aturan PPKM tersebut. Selain itu, kesuksesan kebijakan pembatasan kegiatan masyarakat juga perlu didukung oleh empat pilar Utama yaitu Pemerintah Pusat, Pemerintah daerah, masyarakat, dan dukungan Internasional.

Tanpa dukungan dari empat pilar tersebut maka kebijakan pembatasan kegiatan masyarakat dapat menjadi bumerang bagi Pemerintah Indonesia dan memicu krisis yang lebih parah. Dalam Undang-Undang Kekarantinaan (UUKK) tertuang empat model kekarantinaan yaitu karantina rumah, karantina rumah sakit, karantina wilayah, dan pembatasan sosial berskala besar (PSBB). Di sisi lain, kebijakan



Pemerintah untuk membatasi ruang gerak masyarakat membuat roda perekonomian tidak dapat berjalan dengan baik. Banyak pedagang yang harus menutup usahanya atau membatasi jumlah pengunjung, banyak terjadi pemutusan hubungan kerja karena Perusahaan tidak mampu lagi membayar gaji karyawan, dan banyak lagi profesi yang terimbas oleh pandemi ini.

Upaya Pemulihan Ekonomi

Pemulihan kondisi ekonomi Indonesia yang sempat mengalami resesi terus dilakukan oleh Pemerintah dengan mengambil kebijakan fiskal dan moneter yang komprehensif. Di samping itu, Pemerintah juga mengalokasikan dana APBN untuk pemulihan ekonomi sebesar Rp 695,2 triliun. Selain itu, Pemerintah juga mengeluarkan berbagai kebijakan untuk memulihkan ekonomi Indonesia seperti melakukan belanja besar-besaran guna meredam kontraksi ekonomi akibat pandemi Covid-19, langkah tersebut dipilih karena pada masa krisis akibat pandemi covid-19, belanja pemerintah dapat menjadi instrumen pengungkit pemulihan ekonomi.

Kemudian, Pemerintah membentuk sebuah Komite Penanganan Covid-19 dan Pemulihan Ekonomi Nasional. Komite tersebut akan memastikan penanganan kesehatan dan ekonomi berjalan sinergi dan menjaga pertumbuhan ekonomi. Selanjutnya, Pemerintah memberikan bantuan kredit bunga rendah dan menyiapkan berbagai program agar UMKM bergeliat kembali. Salah satunya, adalah kebijakan restrukturisasi dan subsidi bunga kredit. Untuk UMKM, pemerintah antara lain memberikan penundaan angsuran dan subsidi bunga kredit perbankan, subsidi bunga melalui Kredit Usaha Rakyat dan Ultra Mikro, penjaminan modal kerja sampai Rp10 miliar dan pemberian insentif pajak misalnya Pajak Penghasilan (PPh Pasal 21) Ditanggung Pemerintah. Untuk korporasi, Pemerintah memberikan insentif pajak antara lain bebas PPh Pasal 22 impor, pengurangan angsuran PPh Pasal 25 dan pengembalian pendahuluan PPN; menempatkan dana Pemerintah di perbankan untuk restrukturisasi debitur.

Pemerintah juga memberikan penjaminan modal kerja untuk korporasi yang strategis, prioritas atau padat karya. Kemudian, Pemerintah menempatkan dana di perbankan guna memutar roda ekonomi seperti menempatkan dana 30 triliun rupiah di Himpunan Bank Milik Negara dan 11,5 triliun di Bank Pembangunan Daerah. Kemudian, Pemerintah melakukan penjaminan kredit modal kerja untuk korporasi. Selanjutnya, pemerintah berupaya meningkatkan konsumsi dalam negeri. Konsumsi sangat terkait dengan daya beli masyarakat.



Oleh sebab itu, Pemerintah telah mengalokasi anggaran sebesar Rp172,1 triliun untuk mendorong konsumsi/kemampuan daya beli masyarakat. Dana tersebut disalurkan melalui Bantuan Langsung Tunai, Kartu Pra Kerja, pembebasan listrik dan lain-lain. Pemerintah juga mendorong konsumsi kementerian/Lembaga/pemerintah daerah melalui percepatan realisasi APBN/APBD. Konsumsi juga diarahkan untuk produk dalam negeri sehingga memberikan multiplier effects yang signifikan. T

erakhir, Bank Indonesia menjaga stabilisasi nilai tukar Rupiah, menurunkan suku bunga, melakukan pembelian Surat Berharga Negara, dan stabilitas makroekonomi dan sistem keuangan. Tujuan penurunan suku bunga adalah meningkatkan likuiditas keuangan untuk mendorong aktivitas dunia usaha. Segala upaya pemulihan ekonomi yang dilakukan oleh Pemerintah tidak akan berjalan secara optimal tanpa dukungan dari masyarakat untuk menerapkan protokol kesehatan secara disiplin dan melakukan vaksinasi.

Peran Generasi Milenial

Masyarakat khususnya generasi milenial harus ikut ambil bagian dalam memulihkan kondisi ekonomi. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh generasi milenial adalah melakukan investasi dalam bentuk investasi saham, reksadana, ataupun obligasi. Peran generasi milenial dalam berinvestasi sangatlah membantu perekonomian negara untuk bisa kembali tumbuh dan bangkit dari resesi. Dengan menyisihkan uang mereka untuk ditabung dan digunakan untuk hal yang bermanfaat, bukan untuk sekedar berbelanja dan bersenang-senang, maka mereka dapat menyadari bahwa semakin tua mereka akan sulit menyisihkan uang untuk ditabung karena kebutuhan dan tanggung jawab akan menumpuk, sehingga mereka membutuhkan investasi yang dapat dinikmati hasilnya ketika mereka tua nanti.

Menurut Robillard (2018), meskipun sebagian besar millennial mungkin belum memiliki jenis aset yang banyak seperti Mark Zuckerberg, namun millennial pasti suatu hari nanti bisa. 14,7% dari millennial yang memiliki aset lebih dari \$ 2 juta, satu dari lima telah cukup menabung dalam rekening non-pensiun untuk bertahan setidaknya tiga hingga lima bulan, dan enam dari sepuluh berharap menjadi lebih baik secara finansial daripada orang tua mereka. Dari sudut pandang perseptual, tampaknya millennial memiliki keinginan dan kemampuan untuk berinvestasi dan menyimpan kekayaan mereka secara efisien. Layanan yang paling mudah diakses adalah peluang investasi keuangan. Kedua, generasi millennial yang tergolong masih muda masih bisa mengambil risiko, karena adrenalinnya masih siap untuk menerima risiko.



Sebagai anak muda juga masih memiliki kesempatan untuk mencoba lebih. Sedangkan mulai berinvestasi saat usia mendekati masa pensiun, sebaiknya tidak mencoba sesuatu yang terlalu beresiko, karena mungkin tidak bisa menunggu 10 atau 20 tahun lagi sampai pasar saham bangkit kembali. Menurut Formánková et cetera (2019), investor milenial memiliki karakteristik berani mengambil risiko untuk membuat keputusan investasi yang lebih berkelanjutan. Karena mereka percaya bahwa investasi dapat menciptakan perubahan positif, dan menginginkan lebih banyak bukti kinerja, tetapi tetap berkomitmen untuk investasi berkelanjutan. Ini tercermin dalam perilaku investasi mereka, dan sangat relevan untuk bisnis keuangan.

Hal ini bertentangan dengan sikap seseorang untuk menghindari risiko (risk aversion), yang biasanya dilakukan oleh orang-orang tua. Ketiga, locus kendali (locus of control) untuk memutuskan investasi tentu seseorang perlu mempertimbangkan banyak hal yang dapat dipengaruhi oleh dari dalam dirinya sendiri (internal locus of control) serta dari lingkungan luar (external locus of control). Faktor internal yang dapat dijelaskan dari dalam diri sendiri, seperti seseorang dapat mengambil keputusan berdasarkan dorongan dari dalam diri sendiri. Dan faktor eksternal dapat mengambil keputusan berdasarkan nasib, peluang, keberuntungan, ataupun perilaku orang lain. Kinerja bursa saham yang bagus dan relatif stabil, misalnya membuat banyak generasi milenial tergiur untuk mencoba melakukan sesuatu yang menguntungkan.

Menurut Cudmore et cetera (2010), dengan pasar saham yang luas dan informasi yang lebih baik, dan adanya kecenderungan untuk berinvestasi investor muda, tidak diragukan lagi ada niat yang lebih besar bagi kaum muda dalam menabung dan berinvestasi untuk masa depan. Ketiga faktor itu menarik peneliti untuk menelitinya, yaitu dengan mengaitkannya. Berdasarkan sensus penduduk 2020 oleh BPS, menunjukkan peran generasi milenial terhadap usia produktif di Indonesia sangat tinggi, yakni sebesar 44,61%. Pada masa pandemi sekarang ini, peran generasi milenial dapat mendorong pertumbuhan pasar saham. Investor dari generasi milenial pada tahun 2020 memberikan kontribusi tertinggi sepanjang sejarah pasar modal, yakni tercatat 1,2 juta investor atau kontribusi 72,9%.

Semakin banyak milenial yang sadar akan pentingnya berinvestasi, maka akan semakin banyak juga terciptanya lapangan pekerjaan baru. Dengan meningkatnya pertumbuhan usia produktif yang jauh melebihi perkembangan jumlah lapangan pekerjaan, tentunya lapangan kerja informal (UMKM dan swasta) diharapkan dapat tumbuh tinggi untuk meningkatkan kesempatan kerja di Indonesia dan memulihkan perekonomian yang sedang terpuruk di tengah pandemi.



Peran Industri Kreatif

Pada masa pandemi covid-19 yang membuat perekonomian melemah dibutuhkan kreatifitas yang tinggi untuk terus berinovasi dan belajar agar dapat bertahan di masa yang sulit. Melalui kreativitas, dihasilkan berbagai macam produk dan jasa baru yang meningkatkan perekonomian dan kualitas hidup manusia. Industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan keterampilan, kreativitas, dan bakat yang dimiliki individu dalam menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan.

Industri ini akan berfokus untuk memberdayakan daya cipta dan daya kreasi suatu individu (Departemen perdagangan RI, 2009). Terdapat enam belas sub sektor yang dikategorikan sebagai industri kreatif seperti aplikasi dan pengembangan permainan, arsitektur, desain produk, fashion, desain interior, desain komunikasi visual, seni pertunjukkan, film, animasi, dan video, fotografi, kriya, kuliner, musik, periklanan, penerbitan, seni rupa, televisi, dan radio.

Pertumbuhan industri kreatif memberikan banyak manfaat seperti invovasi baru semakin berkembang dengan cepat, membuka dan menambah lapangan kerja, nilai dan kualitas suatu produk semakin meningkat, sumber daya manusia dituntut semakin kreatif, persaingan semakin kompetitif, dan tentunya membuat ekonomi bertumbuh. Selain bermanfaat bagi pemasukan ekonomi negara, industri ini juga menjadi wadah untuk menumbuhkembangkan kreativitas bagi pendiri bisnis dan juga pekerjanya, Industri kreatif dapat menjadi solusi bagi banyaknya jumlah tenaga kerja usia produktif di Indonesia, industri ini bila dikembangkan mampu mengurangi tingkat pengangguran di indonesia.

Industri kreatif berperan cukup signifikan bagi perekonomian Indonesia. Dibuktikan dengan berdirinya Bekraf yang menaungi ekonomi kreatif di Indonesia. Pemerintah menaruh perhatian khusus sehingga banyak kebijakan dibuat untuk mendorong pertumbuhan industri kreatif. Dampak positifnya bagi Indonesia membuat banyak negara juga mulai melirik industri ini.

Digitalisasi Industri Kreatif

Internet merupakan kebutuhan pokok di era mileneal seperti sekarang ini. Tidak ada satu pekerjaan yang tidak membutuhkan internet. Internet memudahkan segala aspek kehidupan mulai dari pendidikan hiburan, informasi, pelayan publik, pengetahuan, iklan, investasi, interaksi atau komunikasi, serta bisnis dan berjualan. Internet juga dapat dinikmati semua kalangan meski harus mengorbankan pulsa atau kuota. Adanya internet inilah diharapkan menjadi instrumen pendukung dan penguat para pelaku ekonomi kreatif dan UMKM



dalam mengembangkan bisnis dan memasarkan jualannya. Kegiatan bisnis di Indonesia sebagian besar didominasi oleh masyarakat melalui bingkai Industri Kreatif dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Pemilihan bingkai ini karena konsepnya yang sederhana dan terjangkau khususnya bagi masyarakat menengah ke bawah. Meskipun demikian, para pelaku industri kreatif dan UMKM juga harus mengikuti perkembangan zaman agar tidak kalah dengan perusahaan besar dan mampu bersaing di pasar secara ketat dan kompetitif. Untuk itulah mereka harus menyesuaikan dengan keberadaan digital menggunakan media internet dan dunia maya atau digital. Pemberdayaan masyarakat melalui iptek digitalisasi UMKM Desa menjadi sangat penting dilakukan dalam era informasi sekarang ini (As'ad Sonief et al., 2019). Semakin banyaknya usaha kecil dan menengah yang terlibat dalam ekonomi digital melalui broadband, e-commerce, media sosial, cloud, dan mobile platforms, UKM dapat bertumbuh lebih cepat dari segi pendapatan dan penyediaan lapangan kerja, serta menjadi lebih inovatif dan lebih kompetitif untuk menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (Prabowo, 2018).

Para pelaku UMKM perlu ikut dalam pelatihan khusus terutama pada bidang digitalisasi di bidang pemasaran dimana membutuhkan bukan hanya softskill namun juga hardskill (Setiyawan, 2013). Kesiapan UMKM pada saat ini, membutuhkan sebuah pelatihan teknologi modern yang memungkinkan dalam industri 4.0 untuk mengoptimalkan produksinya (Sari & Santoso, 2019). Cara untuk menjaga agar UMKM dapat selalu menjadi tulang punggung ekonomi bangsa adalah dengan menerapkan teknologi dalam proses aktivitasnya (Wisswani, 2017). Pemasaran produk dapat dilakukan di berbagai media sosial yang banyak diminati oleh para calon pembeli. Jika dulu promosi melalui media tradisional (Situasi, 2020). Media sosial tersebut diantaranya Instagram, Whatsapp, Facebook Group, Twitter, dan Marketplace. Selain media sosial dan marketplace, pemasaran bisa dilakukan melalui Google Maps.

Dengan adanya sosial media tersebut pelaku usaha memanfaatkan sosial media dengan mengunggah gambar maupun video yang berisi konten tentang produk yang akan dijual (Dan et al., 2020). Marketplace yang menjadi pilihan pelaku usaha industri kreatif dan UMKM diantaranya shopee, tokopedia, blibli, bukalapak, lazada, akulaku dan sebagainya. Pelaku UMKM hendaknya segera mengkoneksikan bisnis mereka ke dunia digital agar bisa mengoptimalkan proses promosi usaha yang pada akhirnya berdampak terhadap perkembangan usaha mereka (Setiawan, 2018).



Pemasaran akan lebih efektif jika dilakukan dengan bantuan orang lain yang berpengaruh dengan skema endorse. Endorse dilakukan dengan seorang artis atau selebgram mengiklankan produk dari pelaku industri kreatif dan UMKM ke media sosialnya. Media WhatsApp for Business (selanjutnya disebut whatsapp bisnis) juga memberikan keunggulan daripada whatsapp biasa. Whatsapp bisnis dapat diberikan beberapa tambahan di profil penggunaanya seperti nomor telepon, bisa membalas chat otomatis, menambahkan deskripsi bisnis, menambahkan foto galeri produk, ada kategori bisnis, ada centang hijau. Ada juga fitur lain dari whatsapp bisnis diantaranya ada fitur balas cepat, ada logo khusus whatsapp bisnis, bisa menggunakan link pendek, dan ada label chat. Jika pelaku industri kreatif dan UMKM menggunakan whatsapp bisnis maka calon pembeli akan lebih tertarik dan nilai perusahaan akan lebih prestis dibanding whatsapp biasa.

Kesimpulan

Pada era pandemi covid-19 ini Pemerintah perlu bersinergi dengan masyarakat begitu juga sebaliknya untuk bergotong-royong menghentikan penyebaran virus covid-19 sekaligus memulihkan ekonomi Indonesia yang sedang terpuruk. Dari Sisi Pemerintah, Pemerintah perlu membuat segala kebijakan yang dapat menstimulus roda perekonomian serta beberapa fasilitas kepada dunia usaha terutama UMKM dan industri kreatif karena industri kreatif menyumbang banyak pendapatan untuk negara. Selain itu, Pemerintah perlu mempercepat proses vaksinasi kepada seluruh masyarakat Indonesia sehingga masyarakat dapat melakukan aktivitas ekonominya secara normal kembali. Sebagai contoh, pemerintah perlu mempercepat vaksinasi supaya sektor pariwisata seperti tempat wisata, penerbangan, perjalanan, dan moda transportasi lainnya dapat berjalan kembali.

Pada sisi masyarakat, masyarakat perlu mendukung dan bersinergi dengan pemerintah dengan menerapkan protokol kesehatan dengan disiplin karena penyebaran virus covid-19 dapat diatasi dengan kedisiplinan dan komitmen diri sendiri. Tugas pemerintah akan lebih ringan apabila masyarakat taat terhadap protokol kesehatan. Selain itu, generasi milenial perlu membuat perencanaan ekonomi yang baik dengan mengelompokkan sebagian dananya untuk berinvestasi di saham, obligasi, reksadana, dan lainnya supaya perekonomian dapat bangkit kembali. Kemudian, masyarakat yang bekerja dalam dunia UMKM perlu terus berinovasi supaya usahanya tetap berjalan di tengah pandemi, salah satu contohnya UMKM perlu terjun ke dunia digital supaya usahanya dapat menjangkau ke lebih banyak pangsa pasar di berbagai daerah maupun luar negeri. Terakhir untuk industri kreatif wajib



terjun ke dunia digital dari proses produksi hingga pemasaran supaya jangkauan pasar dan merek industrinya dapat dikenal ke pasar yang lebih luas lagi.





INVESTASI SAHAM: *OLD AND NEW* NORMAL

Dr. Elizabeth Lucky Maretha Sitinjak

Dosen Magister Akuntansi
FEB Soegijapranata

Investasi saham saat masih duduk dibangku perkuliahan sama seperti mencari jati diri, investasi saham apa yang sesuai dengan karakter investor individu itu sendiri. Semakin banyak investor individu mencoba dan menggali berbagai strategi investasi saham, semakin cepat mendapatkan strategi yang sesuai dengan karakter dirinya. Karakter investor individu disini termasuk tingkat imbal hasil yang ditargetkan, serta batas risiko yang dapat ditoleransi. Strategi investasi juga berkaitan dengan mengendalikan emosi investor individu baik saat memperoleh kemenangan (*gainer*) maupun memperoleh kekalahan (*losser*). Berikut ini dialog saat sesi *question & answer* (Q&A) webinar tiga bulan awal pandemi covid-19 (Juli 2020) dan kondisi investasi saham saat PPKM Darurat diberlakukan (3-20 Juli 2021).

Dialog *Old and New Normal* Investasi Saham

Investasi di pasar modal di Era New Normal masa pandemi sangat berbeda perilakunya ke depan, para investor sudah jatuh bangun dalam investasi di pasar modal. Pada awal pandemi bulan Maret 2020, lima sampai enam kali pasar modal diberhentikan sementara. Para investor individu ada yang melakukan pemberhentian investasi sementara hampir 2 bulan tanpa mau mendengar informasi apa pun tentang pasar modal, kembali mengikuti informasi pasar modal setelah investor individu menerima kondisi investasinya jatuh terpuruk serta mengikuti acara webinar tentang pasar modal dan berperilaku untuk mengurangi bias keputusan investasi.



Sumber: Dokumen Webinar (2020)

Gambar 1. Webinar New Normal: Pasar Modal dan Perilaku Investor

Berikut hasil perbincangan kami (L=Lucky; R=Ryan), bagian dari diskusi dan tanya jawab Webinar “New Normal: Pasar Modal dan Perilaku Investor” pada hari Jumat, 24 Juli 2020 pukul 13.30 – 15.35 WIB yang diselenggarakan oleh HMJA FEB UNSOED (Gambar 1).

L: “Berapa lama sudah menjadi investor individu?”

R: “Sudah 2 tahun, sekarang sudah semester terakhir.”

L: “Apa yang membuat anda tertarik untuk belajar investasi?”

R: “Pingin jadi kaya seperti Warent Buffet, dia belajar juga investasi sejak dia muda. Pilih saham yang fundamentalnya bagus dan investasi dengan cara menabung saham”

L: “Berapa cuan paling tinggi masa old normal atau sebelum pandemi?”

R: “Bisa untuk traktir teman dan uang jajan sebulan..ya 300K sampai 500K.. hanya bagi kelas saham yang ditrading (70%) dan kelas saham yang diinvest jangka panjang (30%).”

L: “Hmm.. masa awal pandemi yang terjun bebas 100% atau 70% saham trading?”

R: “Semua.. 100%. Rasanya seperti patah hati.. tidak mau ngapa-ngapain.. Tidak mau lihat perkembangan saham dari mana pun. Tapi.. karena ada acara ini, saya jadi pingin tahu caranya bisa bangkit lagi bagaimana?”



Percakapan sesi tanya jawab webinar jadi semakin menarik perhatian bagi para peserta yang hadir secara virtual. Pola investasi *old* normal setiap orang berbeda namun toleransi akan faktor risiko secara psikologis juga perlu diperhatikan. Faktor risiko psikologi di sini merupakan tingkat toleransi investor individu akan risiko kerugian secara emosi dapat menerima. Berikut lanjut dari dialog Q&A Webinar “New Normal: Pasar Modal dan Perilaku Investor”.

L: *“Berapa lama berteman dengan rasa kecewa yang mendalam, sehingga mau membuka hati dan pikiran untuk mau melihat kembali investasinya?”*

R: *“Sekitar 1 bulan mengarah 2 bulan ke akhir Bulan Mei 2020.”*

L: *“Apa yang membuat anda tertarik untuk mengikuti webinar ini?”*

R: *“Pingin tahu bagaimana caranya bisa recovery cepat agar emosi penyesalan ini tidak berkepanjangan.”*

L: *“Baik.. Pernah merasakan intusi yang sering kita gunakan waktu berkendara melihat lampu lalu lintas, saat kapan kita berhenti dan saat kapan kita maju, atau saat kapan merasakan bisa maju menghindari untuk berhenti sebelum lampu merah menyala?”*

R: *“Iya.. sering karena setiap hari selalu melewatinya”*

L: *“Nah.. demikian juga dengan strategi new normal investasi, kita dilatih dengan kondisi extraordinary. Strategi baru muncul dan diasah lagi untuk bisa melibatkan rasa emosi penyesalan kita sedikit demi sedikit berkurang. Siapa yang bisa melatihnya, ANDA sendiri. Bagaimana caranya? Old normal strategi tetap kita gunakan hanya terimalah kekalahan investasi anda dengan milih saham-saham yang memiliki peluang yang lebih banyak bergerak di masa new normal.”*

R: *“Selain intuisi diasah karena kita melakukan transaksi beli-jual-tahan di masa New Normal, apalagi yang perlu dilakukan?”*

L: *“Baik.. Emosi dan kognisi tidak akan lepas satu dengan lainnya. Oleh karena itu setelah emosi kita semakin dapat mengendalikan, kognisi juga kita tambahkan dengan membaca strategi-strategi jitu masa new normal, misalnya kita bisa membaca pergerakan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) sebagai patokan kita take profit or wait and see. Artinya, strategi pasif kita lakukan pada masa new normal ini.”*

R: *“Kenapa kita harus memilih startegi pasif?”*



L: “Oleh karena, pertumbuhan perekonomian dan tingkat kesehatan masyarakat harusnya saling beriring. Kondisi *new normal* perlu memperhatikan kelayakan hidup, kelangsungan hidup, dan hidup yang keberlanjutan. Maka, formula *new normal* investasi berkaitan dengan diri investor sendiri, selain tetap berinvestasi dengan melihat emiten yang berkaitan dengan 3M (mencuci tangan, memakai masker, menjaga jarak). Investor individu juga menjaga dirinya dari kerumunan, dan mengurangi mobilitas (5M).”

Uraian dialog Q&A Webinar yang terjadi Tahun 2020 di atas, menjadi evaluasi penulis di tahun 2021 untuk investasi pasar modal di *new normal*, terutama saat Perberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) darurat.

PPKM Darurat: Ekonomi, Kesehatan, IHSG

Pelaksanaan PPKM Darurat awal kali dilakukan per tanggal 3 Juli 2021 sampai dengan 20 Juli 2021, merupakan pilihan pemerintah pusat untuk dapat menekan penyebaran Covid-19 varian Delta yang penyebarannya lebih mudah, cepat, dan luas dari biasanya. Webinar Bisnis Indonesia yang diadakan pada Hari Rabu, tanggal 7 Juli 2021 tentang *Mid-Year Economic Outlook 2021* (Gambar 2). Kementerian Keuangan dan Kesehatan memberikan formula bersama dalam menanggulangi penyebaran Covid-19 dengan mempercepat vaksin 1,5 s.d. 2.0 juta per hari untuk mencapai target *Herd Immunity* di akhir Tahun 2021. Berikut ini bagian dari koordinasi antar otoritas (Kementerian Keuangan, OJK, Bank Indonesia, dan LPS). Koordinasi antar otoritas dilakukan *meeting* secara intensif dan virtual. Hasil kesepakatan diantaranya adalah Kementerian Keuangan sebagai otoritas fiskal memberikan stimulus fiskal (dari *extraordinary policy* dan *reopening policy* menjadi *recovery & reform policy* di Tahun 2021-2022), subsidi bunga, penjaminan modal kerja, dan investasi pemerintah. OJK memberikan pelonggaran restrukturisasi kredit, penundaan standar Basel 3, digitalisasi UMKM dan sektor keuangan, regulasi RUPS melalui *virtual meeting*, penguatan koordinasi pemberian Pinjaman Likuiditas Jangka Pendek (PLJP/S) kepada perbankan dan perbankan Syariah. Bank Indonesia sebagai otoritas moneter melakukan *Quantitative Easing* (QE) salah satu kebijakan moneter untuk meningkatkan jumlah uang beredar agar bisa meningkatkan tingkat perekonomian dengan cara membeli berbagai aset jangka panjang seperti Surat Berharga Negara (SBN), menurunkan suku bunga acuan (7DRR), skema *burden sharing* yang merupakan partisipasi pembiayaan anggaran belanja untuk penganggulungan COVID-19 dengan cara menanggung beban bersama Menteri Keuangan dan Bank Indonesia (<https://ekonomi.bisnis.com/read/20200707>).



Sumber: https://youtu.be/a_pv3apVGj0

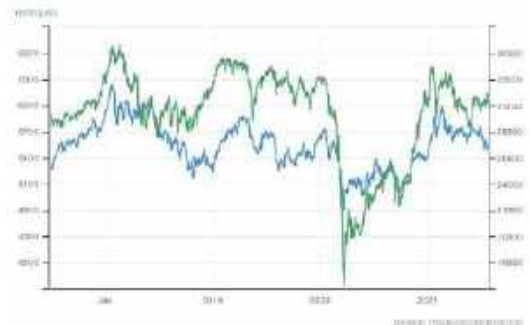
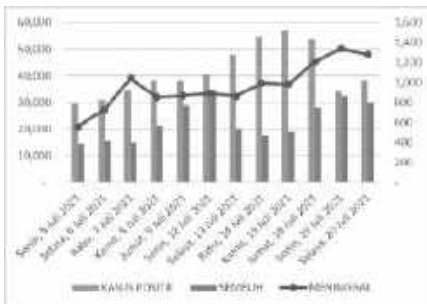
Gambar 2. Webinar Bisnis Indonesia: *Mid-Year Economic Outlook 2021*

LPS melakukan pelonggaran pembayaran premi penjaminan, *early involment* dalam penanganan permasalahan perbankan, alternatif pendanaan dalam menjaga likuiditas perbankan, memperluas pilihan mekanisme LPS dalam melakukan resolusi masa *new normal*. Melihat skenario yang disampaikan oleh Kementerian Keuangan ada skenario moderat dengan proyeksi pertumbuhan ekonomi tahunan 2021 sebesar 4,5%, dengan relaksasi PPKM di minggu pertama Bulan Agustus 2021, diharapkan aktivitas perekonomian dapat pulih dengan melanjutkan tren perbaikan dari periode sebelumnya. Skenario berat, bila penyebaran terus memuncak sampai dengan minggu kedua Juli 2021 dengan kasus harian yang lebih tinggi pada masa PPKM di minggu ke-3 Agustus, diharapkan laju pemulihan aktivitas ekonomi kembali terjadi secara gradual mulai September 2021, maka proyeksi pertumbuhan tahunan 2021 sekitar 3,7%.

Masa PPKM Darurat dari 3-20 Juli 2021 diperpanjang sampai dengan 25 Juli 2021. Kondisi ekonomi, pasar modal, dan kesehatan disandingkan pertumbuhannya, maka akan terlihat pada gambar 3. Ada perlambatan penyebaran covid-19 pada tanggal 19 Juli 2021, namun kasus yang meninggal juga meningkat karena akumulasi dari kasus positif sebelumnya. Aplikasi sistem informasi rawat inap baik untuk pasien positif covid maupun yang non-covid dapat melakukan pengecekan di <https://yankes.kemkes.go.id/>, serta bagi pasien ISOMAN yang membutuhkan pengisian oksigen buka selama 24 jam menjadi penting untuk disimpan nomer WA agar sewaktu-waktu bila kehabisan dapat segera mengisi ke tempat yang sudah pasti ada pengisian ulangnya (*refill*). Kondisi yang dirasakan cukup mencekam kehidupan manusia ini dengan varian Delta yang cepat menyebar, berbeda reaksinya dengan kondisi pergerakan saham baik di Indonesia (IHSG) dan 50 emiten terbesar di Hong Kong maupun China (HK50 atau Hang Seng Index). IHSG dan HK50 pada masa *old normal* memiliki pola yang sama turun



maupun naiknya transaksi harian, namun berbeda saat mulai masuk transaksi mas *new normal* (Maret-September 2020), IHSG lebih jatuh bebas dibanding HK50. Hal ini menggambarkan ada *hybrid behavior* (perilaku investor individu *rasional* ke *irrasional*, dan perilaku investor individu *irrasional* ke *rasional*) pada bulan Maret 2020 (Maretha, 2020). Namun, Tahun 2021 pola IHSG kembali menduduki 6.000an. Kondisi berangsur-angsur kembali ke titik semua (IHSG 6000an), perilaku *new normal* terbentuk, investor individu sudah semakin dapat mengendalikan emosinya dalam melakukan transaksi beli, jual dan tahan saham.



Sumber: <https://covid19.go.id/>; <https://www.liputan6.com/tradingeconomics.com>

Gambar 3. Perkembangan Pandemi Covid-19 PPKM Darurat

Simpulan

Investor individu memiliki pembaharuan strategi investasi setelah memasuki masa *extraordinary* (Maret 2020), masa *old normal* menjadi *new normal*. Komposisi saham yang diinvestasikan (*buy-hold*) dalam jangka waktu 1-3 bulan lebih besar, dibanding yang ditransaksikan (*buy-sell*) dalam jangka pendek 1-3 minggu. Saham-saham yang dikoleksi yang berhubungan dengan kebiasaan baru masyarakat seluruh dunia dengan 3M serta kesehatan (obat, vitamin, dan vaksin). Semua sektor di pasar modal telah kembali ke titik perkembangannya. Hal ini merupakan pembelajaran yang berharga buat investor individu, terutama akan toleran tingkat risiko yang dapat diterima serta target imbal hasil yang diinginkan untuk investasi saham. Semoga pertumbuhan ekonomi ke arah positif, serta target *herd mmunity* di akhir Tahun 2021 ini pun tercapai.



Kewirausahaan dan UMKM: Pendorong Kemandirian

“Setinggi apapun pangkat yang Anda miliki, Anda tetaplah karyawan. Sekecil apapun usaha Anda, Anda adalah BOS-nya.”

– Bob Sadino -



MENCIPTAKAN EKOSISTEM KEWIRAUSAHAAN BAGI MAHASISWA

Chatarina Yekti Prawihatmi

Dosen Prodi Manajemen
FEB Unika Soegijapranata

Bangsa Indonesia saat ini sedang dikaruniai bonus demografi yaitu kondisi dimana jumlah penduduk usia produktif mendominasi jumlah populasi penduduk. Jumlah penduduk usia produktif diperkirakan hingga tahun 2030 diperkirakan akan mencapai 70%. Struktur penduduk dengan bonus demografi didominasi oleh generasi milenial yaitu generasi yang lahir pada tahun 1980-1997. Generasi inilah yang akan berperan besar dan memegang kendali atas roda pembangunan ekonomi bangsa. Karena itu generasi millenial harus mampu memiliki kemampuan dan keahlian yang lebih. Jika tidak bonus demografi ini akan menjadi ancaman bagi para millenial yang mengakibatkan pengangguran masal dan berdampak pada kemiskinan dan peningkatan akan kriminalitas.

Berwirausaha adalah salah satu peran yang bisa dilakukan oleh generasi masa kini untuk mengatasi persoalan yang dihadapi masyarakat dan bangsa kita yaitu, pengangguran dan kemiskinan secara cepat dan signifikan. Kaum muda masa kini ditunggu keberaniannya untuk membuka lapangan kerja bagi dirinya sendiri dan bagi orang lain. Berwirausaha atau menjadi *entrepreneur* adalah menjadi pahlawan yang sebenarnya untuk generasi masa kini. Berwirausaha merupakan kegiatan produktif untuk mengolah sumber daya yang ada di lingkungan sekitar dan menciptakan kesempatan kerja bagi masyarakat sekitar. Indonesia dikaruniai sumber daya alam yang luar biasa keanekaragamannya, yang semestinya dapat diolah sedemikian rupa sehingga dapat memberikan kesejahteraan bagi masyarakatnya. Amat disayangkan, sumber daya alam yang begitu berlimpah di Indonesia belum diolah secara optimal karena masih rendahnya jumlah wirausaha di Indonesia. Jumlah wirausaha di Indonesia saat ini baru sekitar 3,47 % dari jumlah penduduk, masih jauh tertinggal dibandingkan dengan sejumlah negara di kawasan Asia Tenggara. Rasio kewirausahaan Thailand 4,26 persen, Malaysia 4,74 persen, dan Singapura 8,76. Untuk menyandang status sebagai negara maju, Indonesia harus mampu menaikkan tingkat kewirausahaan minimal di level 4 persen. Tahun 2024 ditargetkan menjadi 4 persen (Kementrian Koperasi dan UMKM, 2021).



Penduduk Indonesia saat ini didominasi oleh kaum muda yang seharusnya sangat produktif. Fenomena rendahnya jumlah wirausaha di Indonesia ini perlu disikapi serius oleh semua pihak, baik pemerintah, perguruan tinggi bahkan keluarga. Semua pihak harus terlibat dalam penciptaan ekosistem berwirausaha agar melahirkan dan menumbuhkan berkembang semakin banyak wirausaha. Menurut definisi di Wikipedia, ekosistem adalah “sebuah komunitas hidup yang berhubungan dengan berbagai komponen tak hidup dalam lingkungan, berinteraksi sebagai sebuah sistem”. Berdasarkan pengertian ekosistem tersebut maka dapat didefinisikan bahwa “ekosistem kewirausahaan” adalah bersatunya berbagai komponen, baik itu SDM (Sumber Daya Manusia), fasilitas, regulasi dan berbagai hal lainnya dalam membentuk sebuah kultur bisnis dan berjalan dalam sebuah sistem ekonomi bertumbuh.

Stam (2014) menjelaskan bahwa ekosistem kewirausahaan adalah seperangkat aktor yang saling terkait dan terhubung sedemikian rupa sehingga melahirkan kegiatan produktif. Isenberg (2011) menyatakan bahwa ekosistem kewirausahaan mencakup budaya, kebijakan, keuangan, modal manusia, pasar dan dukungan kelembagaan dan infrastruktur. Seluruh dimensi tersebut kemudian saling berinteraksi, saling mempengaruhi satu sama lain (Spigel, 2015). Stam (2015) mengemukakan tiga tantangan utama dalam penciptaan ekosistem kewirausahaan yakni : (1) hambatan dari individu seperti kurangnya pengetahuan, kurangnya percaya diri, kurangnya ketrampilan dan jejaring; (2) hambatan dari kelembagaan yang terkait seperti: lemahnya peraturan, ketidakjelasan prosedur pelayanan, lemahnya data base dan (3) hambatan keuangan dan pasar meliputi seperti: syarat jaminan, kebijakan pendanaan dan struktur pasar.

Haratua dan Wijaya (2020) menjelaskan bahwa ekosistem kewirausahaan terdiri dari komponen pelaku, pemerintah, lembaga pendidikan, supplier, tenaga kerja, komunitas, pelanggan, pesaing dan media. Dari begitu banyak komponen yang dikemukakan Haratua dan Wijaya, berikut adalah komponen ekosistem kewirausahaan yang benar-benar dekat dengan ekosistem kewirausahaan bagi mahasiswa.

Komponen terpenting dari ekosistem kewirausahaan mahasiswa adalah individu mahasiswa itu sendiri yang menjadi pelaku wirausahawan atau calon wirausahawan. Mereka adalah pemeran utama dalam ekosistem kewirausahaan. Minat berwirausaha harus muncul dari diri individu itu sendiri. Bagi mahasiswa, minat berwirausaha bisa muncul dari talenta, hobi, pertemanan, keahlian, fasilitas, peluang dan dukungan keluarga. Minat berwirausaha bisa dikembangkan dimana saja dengan siapa saja. Menumbuhkan minat berwirausaha menjadi kunci penting dalam mendorong mahasiswa untuk berwirausaha.



Salah satu komponen penting dalam ekosistem kewirausahaan untuk mahasiswa adalah pemerintah. Pemerintah terus berupaya menciptakan ekosistem yang lebih kondusif untuk memastikan kelangsungan bisnis di tanah air berjalan dengan baik. Salah satu yang dilakukan oleh pemerintah adalah mempercepat penerbitan dan pelaksanaan aturan turunan dari Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja (UU Cipta Kerja), karena Undang-Undang Cipta Kerja memungkinkan untuk dilakukan berbagai kemudahan sektor mikro dan sektor informal ke formal. Pemerintah terus mendorong kaum muda khususnya mahasiswa untuk berani berwirausaha sejak sedini mungkin, paling tidak dimulai sejak dari mahasiswa. Pada tahun 2018 Kementerian Koperasi dan UMKM memulai program Gerakan kewirausahaan melalui kampus. Melalui program tersebut pemerintah mendorong generasi muda untuk mulai berwirausaha sejak mahasiswa. Melalui gerakan ini, kementerian koperasi dan UMKM memberikan diklat dan pendanaan untuk lahirnya para wirausaha pemula. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan meluncurkan Program Kampus Merdeka dengan 9 program untuk menciptakan SDM unggul salah satunya antara lain adalah program kewirausahaan, yaitu bagaimana menciptakan wirausaha yang unggul agar tercipta perusahaan startup baru dari anak bangsa. Kementerian Komunikasi dan Informatika sejak tahun 2016 melaksanakan Gerakan Nasional 1000 Startup Digital, yaitu program pembinaan perusahaan rintisan tingkat awal (*early-stage*). Program tersebut memfasilitasi anak muda mengembangkan bisnis berbasis digital sebuah tim dengan sistem pendampingan. Program terus berjalan sampai tahun 2021 ini di berbagai kota di seluruh Indonesia. Pada Tahun 2020 dan 2021 meski pandemi Covid-19, program ini tetap dilaksanakan dengan salah satu tahapan programnya, yaitu inkubasi secara online melalui YouTube. Setiap pemerintah daerah baik tingkat provinsi maupun tingkat kota/kabupaten juga tidak ketinggalan dalam menciptakan ekosistem berwirausaha bagi generasi muda. Pemerintah Kota Semarang termasuk agresif dalam mendorong generasi muda berwirausaha secara kreatif dengan pemanfaatan teknologi informasi dalam kerangka pengembangan *smart city* sehingga dapat membuka lebih banyak ruang untuk kewirausahaan kreatif.

Komponen penting berikutnya dalam ekosistem kewirausahaan bagi mahasiswa tentunya adalah Perguruan tinggi. Perguruan Tinggi yang merupakan tempat belajar generasi muda yang akan segera terjun ke masyarakat. Dari sinilah perguruan tinggi memiliki peran penting untuk mendorong dan meningkatkan jumlah wirausahawan di Indonesia. Sejak awal, lulusan perguruan tinggi harus disiapkan menjadi *job creator* bukan *job seeker*. Kurikulum bermuatan kewirausahaan diberikan sejak semester awal di semua program studi untuk



memberikan ‘mindset’ berwirausaha. Banyak perguruan tinggi saat ini telah menciptakan ekosistem kewirausahaan dengan memberikan pendampingan intensif, program inkubasi bahkan sampai stimulus pemodal. Universitas Katolik Soegijpranata secara kelembagaan telah memberi tanggapan positif pada upaya pemerintah mencetak wirausaha muda dari kalangan mahasiswa. Hal ini dapat dilihat dari adanya mata kuliah kewirausahaan di hampir semua program studi di Unika Soegijpranata. Dalam rangka memfasilitasi dan memotivasi mahasiswa Unika Soegijpranata untuk berwirausaha maka dibentuklah Center for Student Entrepreneurship (CSE). CSE memberikan pendampingan kepada mahasiswa yang mau memulai untuk berwirausaha. Pendampingan yang dilakukan CSE mulai dari mengubah pola pikir mahasiswa agar tidak berorientasi menjadi pegawai tetapi berorientasi menjadi wirausahawan, memberikan berbagai pelatihan kewirausahaan, pelatihan ketrampilan, kompetisi bisnis, pecan kewirausahaan, fasilitasi pemasaran, *mentoring*, *choaching* secara berkelanjutan sampai pada membangun jejaring yang kuat dengan berbagai pihak untuk mendorong keberanian dan semangat mahasiswa dalam menjalankan usaha. Unika Soegijpranata menyediakan gallery dan e-marketplace untuk memasarkan produk-produk mahasiswa. CSE bekerja sama dengan Kementrian Koperasi dan UMKM, Kementrian Komunikasi dan Informatika, USAID Japri, perbankan, jejaring koperasi, konsultan kewirausahaan, komunitas kewirausahaan dan UMKM Kota Semarang untuk memberikan kesempatan magang, pendanaan, pembayaran digital dan berbagai kegiatan pengembangan kewirausahaan. Hasil dari seluruh upaya tersebut tidak sia-sia, karena semakin banyak mahasiswa berminat dan berani merintis usaha sejak masih kuliah. Beberapa mahasiswa bahkan telah memiliki pabrik dan usaha yang berkembang pesat yang mampu membuka lapangan kerja bagi masyarakat sekitar mereka.

Komponen yang tidak kalah penting dalam ekosistem kewirausahaan bagi mahasiswa adalah keluarga. Keluarga merupakan ekosistem kewirausahaan terdekat yang justru pengaruhnya bisa sangat kuat. Budaya wirausaha dapat dimulai dari keluarga, dengan budaya kreatif dan produktif. Keluarga wirausaha biasanya juga melahirkan para wirausaha baru meskipun tidak selalu seperti itu. Keluarga dengan orang tua yang bukan wirausahawan pun sangat mungkin melahirkan wirausahawan baru jika kebebasan berkreasi dan dorongan untuk produktif dipupuk secara terus menerus. Keluarga yang mampu mengasah kepekaan atas situasi social dan kemasyarakatan dan memberikan kebebasan akan memberikan kemampuan bagi anak-anak muda untuk berani mengambil risiko memecahkan masalah yang ada di sekitarnya. Anak muda yang peka terhadap lingkungan sekitar akan



terdorong untuk membuat solusi dan berani mengambil risiko dalam mengambil peluang yang ada. Banyak bisnis startup sukses di Indonesia berawal dari kepekaan para *founder* nya melihat berbagai persoalan dalam masyarakat dan lingkungan sekitarnya.

Menciptakan ekosistem kewirausahaan tidak mungkin secara sepihak namun harus bersinergi secara berkelanjutan. Pemerintah, perguruan tinggi, keluarga dan masyarakat harus bergerak bersama untuk mendorong generasi muda yang peka, kreatif, produktif, inovatif dan berani mengambil risiko untuk merintis usaha-usaha yang bersifat memecahkan masalah dalam masyarakat atau merintis usaha-usaha yang mengolah sumber daya dan kearifan local. Penciptaan ekosistem kewirausahaan bagi mahasiswa yang dilakukan secara konsisten dan inklusif niscaya akan melahirkan wirausahawan-wirausahawan baru yang mampu membawa kemajuan dan kesejahteraan untuk masyarakat Indonesia.

Semangat selalu untuk wirausahawan mahasiswa !!



ENTREPRENEUR'S STARTERKIT: GAGASAN PEMULIHAN PEREKONOMIAN INDONESIA

Emeraldza Egi Widjaja

Mahasiswa Prodi Manajemen
FEB Unika Soegijapranata

Pendahuluan

Corona Virus Disease 2019 atau yang lebih dikenal sebagai COVID-19 merupakan penyakit infeksi pernapasan akut yang disebabkan oleh virus SARS-CoV-2, dan diduga kuat mengalami mutasi. Disinyalir bahwa virus ini berasal dari pasar hewan Huanan di Kota Wuhan, Provinsi Hubei, China. Awalnya, penyakit ini dianggap oleh Organisasi Kesehatan Dunia (*World Health Organization/WHO*) sebagai wabah (*plague*) saja. Beberapa waktu kemudian, dikarenakan penyakit ini menyebar dan menjangkiti banyak negara di dunia, statusnya diubah menjadi pandemi global (*global pandemic*).

Pandemi ini membawa dampak negatif bagi seluruh aspek kehidupan manusia. Situasi yang tidak terencana ini bukan saja berakibat pada krisis kesehatan tetapi juga merambat pada aspek sosial dan ekonomi. Situasi yang tidak terencana ini ditanggulangi melalui kebijakan pembatasan mobilitas yang menyebabkan ketidakpastiaan pasar keuangan global. Tentunya, dengan ketidakpastiaan pasar keuangan akan mengurangi kegiatan investasi. Hal tersebut dikarenakan adanya indikasi dari para investor untuk lebih berhati-hati dalam menanamkan modal. Dampak akhir dari efek domino pandemi COVID-19 akan merujuk pada perlambatan pertumbuhan perekonomian dunia.

Salah satu negara yang terjangkit COVID-19 adalah Indonesia. Kasus pertama COVID-19 di Indonesia diumumkan oleh Presiden Joko Widodo pada tanggal 2 Maret 2020. Kemudian, setelah kasus pertama COVID-19 di Indonesia ini terkuak, jumlah orang yang terkonfirmasi terjangkit COVID-19 mulai meningkat. Upaya penanggulangan dilakukan oleh Pemerintah Indonesia dengan memberlakukan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Kebijakan yang telah dibuat oleh pemerintah tentu saja memiliki pengaruh dalam banyak hal seperti menimbulkan lahirnya kondisi-kondisi baru dalam konstruksi sosial dan ekonomi di Indonesia.

Kemudian, mengingat goyahnya perekonomian internasional maka perekonomian nasional di Indonesia pun juga turut terdampak. Ini



disebabkan oleh tidak menentunya dan tidak terprediksinya situasi ekonomi di masa depan sehingga turut menimbulkan tantangan dan kesulitan tersendiri bagi para pengusaha dan investor dalam menjalankan usahanya. Indonesia yang merupakan salah satu negara tujuan investasi di dunia juga turut merasakan lesunya aliran investasi akibat adanya pandemi global COVID-19 yang masih belum dapat dikendalikan.

Selain itu, di skala yang lebih kecil, adanya pandemi global COVID-19 di Indonesia juga melumpuhkan roda perekonomian nasional yang didominasi oleh kegiatan perdagangan. Penetapan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang mengurangi mobilitas barang, jasa, dan manusia mengakibatkan penurunan kinerja perekonomian nasional. Hal ini dikarenakan, ketiga hal tersebut menjadi kunci utama dalam kegiatan perdagangan. Masyarakat menghadapi kesulitan yang luar biasa dalam upayanya melakukan kegiatan ekonomi seperti sedia kala. Banyak dari mereka yang tidak memiliki modal dan mengalami penurunan pendapatan sehingga terpaksa harus menutup usahanya, bangkrut, atau bahkan terkena Pemutusan Hubungan Kerja (PHK). Ini menimbulkan fenomena permasalahan yang baru yaitu kemiskinan akibat COVID-19.

Sebagaimana telah disinggung sebelumnya, roda perekonomian Indonesia banyak digerakkan oleh kegiatan perdagangan yaitu jual-beli yang melibatkan pertemuan tatap muka dan kontak fisik. Kebijakan PSBB yang melibatkan pelarangan terhadap aktivitas masyarakat yang sarat akan kerumunan, pertemuan tatap muka, dan keterlibatan kontak fisik membuat mobilitas masyarakat menjadi terbatas. Namun, bagaimanapun juga, perekonomian nasional Indonesia harus tetap berjalan demi menunjang keberlangsungan negara. Indonesia harus mendapatkan pemasukan dana untuk berbelanja kebutuhan negara dan memelihara kehidupan masyarakatnya. Pemerintah Indonesia berusaha membangkitkan kembali iklim investasi dan perekonomian nasional dengan mempermudah prosedur investasi melalui Omnibus Law UU Cipta Kerja Lapangan, memberikan kemudahan dan penguatan ekonomi bagi para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), mendorong hadirnya ekonomi kreatif, dan lain sebagainya. Memang harus diakui bahwa aspek ekonomi dan aspek kesehatan sangat sulit untuk berjalan berdampingan mengingat keterbatasan dana dan sumber daya yang ada.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) diharapkan dapat menjadi titik terang yang membantu stabilitas dan pertumbuhan ekonomi Indonesia. Hal ini diwujudkan dalam penyerapan tenaga kerja yang akan mengurangi angka pengangguran serta pemberian kontribusi terhadap



Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Menurut Laporan Perekonomian Indonesia 2020, kontribusi UMKM terhadap PDB mencapai angka 61,1%. Selain itu, UMKM lebih dapat bertahan disituasi krisis seperti pandemi COVID-19. Ukuran usaha yang realtif kecil, penggunaan bahan dasar yang biasanya berdasar dari domestik, produk yang lekat dengan kebutuhan masyarakat, serta kefleksibelitas dalam bisnisnya menjadi beberapa alasan ketahanan UMKM. Pemerintah terus berupaya untuk meningkatkan peran UMKM sebagai penggerak roda perekonomian nasional. UMKM diarahkan untuk melakukan peningkatan produktivitas, pendigitalisasian, serta pertumbuhan ekonomi yang inklusif. Harapannya masa perbaikan perekonomian Indonesia tahun 2021 dapat mengalami percepatan dengan bantuan penguatan dan pendirian UMKM baru.

Oleh karena itu, melalui esai ini, penulis akan mencoba untuk memaparkan dan membahas mengenai gagasan kreatif yang dapat ditempuh untuk setidaknya membantu memulihkan kondisi perekonomian Indonesia seperti sedia kala. Diharapkan dengan gagasan "*entrepreneur's starterkit*" yang erat akitannya dengan UMKM ini dapat menjadi "angin segar" bagi kondisi yang tidak menentu dan sulit terprediksi seperti saat ini.

Pembahasan

Saat ini dunia sedang dilanda pandemi global COVID-19. Pandemi yang bukan saja menyerang aspek kesehatan tetapi juga sosial dan ekonomi. Sebagian besar negara di dunia memberlakukan kebijakan pengurangan mobilitas sebagai salah satu upaya penanggulangan penyebaran virus COVID-19. Adanya penghambatan aktivitas perekonomian membawa dunia pada ketidakpastian pasar global. Tidak terprediksinya perekonomian membuat aliran investasi mengalami penurunan yang akhirnya merujuk pada perlambatan perekonomian dunia. Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh OECD dalam Laporan Perekonomian Indonesia 2020, proyeksi pertumbuhan perekonomian dunia mengalami penurunan yang cukup signifikan. Pertumbuhan perekonomian dunia diproyeksikan berada di angka 3,6% pada tahun 2018 dan 2,8% pada tahun 2019. Pada masa pandemi COVID-19, pertumbuhan perekonomian dunia diproyeksikan mengalami penurunan yang diisyaratkan sebesar -4,5% pada September 2020. Dampak dari ketidakpastiaan pasar global bagi Indonesia adalah terdepresiasi Rupiah hingga Rp16.575 terhadap dolar AS pada 23 Maret 2020.

Indonesia menjadi salah satu negara yang hingga saat ini masih menghadapi pandemi COVID-19. Ketika penyebaran COVID-19 kian meluas, pemerintah seperti dihadapkan pada dua pilihan berat berupa pemulihan sektor ekonomi atau kesehatan. Sama seperti yang dilakukan



sebagian besar negara lainnya, pemulihan kesehatan dilakukan Pemerintah Indonesia dengan memberlakukan kebijakan pengurangan mobilitas barang, jasa, dan manusia atau yang sering disebut dengan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Kunci perekonomian yang berasal dari pergerakan barang, jasa, dan manusia terpaksa dihentikan guna menekan angka penyebaran pandemi COVID-19. Kebijakan ini memberikan dampak negatif terhadap perekonomian nasional yang dibuktikan melalui terkontraksinya pertumbuhan ekonomi Indonesia pada kuartal II dan III tahun 2020. Berdasarkan data dari Laporan Perekonomian Indonesia 2020 yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia, pertumbuhan ekonomi Indonesia pada kuartal II tahun 2020 mengalami kontraksi hingga mencapai angka 5,32% dan mulai membaik pada kuartal III menjadi -3,49%. Data tersebut mengindikasikan adanya peningkatan meskipun belum dapat menyamai kondisi sebelum pandemi COVID-19. Tren penurunan angka pengangguran dan kemiskinan pada beberapa tahun terakhir harus mengalami kenaikan kembali akibat pandemi COVID-19. Berdasarkan data yang dikeluarkan BPS, sebelum adanya COVID-19, Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) di Indonesia tercatat sebesar 5,30% pada tahun 2018 dan 5,23% pada tahun 2019. Setelah adanya COVID-19 yaitu pada tahun 2020, TPT di Indonesia mengalami peningkatan yang cukup signifikan dengan persentase sebesar 7,07%.

Keterpurukan perekonomian akibat pandemi COVID-19 memang tidak dapat dihindarkan. Biasanya perlambatan perekonomian disebabkan karena melemahnya salah satu sisi baik *supply* maupun *demand* saja. Namun, pandemi COVID-19 melemahkan kedua sisi sekaligus yang kemudian menyebabkan semakin sulitnya pemulihan perekonomian Indonesia.

Beberapa upaya telah dilakukan pemerintah guna merangsang pergerakan roda perekonomian nasional. Salah satunya adalah dengan memberikan pembekalan pelatihan kepada para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Kondisi yang menimbulkan ketidakpastiaan ekonomi ini membawa UMKM menjadi salah satu usaha yang memiliki kemampuan bertahan, bangkit, serta tumbuh paling tinggi. Ukuran bisnis yang relatif kecil, penggunaan bahan dasar yang berasal dari domestik, produk yang dihasilkan erat dengan kebutuhan masyarakat, serta kefleksibelitas bisnisnya memberikan keuntungan bertahan bagi UMKM. Harapannya UMKM dapat menjadi solusi bagi permasalahan peningkatan angka pengangguran dan kemiskinan yang mengalami peningkatan di masa pandemi. Sumbangan Produk Domestik Bruto (PDB) yang diberikan UMKM menjadikannya sebagai “tulang punggung” ekonomi yang mampu meningkatkan perekonomian nasional.



Semakin berkembangnya jaman, penggunaan teknologi semakin menyentuh segala aspek kehidupan manusia. Ditambah dengan adanya kebijakan PSBB menimbulkan tatanan sosial baru yang erat kaitannya dengan penggunaan teknologi. Menanggapi hal tersebut, UMKM diajak untuk bertransformasi guna meningkatkan daya saing mereka. Berdasarkan Laporan Perekonomian Indonesia 2020 yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia, penguatan UMKM dilakukan melalui pilar kebijakan korporatisasi, peningkatan kapasitas, dan pembiayaan. Kebijakan korporatisasi memicu terciptanya ekosistem usaha yang terintegrasi. Pilar peningkatan kapasitas erat kaitannya dengan inovasi dan pendigitalisasian yang diterapkan dalam aktivitas usaha mulai dari produksi hingga pemasaran dengan hasil akhir berupa peningkatan produktivitas usaha. Pencapaian peningkatan kapasitas juga didorong oleh peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM), inovasi, manajemen usaha, serta kualitas produk. Pilar pembiayaan memberikan kemudahan dalam pembiayaan bisnis guna mempercepat ekspansi usaha.

Pada masa pandemi COVID-19, pola perilaku konsumen turut mengalami perubahan. Salah satunya adalah munculnya kebiasaan berbelanja *online* dan pembayaran *cashless* atau nontunai. Hal ini ditanggapi dengan baik oleh Bank Indonesia dengan menggencarkan penawaran Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) bagi para pelaku UMKM. QRIS merupakan sarana pembayaran digital dengan efisiensi dan kemudahan transaksi yang murah, mudah, dan aman. Maka, pendigitalisasian menjadi hal mutlak yang harus dikuasai oleh pelaku UMKM guna meningkatkan dan mencapai kestabilan usaha.

Melihat peluang yang dimiliki UMKM sebagai tulang punggung perekonomian nasional, penulis turut ingin menyumbangkan ide atau gagasan yang setidaknya dapat mempercepat masa perbaikan ekonomi Indonesia. "*Entrepreneur's starterkit*" merupakan *bundling* dengan harga terjangkau yang berisikan file excel guna keperluan usaha, pendigitalisasian, pemasaran *online*, dan persewaan tempat serta peralatan. *Starterkit* tersebut dapat dimanfaatkan oleh para pelaku UMKM yang sudah menjalankan bisnisnya maupun wirausahawan baru.

Berdasarkan pengalaman penulis, tidak semua pelaku UMKM paham dan tahu cara menghitung Harga Pokok Penjualan (HPP) yang digunakan dalam penentuan harga. Sebagian besar dari mereka menetapkan harga berdasarkan perkiraan ataupun dengan melihat pesaing terdekat. Tentu saja penetapan harga dengan cara tersebut tidak akurat dan bisa saja membawa UMKM mengalami kerugian. Selain itu, terdapat juga *Break Even Point* (BEP) yang membantu para pelaku UMKM untuk mengetahui titik impas yang disebut "tidak rugi maupun



tidak untung". Hal tersebut menentukan unit yang harus di jual atau rupiah yang harus didapat untuk mencapai keseimbangan. Pembuatan laporan keuangan baik laba/rugi, arus kas, neraca, perubahan ekuitas, dan lain sebagainya juga sangat diperlukan. Oleh karena itu, file excel ini akan berisikan berbagai macam *sheet* yang akan memudahkan para pelaku UMKM melakukan pembukuan dan perhitungan dalam dunia usaha. Terdapat beragam *sheet* yang berisikan sistematika penulisan laporan keuangan dan akan disesuaikan dengan keperluan usaha UMKM. Adapula *sheet* lain yang kolomnya telah diisikan rumus guna perhitungan BEP, HPP, dan keperluan perhitungan lainnya yang disesuaikan dengan permintaan.

Dewasa ini, kemudahan bertransaksi di era perkembangan teknologi diwujudkan dengan munculnya berbagai macam *e-commerce*. *E-commerce* merupakan perantara proses transaksi bisnis dengan menggunakan internet. Selaras dengan gencarnya program pemerintah yang mendorong pendigitalisasian dalam dunia usaha UMKM, *entrepreneur's starterkit* memberikan pendampingan lebih lagi mengenai proses penjualan dengan memanfaatkan *e-commerce*. Program *entrepreneur's starterkit* akan membantu para pelaku UMKM untuk membangun nama serta memasarkan produknya secara *online*. *E-commerce* yang akan digunakan dalam program ini adalah *e-commerce* karya anak bangsa dengan logo berwarna hijau, Tokopedia. Pemilihan Tokopedia didasari akan persaingan harga yang terbilang masih sehat. Tahun ini, Tokopedia secara agresif melakukan penetrasi pasar guna memperluas pangsa pasarnya. Salah satu strategi yang dilakukan Tokopedia adalah dengan memilih *boygroup* Korea BTS menjadi *brand ambassador*nya. Peningkatan pangsa pasar Tokopedia akan berimbas pula pada kemungkinan peningkatan konsumen toko *online* yang dimiliki oleh pelaku UMKM. Bukan hanya itu saja, pendigitalisasian juga akan diimplementasikan dalam segala aspek bisnis UMKM. Sebagai bentuk dukungan terhadap program pemerintah, *entrepreneur's starterkit* memberikan pendampingan pendigitalisasian dari proses produksi, pemasaran, hingga pembayaran dengan menggunakan QRIS. Harapannya, dengan merasakan keuntungan langsung dari pendigitalisasian, para pelaku UMKM dan pemerintah dapat bersinergi untuk memajukan perekonomian Indonesia.

Pada pembahasan sebelumnya, telah dinyatakan bahwa pandemi COVID-19 merubah tatanan sosial masyarakat. Sebagian besar kegiatan manusia dilakukan secara *online*. Menanggapi perubahan tersebut, kegiatan penjualan hingga pemasaran pun, khususnya iklan, harus dilakukan secara *online*. Beberapa manfaat pemasaran melalui media *online* adalah harga yang lebih terjangkau, jangkauan konsumen yang lebih luas, dan pilihan *platform* yang lebih beragam. *Entrepreneur's*



starterkit akan membantu para pelaku UMKM untuk menentukan *platform* dan *influencer* yang sesuai dengan *budget* dan target pasar mereka. Sederhananya adalah apabila target pasar dari UMKM tersebut merupakan kalangan muda, maka media online yang akan digunakan sebagai wadah pemasarannya adalah Instagram dan TikTok. Jika target pasar utama UMKM tersebut adalah orang tua dengan range umur tertentu, maka pengiklanan yang diperlukan adalah melalui Instagram yang kemudian dilanjutkan dengan *broadcast* Whatsapp. Pilihan ini akan disertai dengan data harga serta *feedback* dari masing-masing *platform* dan *influencer*.

Kadang kala, hal termalas, tersulit, atau bahkan termenakutkan yang dihadapi oleh wirausahawan baru adalah kerugian modal akibat pembelian peralatan. Melihat keadaan tersebut, isi *bundle* yang terakhir adalah persewaan tempat dan peralatan. Peralatan yang dimaksud disini adalah seperti stand atau gerobak yang dilengkapi dengan meja dan kursi. Sedangkan untuk persewaan tempat akan disediakan di pameran mall yang berarti jangka waktu mengikuti ketentuan pihak panitia ataupun di depan indomaret guna membantu para pelaku bisnis kecil. Keperluan ini ditujukan kepada para pelaku UMKM maupun wirausahawan baru yang ingin mencoba menjalankan bisnisnya secara *offline*.

Entrepreneur's starterkit memang diutamakan untuk UMKM guna mempercepat perbaikan perekonomian nasional. Namun, isi *bundling* dari program ini dapat dimanfaatkan oleh wirausahawan baru maupun kaum milenial yang ingin merasakan dunia berbisnis dengan hanya menyediakan bahan baku saja. Mahasiswa yang ingin mengisi waktu luang libur pergantian semester juga dapat menambah pengalaman dengan menjalankan bisnis menggunakan *starterkit* yang ditawarkan. Program ini bukan sekedar memotivasi tetapi mengajak langsung para generasi muda untuk membangun bisnis dengan modal yang kecil. Kegiatan ini juga dapat menjadi sarana pengecekan keberhasilan sebuah bisnis. Harapannya dengan semakin berkembangnya UMKM dan maraknya fenomena kewirausahawan akan mempercepat masa *recovery* perekonomian Indonesia.

Penutup

Munculnya goncangan homogen berupa pandemi global COVID-19 memang tidak dapat dihindarkan. Pandemi COVID-19 membawa dampak negatif bagi segala aspek kehidupan manusia. Bukan hanya aspek kesehatan tetapi juga kegiatan perekonomian dan perubahan sosial, Indonesia menjadi salah satu negara yang masih berusaha menyeimbangkan perbaikan perekonomian dan kesehatan. Kemerosotan perekonomian yang cukup parah disebabkan karena pengurangan mobilitas barang, jasa, dan manusia yang merupakan salah satu upaya



pencegahan penyebaran COVID-19 yang semakin meluas. Selain itu, terpukulnya sisi *supply* dan *demand* menjadi salah satu faktor utama yang juga mempengaruhi penurunan perekonomian nasional. Keberadaan UMKM diharapkan dapat membuka lapangan pekerjaan baru yang akan menjadi solusi bagi permasalahan peningkatan angka kemiskinan dan pengangguran akibat pandemi COVID-19. UMKM juga diharapkan dapat menjadi “tulang punggung” ekonomi guna membangkitkan roda perekonomian Indonesia. Pada situasi yang tidak menentu ini, UMKM-lah yang dapat bertahan di tengah tekanan perekonomian. Pemerintah terus mendorong pendigitalisasian dan transformasi UMKM guna meningkatkan daya saingnya. Maka, selaras dengan program pemerintah, penulis memberikan sumbangsih ide berupa “*entrepreneur’s starterkit*”. *Bundling* dengan harga terjangkau yang berisikan file excel, pendigitalisasian, pemasaran online, serta persewaan tempat dan peralatan. Hal-hal dalam *bundling* tersebut sangat diperlukan dalam perjalanan sebuah bisnis. Program ini diutamakan untuk UMKM, tetapi juga dapat digunakan oleh siapapun yang ingin merasakan dunia bisnis secara langsung. Harapannya dengan semakin berkembangnya UMKM dan terciptanya para wirausahawan baru melalui bantuan “*entrepreneur’s starterkit*”, usaha *recovery* perekonomian Indonesia dapat berlangsung lebih cepat.



AYO (TETAP) BELI PRODUK UMKM DI MASA PANDEMI !

M. Widyanto

Dosen Prodi Manajemen
FEB Unika Soegijapranata

Pandemi Covid 19 sudah berlansung hampir dua tahun. Berbagai cara sudah di lakukan oleh pemerintah dan masyarakat. Di dunia virus Covid 19 ini masih tetap banyak di temukan di berbagai negara bahkan di negara yang relatif disiplin tingkat kebersihan warganya. Di Indoensia dampak ekonomi pandemi Covid 19 ini luar biasa terasa terutama di kalangan menengah bawah. Banyak karyawan yang terpaksa di PHK karena bisnis mulai terbatas operasinya.dampak lainnya adalah pengusaha kecil dan menengah yang sehari-harinya tergantung pada hasil penjualan hari itu. Banyak yang tidak laku atau mengurangi jumlah dagangannya. UMKM yang saya maksudkan di sini adalah pedang kecil kelas mikro yang sangat tergantung pada tingkat penjualan hariannya. Beberapa dari mereka ada yang menguasai penjualan secara *on line* dan itu bagus. Mereka segera dapat sedikit menyesuaikan diri. Yang menjadi lebih adalah mereka yang tidak atau gagap tehnologi sehinga tidak tahu apa itu penjualan on line dan tidak tahu harus berbuat apa. Pengusaha ini ada disekitar kita seperti pedagang sayur mayur keliling atau warung, warung pecel, warung bakso, gerobak mi goreng dan lain sebagainya. Pengamatan saya mereka ini malah belum menjalankan protokol kesehatan yang di dengarkan pemerintah yaitu 5M.

Banyak dari mereka yang tidak memakai masker sama sekali atau memakai masker yang bukan anjuran pemerintah, bahkan memakai sepotong kain saja atau masker untuk naik motor. Lapak barang dagang belum tersedia tempat untuk mencuci tangan atau handzanitiser. Mereka masih banyak berkerumun dan berdesakan ketika melayani dan berjualan. Banyak kumpulan penjual semacam ini bergerombol dengan berbagai jenis barang dagangan. Bagi masyakat yang mulai mematuhi protokol kesehatan 5 M yaitu memakai masker, mencuci tangan pakai sabun dan air mengalir, menjaga jarak, menjauhi kerumunan dan membatasi mobilitas dan interaksi kegiatan penjual semacam ini termasuk saya kerap menghindari. Dengan adanya berita varian baru yang mulai menyebar dan lebih mematikan efeknya secara pribadi mulai menghindari beberapa langganan saya. Alasannya ya masalah keamanan dan kesehatan. Saya mengamati penjual martabak telur malam hari yang tidak bermasker relatif lebih sepi dengan penjual



martabak telur yang menggunakan masker ketika melayani pembeli. Lalu apakah kita masih bias membeli ke mereka? Tentu saja bisa dengan menggunakan berbagai cara dibawah ini.

Edukasi UMKM

UMKM atau penjual ini menurut saya perlu di edukasi dengan benar tentang protokol kesehatan untuk menghadapi pandemic covid 19. Mereka lebih banyak di lapangan dan bertemu dengan banyak orang yang tentu saja tidak jelas bagaimana melakukan protokol kesehatannya. Saya melakukannya dengan memberi contoh saya sendiri melakukan protokol kesehatan yang ketat sehingga mereka juga melihatnya. Contoh sederhana antara lain tetap menggunakan masker sesuai anjuran pemerintah. Saya juga selalu membawa botol handznitiser kecil untuk sekedar menyemprot tangan dan uang kertas dan koin.

Tetap di usahan beli di lokasi terdekat atau langganan

Sesuai judul di atas tetap berkomitmen membeli dagangan mereka. Tentu saya juga memperhatikan keamanan protokol kesehatan untuk saya dan mereka. Beberapa dari mereka mau terbuka dan menggunakan protokol kesehatan walaupun tidak sedikit yang abai. Beberapa penjual yang akrab biasanya saya ajak ngobrol santai dan mulai menyarankan untuk melakukan prokes. Reaksinya macam-macam. Ada yang hanya tersenyum, cuek, marah atau yang setuju dengan saya. Yang setuju dengan saya tentang protokol kesehatan ketika berjualan pelan-pelan saya edukasi. Pada dasarnya mereka tahu tetapi tingkat kemauan atau disiplin yang kurang. Biasanya saya hanya menyarankan kalau pas ramai sebaiknya minimal memakai masker.

Protokol Kesehatan

Penjual yang sudah mau melakukan saya beri beberapa masker untuk sekedar memberi contoh mana masker yang aman di gunakan untuk bekerja di lapangan. Reaksinya beragam. Ada yang langsung menanyakan di mana membelinya dan saya jawab membeli di semua apotik tersedia dengan harga yang terjangkau. Ada yang memakai dan mengucapkan terimakasih. Ada yang menolak memakai masker karena merasa tidak bebas bernafas. Bagi saya itu wajar karena pengetahuan dan kemauan orang berbeda-beda.

Layanan

Beberapa penjual yang menjadi langganan saya ajak untuk meningkatkan layanan misalnya jasa antar. Beberapa penjual ada yang merespon positif dan bersedia mengantar di rumah. Saya katakan kepada mereka saya tidak terburu tetapi beberapa pedagang itu juga cepat tanggap untuk mengantar secepatnya. Ada satu dua penjual yang



sangat bersemangat melayani pesan antar ini. Bagi mereka itu hal yang baru. Saya menanyakan apakah saya bisa pesan sehari sebelumnya dan mereka bersedia. Bagi saya ini lebih praktis dan tidak terburu serta tahu jumlahnya yang harus saya bayar. Cukup letakkan uangnya di pagar dan saya sediakan kursi kecil untuk meletakkan barang pesanan saya. Penjual-penjual ini setelah meletakkan barang pesanan kemudian memotret keadaan barang saya. Bagi saya ini awal yang baik untuk melakukan perubahan layanan. Persis seperti jasa aplikasi *on line* yang canggih itu tapi dalam skala kampung dan perumahan. Penjual yang mau melayani begini saya pertahankan sebagai langganan. Mereka juga suka karena ada pembelian yang relative kontinyu dari saya. Biasanya saya katakan ke mereka supaya menawarkan jasa ini kepada beberapa pelanggannya supaya lebih banyak pembelian cukup dengan pesan semalam berikutnya. Saya juga merekomendasi penjual ini ke teman dan tetangga. Strategi ini cukup berhasil, beberapa pelanggan mau melakukan pembelian dengan pesan antar sederhana ini.

Pemasaran

Selain itu kalau saya ada waktu saya ajak mereka mengobrol atau chatt tentang pentingnya melakukan konsep pemasaran. Penjual ini rata-rata di dekat perumahan. Kebanyakan penghuni perumahan adalah kelas karyawan yang melakukan *work from home* (WFH) atau bekerja di rumah karena pandemi Covid-19. Keadaan ini sangat tepat jika penjual mau menawarkan kebutuhan hariannya tanpa mereka keluar dari rumah. Informasi ini membuat penjual juga menawarkan dagangannya ke penghuni perumahan-perumahan sekitar tempat berjalan.

On line

Setelah mereka tahu bahwa pemasaran bukan hanya menjual dan pasif saya juga bercerita dan mendorong mereka untuk mendaftarkan bisnis mereka ke aplikasi *on line*. Beberapa warung makan yang buka malam hari ada yang bersedia melakukannya. Mereka mendaftarkan ke Gojek, jasa antar Maxim dan Grab. Ada warung yang cukup melayani pesanan lewat SMS atau WA. Semuanya terlihat cukup berhasil untuk mendorong penjualan yang terhambat aturan pemerintah untuk bertemu berkerumun.

Janji untuk membeli

Hal yang saya tekankan kepada para penjual UMKM ini adalah saya berjanji membeli produk mereka secara rutin. Hal ini saya lakukan supaya mereka percaya juga kepada saya sehingga bisa mengulang layanan ini kepada pembeli lain. Saya rutin membeli kebutuhan harian saya secara tunai dan kadang kala memberi tip sekedarnya. Selain itu menyenangkan hati mereka saya juga menghindari banyaknya uang kecil



kembalian yang harus saya semprot disinfektan lagi dalam upaya mengurangi resiko terpapar virus Covid-19.

Memberi Feed Back

Hal penting lainnya adalah memberi umpan balik akan layanan mereka. Dari beberapa penjual saya minta nomor rekening bank mereka dan membayar non tunai. Bagi saya hal ini sangat praktis dan masuk akal. Minimal bagi saya adalah meningkatkan rasa aman akan paparan virus Covif-19. Saya rajin merekomendasikan penjual yang mau mengubah jasa layanan ini. Apalagi dengan membayar non tunai dan memberikan nomor rekening banknya. Saya sering melakukan deposit dulu dan mereka tidak keberatan. Jika membutuhkan saya tinggal memesan dan barang segera diantar.

Saya pikir itulah beberapa cara supaya penjual UMKM ini tetap mendapatkan penghasilan dari hasil jualan dan layanannya. Bagi saya tentu senang selain mendapatkan barang sehari-hari yang saya butuhkan saya dapat *work form home* dengan lebih tenang. Rasa aman juga lebih meningkat ketika sehari itu mengurangi jumlah pertemuan dengan orang lain di luar rumah. Bagaimana jika mereka menolak ajakan saya? Tentu saja saya tidak jadi membeli. Saya akan membeli produk UMKM yang mau melakukan perlindungan protokol kesehatan untuk menghadapi Covid-19 baik untuk kesehatan dirinya, kesehatan saya dan berlangsungnya bisnis mereka. Semoga pandemi segera berlalu.



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 di bidang digital (Covello, 2010). Pada tahun 2020 Reddy dan kawan-kawan telah melakukan definisi ulang terhadap enam kelompok literasi tersebut (Reddy, Sharma, & Chaudhary, 2020), uraiannya dapat dilihat di bawah 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 di bawah 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*.



MENCINTAI DAN MENGGUNAKAN PRODUK LOKAL

Maria Mariana

Mahasiswa Prodi Manajemen
FEB Unika Soegijapranata

Sejak pertama kali ditemukannya kasus Corona Covid 19, di Wuhan, China, hingga saat ini sudah banyak menyebabkan kondisi global yang sangat tidak menentu. Karena penyebaran virus Corona Covid 19 yang telah menjadi pandemic diseluruh dunia, hal ini bukan merupakan hal yang sepele yang dapat diatasi dengan mudah. Dari pertama kalinya ditetapkan oleh World Healty Organisation bahwa, corona covid 19 menjadi pandemic diseluruh negara didunia. Hingga temuan kasus terinfeksi saat ini mencapai 152 juta orang, meninggal dunia 3,18 juta orang , dan sembuh sebanyak 88,4 juta orang dari seluruh jumlah penduduk dunia yang ada. Corona Covid 19, tidak hanya memberikan dampak besar pada bidang kesehatan saja namun juga pada seluruh bidang kehidupan yang ada. Kebijakan kebijakan barupun mulai dilakukan untuk dapat mengurangi resiko masyarakat terkena infeksi virus ini. Seperti pemberlakuan lockdown dinegara negara yang memiliki jumlah kasus terinfeksi yang tinggi, work from home bagi para pekerja kantoran dan pelajar serta mahasiswa, pembatasan kegiatan sosial, dan lain. Hal inilah yang kemudian menjadi boomerang, disuatu sisi bidang kesehatan sedang mengalami tekanan, disisi lain pemberlakuan kebijakan untuk menekan kasus terinfeksi corona covid19, memiliki dampak yang sangat besar bagi bidang ekonomi yang ada. Selama pandemic ini terjadi, sudah mampu membuat ekonomi dunia terganggu bahkan sampai dititik minus, bahkan dibeberapa negara mengalami kontraksi perekonomian yang sangat parah dalam sejarah perekonomian yang pernah ada .Termasuk Indonesia, negara kita juga mengalami tekanan yang cukup berat pada kuartal pertama hingga ketiga dalam tahun 2020. Maka dari itu penekanan laju pertumbuhan corona covid 19 sangatlah penting dengan penerapan protocol kesehatan covid 19, yang harus dipatuhi oleh seluruh penduduk dunia dengan harapan dapat menekan laju pertumbuhan corona covid 19.

Selain berusaha untuk dapat menekan laju pertumbuhan corona covid 19, banyak negara juga yang sedang bersaing dalam menemukan obat serta vaksin yang sesuai agar perkembangan corona covid 19, dapat segera dihentikan. Dan kehidupan dapat berjalan seperti semula, dengan harapan perekonomian menjadi lebih baik lagi serta segala bidang



kehidupan dapat berjalan seperti semula. Sejak corona covid 19 ditetapkan menjadi pandemic, masyarakat dunia saat ini sudah sangat jarang dapat melakukan kegiatan diluar rumah sebebasa dulu, tidak ada lagi orang-orang yang berkumpul dalam suatu tempat dengan waktu yang lama, tidak ada lagi kegiatan festival kebudayaan dan konser yang dapat dilihat secara langsung dengan kumpulan orang banyak, tidak ada lagi kegiatan belajar mengajar tatap muka yang menyenangkan, bahkan hanya untuk bertemu dengan teman teman diluar rumah saja sulit untuk dapat dilakukan secara bebas . Pandemic covid 19 telah membuat banyak perubahan pada dunia saat ini dalam waktu sekejap saja.

Pandemic Corona Covid 19 juga dapat menjadi suatu bencana yang sangat mengerikan, jika tidak dapat tertangani dengan baik. Pemerintah dan masyarakat dalam suatu negara haruslah mau bekerjasama agar dapat terciptanya suatu keadaan dimana terkendalinya laju pertumbuhan infeksi corona covid 19 yang rendah, dengan berusaha menerapkan protocol kesehatan yang ada serta kebijakan kebijakan lain yang telah ditetapkan oleh pemerintah dalam penanganan corona covid 19 ini. Tidaklah mudah bagi pemerintah dan masyarakat untuk dapat melakukan suatu kebiasaan yang sebelumnya belum pernah untuk dilakukan. Hal ini, juga membawa suatu dampak perubahan besar yang tidak hanya terjadi dalam bidang kesehatan saja, namun juga diseluruh bidang kehidupan yang ada saat ini. Ketegasan pemerintah dan masyarakat sangatlah diperlukan untuk dapat menekan laju kasus terinfeksi corona covid 19.

Corona covid 19 yang terjadi dinegara negara maju juga, tidak dapat membuat mereka tidak terkena dampak yang sedikit, sama hal yang terjadi dinegara negara berkembang corona covid 19 masihlah menjadi mimpi buruk yang sangat mengerikan. Sebagai contoh kasus yang baru baru ini terjadi di negara India, dimana ketidaktegasan pemerintah dan masyarakat dalam pemberlakuan protocol kesehatan yang baik dan benar, serta tindakan menganggap sepele corona covid 19, karena mereka merasa sudah mendapatkan vaksinasi serta berpengalaman mengatasi corona covid 19 yang terjadi pada tahun lalu dimana gelombang pertama corona covid 19 dapat ditangani dan diatasi dengan baik, meskipun kasus terinfeksi hariannya terhitung tinggi. Namun pemerintah India dapat menangani penyebaran corona covid 19, dengan baik, bahkan juga beberapa negara didunia juga mengakuinya. Yang kemudian membuat mereka lengah dan ternina bobokkan sementara waktu dengan sikap abai pada pemberlakuan protocol kesehatan yang ada. Namun, setelah mereka bangun dari mimpi indah sementara mereka, bencana itu terjadi. Bencana yang disebut dengan tsunami covid 19, dimana kasus hariannya mencapai 40.000 kasus dalam sehariannya dan kasus kematian sebesar 3.500 orag per harinya. Sudah ada beberapa



rumah sakit besar yang collabs, akibat kekurangan tenaga medis, obat obatan dan oksigen. Sudah seharusnya dari kasus dinegara India yang terjadi saat ini, kita belajar untuk dapat selalu mematuhi protocol kesehatan yang ada serta kebijakan kebijakan yang telah dibuat pemerintah untuk kebaikan bersama.

Akibat bencana tsunami corona covid 19 yang terjadi di India, ekonomi dunia dalam beberapa hari ini sedikit terjadi penekanan. Baik dari pasar modal maupun pasar valuta asing, dalam beberapa pekan ini pasar modal dan pasar valuta asing mengalami tekanan yang cukup berarti, karena beberapa investor asing melakukan kegiatan jual yang cukup tinggi, terbukti dari indeks IHSG yang menurun dan nilai tukar rupiah terhadap dollar yang tertekan. Kepercayaan investor asing juga masih dipengaruhi oleh seberapa mampu negara untuk dapat mengatasi infeksi corona covid 19 dalam negara tersebut.

Dalam pemberlakuan protocol covid 19 serta kebijakan kebijakan pemerintah yang ada, menyebabkan banyak masalah dalam kegiatan ekonomi dan sosial yang muncul, seperti peningkatan angka pengangguran, kemiskinan, kualitas sumber daya yang semakin rendah, menurunnya ekspor, penurunan pendapatan, dan masih banyak lagi. Corona Covid 19 yang terjadi menyebabkan Indonesia melakukan lockdown atau yang lebih akrab disebut sebagai PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) yang kemudian mampu membuat perekonomian nasional Indonesia menjadi turun sebesar -2,19% pada tahun 2020. Hal ini disebabkan oleh banyak sebab yang ada.

Dampak yang sangat dapat dirasakan oleh masyarakat dalam pandemic corona covid 19 adalah pemutusan hubungan kerja (PHK) serta menipisnya lapangan pekerjaan membuat angka pengangguran meningkat sebanyak 10 juta orang dalam setahunnya. Serta angka kemiskinan yang naik menjadi 10,19 % atau sejumlah 27,55 juta jiwa dari tingkat penduduk Indonesia yang mencapai 270,20 juta jiwa dari data sensus penduduk pada tahun 2020. Disinilah peran pemerintah dan masyarakat dibutuhkan untuk dapat memperbaiki perekonomian nasional Indonesia menjadi lebih baik lagi.

Sudah banyak upaya yang diusahakan oleh pemerintah untuk dapat memperbaiki perekonomian nasional. Mulai dari penggunaan instrument fiskal maupun moneter seperti penyaluran dana bantuan tunai, mendukung UMKM, pemberian suku bunga rendah untuk kredit usaha, dan lain sebagainya. Saat ini pemerintah berupaya untuk dapat meningkatkan konsumsi rumah tangga atau konsumsi nasional, karena dilihat dari data perekonomian yang ada saat pandemic ini terjadi konsumsi rumah tanggalah yang sangat dapat membantu menopang perekonomian nasional Indonesia agar tidak jatuh terlalu dalam. Hal



iniilah yang kemudian diupayakan oleh pemerintah, agar masyarakat lebih tertarik membeli dan menggunakan produk produk lokal.

Setelah memasuki tahun baru 2021 pemerintah menargetkan agar perekonomian nasional Indonesia dapat mencapai angka pertumbuhan sebesar 5%, dengan harapan dapat memberikan dampak yang luas bagi seluruh masyarakat Indonesia. Hal ini tidaklah mudah mengingat saat ini laju kasus pertumbuhan infeksi corona covid 19, yang terus ada dalam setiap harinya. Inilah tugas bersama antara pemerintah dan masyarakat untuk memikirkan cara cara apa saja yang dapat dilakukan guna mencapai target pertumbuhan perekonomian nasional yang telah direncanakan.

Mendukung produk UMKM lokal merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan pemerintah dengan cara memberikan bantuan langsung tunai, dan mendorong penggunaan kredit usaha yang ditawarkan oleh pemerintah. Namun itu tidak dapat berjalan secara efektif jika tidak diimbangi dengan pembimbingan dan pengawasan dari berbagai pihak yang terkait. Pembimbingan yang dilakukan diharapkan agar kualitas produk yang dihasilkan dapat lebih baik lagi serta sesuai dengan target pasar yang ditetapkan. Dilakukanya pengawasan agar produk yang dihasilkan sesuai dengan standar nasional yang ada, serta mengurangi kecurangan yang terjadi dilapangan. Selain, pemerintah yang berusaha untuk melakukan perbaikan dalam bidang UMKM, masyarakat juga harus mulai belajar untuk mencintai produk-produk lokal, dengan turut serta membeli dan menggunakan produk – produk lokal yang ada dalam kegiatan sehari harinya.

Mungkin strategi ini kurang dapat efektif jika, masih banyak masyarakat yang seringkali malah merasa bangga menggunakan produk dari luar negeri. Maka dari itu sudah semestinya pemerintah juga merangkul masyarakat dalam usaha “Bangga Produk Lokal”. Dalam kenyataan yang ada saat ini, banyak dari kalangan masyarakat yang lebih mencintai produk luar dikarenakan mengikuti tren dari para artis dalam setiap penampilannya, dari apa yang digunakan oleh para artis inilah banyak masyarakat yang kemudian ikut ikutan atau mencontoh untuk menggunakan produk luar. Dari sinilah sebaiknya pemerintah juga menggandeng para artis dan influencer dinegeri untuk turut melakukan “Bangga Produk Lokal”, dimulai dari menggunakan produk produk lokal yang ada dalam setiap kesempatannya guna sebagai media promosi atas rasa bangganya terhadap produk lokal yang ada. Penggunaan media ini, mungkin lebih efektif karena dilihat dari karakteristik masyarakat Indonesia yang lebih suka menirukan gaya kehidupan para artis dan influencer dinegeri ini. Media sosial juga dapat digunakan sebaik



mungkin sebagai media promosi yang murah serta mudah diakses dimana saja dan kapan saja.

Startegi lain yang bisa dilakukan adalah dengan mensupport penjual produk lokal pada media e-commerce karena hingga saat ini belum ada kebijakan pembatasan penjualan produk import atau juga pengawasan serta pembayaran pajak barang import yang masuk ke Indonesia yang masih kurang dapat dilaksanakan dengan sebaik mungkin. Karna saat ini pajak untuk barang import yang ada lebih banyak berlaku bagi barang barang dengan harga yang mahal. Padahal dalam beberapa akun e-commerce yang ada, pembelian barang import dengan nilai dibawah Rp40.000 jarang sekali untuk dikenakan pajak dan bea cukai, seharusnya barang jenis apapun dan sekecil apapun jika masuk ke negara kita Indonesia sudah sewajarnya terkena pajak dan bea cukai yang ada. Namun dalam kenyataannya sendiri masih banyak barang yang terlewatkan untuk membayar pajak serta cukai barang asing.

Hal ini jugalah yang membuat produk UMKM yang ada sedikit lebih sulit berkembang karena dari barang barang import yang masuk ke Indonesia baik yang paling kecil sekalipun, memiliki perbedaan harga yang sangat mencolok serta kualitas yang ditawarkan juga berbeda. Kebanyakan produk import yang masuk ke Indonesia menawarkan harga yang jauh lebih murah daripada produk buatan Indonesia, serta dengan standar kualitas yang sama. Maka dari itu melakukan peningkatan terhadap nilai pajak bea cukai serta pemberketan pembayaran pajak bea cukai sangatlah penting sebagai upaya untuk dapat mendukung produk UMKM Indonesia.

Pemerintah juga memungkinkan untuk menggalakan investor agar mau bekerja sama dengan pemerintah untuk dapat menciptakan wadah bagi penjualan produk lokal atau sebagai penyedia bahan yang memiliki harga murah dan terjangkau untuk dapat mendorong pertumbuhan produk lokal semakin cepat seperti mendirikan usaha pengemasan dan packaing karena selama beberapa tahun ini, penggunaan kemasan dalam penjualan produk lokal masih sangatlah rendah. Saat ini masih banyak produk produk lokal yang dikemas dengan sederhana sehingga membuat masyarakat kurang dapat tertarik dengan produk yang ditawarkan. Padahal dalam teorinya pengemsan atau packaing suatu produk merupakan hal yang terpenting untuk dapat menarik pembeli membeli produk tersebut. Jika hal ini dapat dilakukan dan diperhatikan oleh para pelaku UMKM dengan lebih baik lagi kepada produk yang mereka jual sangatlah memungkinkan produk lokal yang ada dapat terjual dengan lebih baik lagi dan mungkin saja dapat menembus pasar eksport.

Pemberlakukan pengawasan produksi jugalah sangat penting untuk dapat dapat diperhatikan oleh para pelaku UMKM agar dapat



menghasilkan produk yang memiliki kualitas yang baik dengan tingkat produksi yang tinggi tetapi, juga mengedepankan serta menjaga kualitas produk yang ditawarkan. Dari beberapa kasus yang ada, produk lokal Indonesia yang ditawarkan dalam pasar global sering tidak memenuhi standar perjanjian MOU yang telah ditetapkan. Seperti, ketika pertama kali melakukan ekspor kualitas produk yang ditawarkan sangat sesuai dengan perjanjian MOUnya. Namun ketika sudah beberapa kali dilakukannya ekspor kualitas produk yang ditawarkan seringkali mengalami penurunan yang kemudian haruslah dikembalikan lagi ke negara asalnya. Hal inilah yang seharusnya dijadikan bahan pembelajaran dan evaluasi agar produk produk yang pada pasar ekspor dapat selalu memiliki kualitas produk yang sama dengan yang ditawarkan sebelumnya. Dengan cara, melakukan pengawasan yang ketat serta uji coba produk sebelum dikirimkan agar sesuai dengan standar standar yang berlaku sesuai dengan ketentuan yang ada.

Hal hal diatas sangatlah mungkin dilakukan dengan lebih mudah jika kondisi dan situasi tanpa adanya pandemic. Namun buka berarti saat pandemic ini tidak mungkin untuk dilakukan. Dengan mengembalikan tingkat kepercayaan investor asing dalam pengguna produk produk Indonesia diluar negeri memungkinkan kita untuk melakukannya. Pengembalian tingkat kepercayaan asing dengan cara menurunkan kasus positif covid 19 nasional yang pada titik terendah merupakan hal yang penting untuk karena dengan penurunan kasus infeksi positif covid 19 yang rendah membuat kegiatan perekonomian kita dapat berjalan dengan lebih lancar seperti kegiatan produksi yang dapat dilakukan secara maksimal, kualitas produk yang akan dikirim dalam keadaan yang steril dan masih banyak lagi.

Kebanyakan negara masih sering khawatir terkait dengan kegiatan ekspor yang dilakukan oleh beberapa negara dengan tingkat kasus covid 19 yang tinggi, karna mereka khawatir jika tidak sengaja untuk malah mendatangkan varian virus baru. Seperti yang banyak diketahui bahwa virus corona covid 19 ini tetap bisa hidup walaupun tidak bertemu dengan inang yang sesuai, jadi sudah dapat dipastikan bahwa banyak negara yang sangat memikirkan keputusan yang akan mereka buat jika mereka mendatangkan produk asing ke negara mereka.

Penyebaran virus corona covid 19 yang terjadi saat ini tidak dapat dielakkan, namun pemerintah serta masyarakat dapat melakukan pematuhan protocol kesehatan untuk mengurangi resiko peningkatan infeksi corona covid 19. Saat ini memang belum dapat ditemukan obat serta vaksin yang sesuai serta efektif untuk melakukan pencegahan dan penyembuhan yang ada. Tetapi kita tidak boleh hanya menyerah begitu



saja, selama kita mau menggusahakan yang terbaik pasti dimasa depan kita dapat menemukan vaksin yang sesuai dengan kondisi yang ada.

Peningkatan kasus harian infeksi corona covid 19 yang meningkat banyak menyebabkan masalah tidak hanya datang dalam bidang kesehatan namun juga berimbas besar pada perekonomian negara. Maka dari itu diperlukannya cara yang efektif dan efisien agar kasus infeksi corona covid 19 dapat terkendali. Terkendalnya infeksi corona covid 19 membuat sedikit demi sedikit kehidupan new normal dapat diterapkan, baik oleh pemerintah dan masyarakat agar rencana rencana yang telah dirancang untuk dapat mencapai perekonomian Indonesia sebesar 5%, dengan instrument instrument yang telah ditetapkan dapat dilaksanakan dengan semaksimal mungkin.

Produk produk UMKM yang ada juga akan banyak dicintai oleh masyarakat bila mana ditanamkan budaya untuk terus mencintai produk lokal dalam setiap generasi yang ada, menjaga konsumsi nasional sangatlah penting agar perekonomian nasional dapat segera pulih dan segala bidang kehidupan dapat dilakuakn dengan sebaik baiknya. Melakukan pendukungan terhadap produk UMKM yang ada dapat membuat konsumsi rumah tangga juga meningkat hal ini juga akan perimbas pada perekonomian nasinal yang ada.



PERGESERAN DIGITAL DAN TRANSFORMASI PEMASARAN DI ERA VIRTUAL UNTUK UMK

Maria Y.D. Hayu Agustini

Dosen Prodi Manajemen
FEB Unika Soegijapranata

Covid-19 dan Kondisi Perekonomian

Sejak kira-kira Maret 2020, Indonesia mengalami penurunan dalam kondisi perekonomiannya karena wabah virus covid-19. Walaupun Indonesia bukan satu-satunya negara yang mengalami hal ini, namun dampak dari wabah ini telah menghantam tidak hanya aspek perekonomian, tetapi banyak sendi kehidupan lain pada orang di seluruh pelosok negeri, sehingga kejadian ini dikategorikan sebagai pandemi.

Walaupun jumlah orang yang terpapar virus covid-19 dinilai bisa dikendalikan pada tahun pertama, namun jumlah kasus positif meningkat drastis pada tahun berikutnya yang disebut sebagai gelombang kedua virus covid-19. Varian baru virus covid-19 yang disinyalir berasal dari India dan Inggris, telah menyebar dengan lebih cepat dan masif. Jumlah kematian per 21 Juli 2021 sudah meningkat menjadi lebih dari 1000 orang meninggal per hari karena virus ini (Kompas, 2021) dan ini angka tertinggi selama ini.

Sejak awal, pemerintah Indonesia memutuskan untuk tidak melakukan *lock down* seperti banyak negara lain, namun pencegahan penyebaran covid-19 dilakukan dengan menerapkan PSBB (pembatasan sosial berskala besar) atau PPKM (pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat). Hal ini dilakukan supaya roda perekonomian tetap bisa berjalan seiring dengan upaya pencegahan penyebaran virus. Untuk tujuan tersebut pemerintah telah mengalokasikan anggaran untuk stabilisasi perekonomian disamping program-program kesehatan dan sosial bagi masyarakat terdampak covid-19.

Apabila dicermati, upaya mitigasi covid-19 di bidang ekonomi yang dilakukan pemerintah menasar sisi penawaran (*supply side*) dan permintaan (*demand side*). Pada sisi penawaran, upaya diarahkan untuk meningkatkan kemampuan pengusaha khususnya UMK untuk tetap bisa menjalankan usahanya dan individu untuk bisa menciptakan pekerjaan sendiri. Upaya terkait dengan UMK antara lain diberikan dalam bentuk pengurangan pajak, pemberian pinjaman lunak, pembebasan pelunasan hutang, dan bantuan uang tunai. Sedangkan bagi individu-individu



diberikan bantuan dalam program kartu pra kerja. Pada sisi permintaan, upaya pemerintah difokuskan pada peningkatan daya beli rumah tangga dan pekerja yang kehilangan pekerjaan atau yang harus bekerja lebih sedikit karena covid-19. Bantuan kepada mereka diharapkan dapat meningkatkan konsumsi terutama konsumsi pada produk-produk lokal sehingga pada akhirnya perekonomian dapat tetap berjalan.

Upaya mitigasi ini telah mampu membawa perekonomian mengalami pertumbuhan sebesar -5.02% pada kuartal II 2020 menjadi -2,19% pada kuartal IV 2020 (BPS, 2021), meningkat lagi menjadi hanya -0,74% pada kuartal I 2021. Upaya-upaya yang dilakukan tersebut diharapkan tidak membawa Indonesia ke resesi lebih jauh lagi seperti yang menjadi isu bagi beberapa negara lain. Bahkan BI memperkirakan pertumbuhan akan menjadi positif pada kisaran 4,1%-5,1% (Kontan, 2021). Perbaikan kondisi perekonomian ini tentu akan membawa potensi yang semakin besar bagi pengembangan usaha.

Pergeseran Digital dan Perubahan Perilaku

Pembatasan sosial atau kegiatan masyarakat yang ditetapkan pemerintah mengacu pada kondisi dimana masyarakat diharapkan melakukan kegiatannya sebanyak mungkin dari rumah. Bekerja, belajar, beribadah, dan kegiatan sosial lain dilaksanakan dari rumah. Pembatasan ini telah merubah perilaku banyak orang. Seperti halnya orang-orang lain dari negara lain, orang Indonesia sekarang memiliki gaya hidup baru yang lebih sehat dan mempraktekkan kebiasaan sehat. Disamping menggunakan masker, mencuci tangan lebih sering, menjaga jarak yang harus dilaksanakan terkait dengan protokol kesehatan selama pandemi, semakin banyak orang yang berolahraga dan mengkonsumsi makanan sehat.

Disamping itu, banyak yang mengadopsi gaya hidup digital. Gaya hidup digital juga tidak bisa dihindarkan ketika banyak aktivitas yang harus dilakukan secara berjarak untuk mengurangi kontak langsung dengan orang lain. Setiap orang terhubung dengan orang lain secara digital, tidak hanya untuk kegiatan ekonomi tetapi juga kegiatan sosial lain. Permintaan transaksi online meningkat pesat dan pergeseran dari *offline* ke *online* telah menciptakan apa yang disebut akselerasi digital yang mengindikasikan fenomena pergeseran digital (*digital shifting*) sedang terjadi.

Sebenarnya gaya hidup digital bukan hal baru bagi sebagian besar orang Indonesia karena banyak yang sudah menjadi pengguna internet. Bahkan Indonesia termasuk negara terbesar keempat dari sisi jumlah pengguna internet. Menurut Statista.com (2020), terdapat 185 juta pengguna internet di Indonesia dengan penetrasi mencapai 68%. Namun



demikian, penggunaan internet masih terbatas untuk pengiriman pesan dan media sosial. Dari rata-rata 8 jam/hari penggunaan internet, 3,5 jam (43,75%) digunakan untuk akses sosial media dengan Facebook, *Current news*, YouTube, Instagram sebagai media sosial yang paling populer.



Sumber: Statista.com (2020)

Gambar 1. Gaya hidup Digital Orang Indonesia

Rupiah yang bisa dihasilkan dari kegiatan online tersebut juga diperkirakan akan terus meningkat dari tahun ke tahun. Pada 2019, perekonomian digital telah menghasilkan lebih dari 566 triliun rupiah atau setara US\$40 juta. Nilai tersebut diproyeksikan akan menjadi 1,8 kuadriliun rupiah (US\$130 juta) pada 2021 atau meningkat rata-rata sebesar US\$15 milyar per tahun. Demikian juga jumlah pembeli online yang senantiasa meningkat. Jika pada 2019, terdapat 30 juta pembeli online, jumlah tersebut diperkirakan akan meningkat menjadi 65 juta pada 2022. Dengan angka-angka tersebut, Indonesia dikategorikan sebagai pasar online terbesar di dunia. Dengan kata lain, Indonesia merupakan pasar potensial bagi tawaran online atau digital dan karenanya pergeseran digital ini akan tidak bisa dihindarkan.

Gaya hidup digital juga nampak pada perubahan perilaku konsumsi, khususnya di masa pandemi covid-19 ini dimana masyarakat semakin menghendaki bentuk transaksi dengan kontak langsung yang lebih sedikit. Oleh karena itu, mereka lebih suka membeli secara online. Hasil survei oleh Nielsen (2020) pada perilaku pembelian orang Indonesia menunjukkan hal ini. Sebanyak 30% orang yang disurvei menyatakan bahwa mereka meningkatkan pembelian online dan bahkan 40% dari mereka menyatakan akan tetap belanja online walaupun pandemi sudah berakhir. Hal ini mengindikasikan bahwa perilaku pembelian online akan merupakan kebiasaan baru konsumen Indonesia.



Adapun alasan mengapa orang melakukan pembelian online adalah karena (1) mudah dilakukan, hanya perlu mengunduh aplikasi secara gratis dan mengikuti prosedur yang ada; (2) aman, mereka percaya bahwa identitas mereka aman dan dilindungi oleh *provider*; dan (3) nyaman, bisa dilakukan kapan saja dan dimana saja (Agustini et al, 2019). Dalam perilaku pembeliannya, mereka mencari informasi tentang produk yang hendak dibelinya dari beberapa e-marketplace dengan menggunakan HP atau komputer yang dimiliki sebelum memutuskan untuk membeli. Mereka membandingkan manfaat (*benefits*) yang diperoleh dari satu e-marketplace dengan e-marketplace yang lain, baik dalam hal harga, kemudahan pembayaran, diskon dan bentuk promosi lain, maupun ongkos kirim. Berdasarkan informasi tersebut, mereka baru menentukan membeli dari suatu e-marketplace yang dinilai memberikan manfaat terbaik.

Perubahan perilaku pembelian yang demikian dan familiaritas orang Indonesia dalam menggunakan internet menunjukkan adanya potensi yang besar bagi para pelaku usaha untuk menerapkan pemasaran online. Namun demikian, belum semua pelaku usaha memanfaatkan potensi ini. Bagi sebagian pelaku usaha, kondisi tersebut merupakan tantangan yang harus dihadapi, sementara sebagian lain sudah bisa memanfaatkan kondisi tersebut dan menciptakan keuntungan darinya. Pertanyaannya adalah mampukah UMK-UMK di Indonesia bertransformasi dalam kegiatan pemasarannya untuk bertahan dalam kondisi pergeseran digital ini? Kita akan lihat kondisi UMK dan permasalahan usaha yang dihadapinya untuk menilai kemampuan mereka bertransformasi digital.

UMK dan Permasalahannya

Di banyak negara, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) mendominasi total jumlah usaha dan karenanya dipandang sebagai tulang punggung perekonomian negara mengingat kontribusinya pada penciptaan lapangan kerja. Demikian juga di Indonesia. Menurut data dari BPS (2019), dengan kurang lebih 64,2 juta usaha yang ada di Indonesia pada tahun 2019, sebanyak 99,9% termasuk dalam kategori UMKM. Mereka menyumbang kepada perekonomian sebanyak 61,1% PDB (Produk Domestik Bruto). Secara lebih rinci, usaha mikro ternyata memberikan kontribusi terbesar baik dari sisi jumlah (98,6%) maupun sumbangan PDB (37,8%). Sedangkan usaha kecil dan menengah masing-masing hanya sebanyak 1,22% dan 0,09% dengan kontribusi kepada PDB masing-masing sebesar 9,6% dan 13,7%. Gambaran ini menunjukkan bahwa usaha mikro dan kecil (UMK) merupakan kelompok usaha yang berperan penting bagi perekonomian.



Namun demikian, tidak banyak UMK yang menunjukkan atau mengalami perkembangan/pertumbuhan usaha yang cepat, bahkan di masa normal sekalipun. Sebagian besar berada dalam kondisi yang relatif sama dari tahun ke tahun (stagnan) walaupun mereka sudah menjalankan usaha untuk jangka waktu yang relatif lama. Dari sisi positif, hal ini menunjukkan kemampuan UMK untuk bertahan dalam usaha. Dalam kondisi krisis ekonomi yang terjadi sebelumnya, UMK juga lebih mampu bertahan dibanding usaha besar sehingga bisa dikatakan UMK adalah usaha yang tangguh (*great survivors*). Stagnansi usaha UMK bisa jadi terkait dengan karakteristik yang melekat pada mereka.

UMK biasanya berorientasi produksi (*production oriented*). Artinya, mereka memproduksi apa yang mereka bisa hasilkan tanpa mempertimbangkan apakah produk yang dihasilkannya sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pembeli. Akibatnya, penjualan produk relatif terbatas. Mereka biasanya menjual produknya kepada orang-orang di sekitarnya, seperti keluarga, teman, tetangga. Dalam beberapa kasus, ada penjual (*reseller*) yang membantu memasarkan produk mereka di area yang lebih luas. Namun, hal ini bukan merupakan penjualan dominan bagi mereka.

UMK tidak memiliki perencanaan strategis. Mereka menjalankan usaha berdasarkan rutinitas sehari-hari dan karenanya sedikit sekali menghasilkan inovasi. Cara produksi atau cara menjual yang sama dari waktu ke waktu membuat mereka tidak memikirkan cara lain yang lebih inovatif atau efektif. Salah satu kemungkinan alasan atas hal ini adalah karena keterbatasan sumber daya yang dimiliki UMK, baik sumber daya manusia (kuantitas dan kualitas), keuangan, dan sumber daya fisik (seperti alat dan sarana produksi).

Mengingat karakteristik yang demikian, kemampuan UMK untuk dapat bertahan di era digital seperti halnya mereka bertahan di masa krisis ekonomi patut menjadi perhatian mengingat era digital merupakan era dengan kondisi yang benar-benar berbeda dari sebelumnya dan karenanya membutuhkan cara yang berbeda pula dalam menjalankan usaha. Kondisi ini bisa dianalogikan dengan permasalahan yang dihadapi UMK di masa pandemi, suatu masa yang juga sangat berbeda dengan dengan normal.

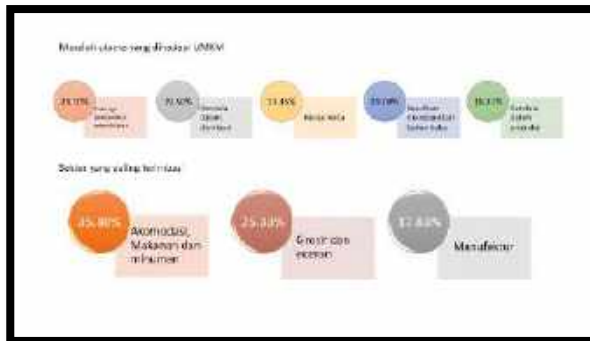
Sebuah survei yang dilakukan oleh Core Indonesia (2020) terhadap 195.099 UMKM menunjukkan bahwa permasalahan utama yang dihadapi UMKM selama pandemi covid-19 terkait dengan pemasaran (penurunan penjualan/permintaan dan distribusi), keuangan (modal kerja), dan produksi (kesulitan bahan baku dan kendala dalam produksi). Pembatasan sosial telah membuat banyak UMK mengalami penurunan penjualan secara drastis. Banyak UMK yang masih menjalankan



kegiatan pemasarannya secara tradisional atau model pemasaran *brick-and-mortar* yang mengandalkan lokasi fisik (toko/warung) dalam menjual produknya. Pembatasan sosial mengurangi jumlah orang yang datang ke toko/warung mereka sehingga penjualan juga menurun.

Ditinjau dari persentasi UMKM yang mengalami (lihat gambar 2), dapat dikatakan bahwa permasalahan pemasaran merupakan permasalahan yang dominan walaupun hal ini hanya terjadi pada sektor-sektor tertentu, yaitu akomodasi, makanan dan minuman, perdagangan (grosir dan eceran), serta manufaktur. Namun fakta menunjukkan bahwa pergeseran digital sudah dan sedang terjadi. Maka, hanya ada 2 pilihan bagi UMK-UMK, yaitu bertransformasi mengikuti kondisi era digital ini atau mati.

Mengkaitkan permasalahan pemasaran yang dihadapi UMK dengan fenomena meningkatnya jumlah pembelian online, maka dapat dikatakan pemasaran online dapat menjadi alternatif yang potensial bagi UMKM untuk bertransformasi di era digital ini.



Sumber: Core Indonesia (2020)

Gambar 2. Permasalah UMKM Selama Pandemi

Pemasaran Online bagi UMK

Data Kementerian Koperasi dan UMKM menunjukkan baru 13% atau sekitar 8 juta UMKM yang menjalankan pemasaran online. Dengan kata lain, adopsi pemasaran online oleh UMKM masih tergolong rendah. Mengacu pada hasil studi oleh Celuch et al (2011) tentang tingkat adopsi internet oleh UMKM di Amerika, upaya meningkatkan tingkat adopsi pemasaran online kepada UMK di Indonesia dapat dilakukan dengan cara memberikan dorongan secara kolektif. Hal ini didasarkan pada hasil



studi Celuch et al yang menyatakan bahwa rendahnya tingkat adopsi dipengaruhi oleh persepsi pemilik usaha terhadap kemudahan dan kemanfaatan menggunakan internet. Apabila pemilik usaha mempunyai persepsi menggunakan internet itu mudah dan bermanfaat, maka mereka akan cenderung menggunakannya, dan sebaliknya. Dengan kata lain, persepsi mempengaruhi tingkat adopsi internet. Sedangkan persepsi itu sendiri dipengaruhi oleh norma perilaku yang terbentuk dari dorongan normatif yang berasal dari perilaku orang lain di sekitar mereka dalam mengadopsi internet. Dengan demikian, mendorong banyak UMK untuk menerapkan pemasaran online akan menjadi pendorong bagi UMK lain untuk melakukan hal serupa.

Sejalan dengan hal ini, hasil studi yang kami lakukan tentang penerapan pemasaran online juga menemukan bahwa pelaku UMK melakukan pemasaran online karena sedang tren (Agustini, 2020). Istilah tren yang digunakan oleh pelaku UMK mengacu pada keadaan bahwa orang lain juga melakukan hal yang sama dan karenanya akan baik kalau mereka juga melakukannya. Dengan kata lain, perilaku orang lain menjadi dorongan normatif. Mereka juga mempunyai persepsi bahwa pemasaran online mudah dilakukan dan bermanfaat karena bisa dilakukan dengan biaya yang lebih murah dan jangkauan yang lebih luas.

Nampaknya pemerintah melalui Kementerian Komunikasi dan Informatika juga telah mendorong tingkat adopsi internet oleh UMKM secara kolektif melalui program UMKM Go Online. Program ini menargetkan 8 juta UMKM untuk melakukan pemasaran online.

Walaupun mungkin kondisi di atas belum mencerminkan kondisi seluruh UMK di Indonesia, namun nampaknya pemasaran online masih akan menjadi masalah bagi banyak UMK. Hal ini mengingat bahwa penerapan pemasaran online membutuhkan model pemasaran yang berbeda dari pemasaran tradisional. Dalam era digital ini, UMK harus mengidentifikasi perubahan dalam perilaku konsumen, yaitu apa kebutuhan, keinginan, dan ekspektasi baru yang dimiliki konsumen. Kemudian harus bertransformasi secara proaktif dengan merubah cara menjangkau, melayani, berinteraksi, dan mempertahankan konsumen. Dengan demikian, mereka bisa memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen secara efisien, efektif, dan akhirnya menghasilkan keuntungan.

Tantangan untuk melakukan ini adalah keterbatasan pengetahuan dan ketrampilan yang dimiliki UMK terkait dengan pemasaran online. Masih banyak UMK yang memahami pemasaran online sebagai upaya menjual saja (*sell*), yaitu menempatkan produknya secara online dan menunggu pesanan datang. Padahal pemasaran online bisa dimanfaatkan untuk memberikan manfaat ekstra kepada konsumen (*serve*), mendekatkan diri dengan konsumen (*speak*), menghemat biaya (*save*), dan memperluas



merek secara online (*sizzle*). Demikian juga, masih lebih banyak UMK yang menggunakan media sosial untuk mempromosikan dan memasarkan produk mereka karena hanya hal itu bentuk pemasaran online yang diketahui. Padahal ada banyak bentuk lain, seperti *content marketing*, *pay per klik*, *search engine maximization*, *inbound marketing*, *affiliate marketing*, dan *marketing automation*.

Tantangan lain terkait dengan keterbatasan sumber daya fisik, seperti HP, *smartphone* atau *laptop* yang dimiliki. Banyak UMK yang hanya memiliki sebuah HP yang digunakan bersama seluruh keluarga. Lebih-lebih di masa pandemi covid-19 ini, dimana HP juga digunakan untuk belajar anak sehingga membatasi penggunaannya untuk usaha. Respon terhadap pesanan yang masuk menjadi terhambat. Tentu hal ini akan membawa dampak kepada kelancaran usaha.

Kelancaran usaha dengan mengandalkan pada pemasaran online juga akan dipengaruhi oleh koneksi internet mengingat bahwa infrastruktur jaringan internet belum merata sepenuhnya di seluruh Indonesia, sehingga lokasi usaha akan sangat mempengaruhi kualitas koneksi internet. Namun hal ini merupakan kendala eksternal di luar kendali UMK.

Namun apapun tantangan yang dihadapi UMK untuk menerapkan pemasaran online, UMK harus melakukan transformasi dan beralih ke dunia digital sebab bila tidak mereka akan mati. Walaupun tantangannya cukup berat, namun yang harus disadari adalah bahwa kesempatan yang bisa diraih akan jauh lebih bernilai daripada tantangan yang dihadapi. Oleh karena itu, kemampuan untuk bisa melakukan transformasi dengan cepat adalah kunci sukses bagi UMK. Perubahan dalam diri pelaku UMK menjadi dasar untuk bisa memiliki kemampuan transformasi ini. Semoga semakin banyak UMK yang terdorong untuk mengubah diri dan bertransformasi.



MEMPERTAHANKAN USAHA KECIL DAN MIKRO OLAHAN MAKANAN DI TENGAH PANDEMI

B. Junianto Wibowo, M.Sc

Dosen Prodi Manajemen
FEB Unika Soegijapranata

Sejak Pandemi covid 19 melanda negara Indonesia pada pertengahan bulan Maret 2020, yang hingga sekarang belum ada tanda akan berakhir telah memberi dampak yang merugikan bagi seluruh masyarakat. Berbagai sektor merasakan akibat dari pandemi ini. Mulai dari sektor pendidikan, pemerintahan, pariwisata, industri, perdagangan dan jasa. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ketut (2020) menunjukkan bahwa usaha yang menurun selama masa Pandemi Covid 19 di Indonesia antara lain pariwisata, perhotelan, angkutan, pusat perbelanjaan serta usaha offline.

Sektor usaha *offline* yang banyak ditemui mulai, di perumahan, pinggir jalan (PKL), pasar tradisional adalah beberapa pelaku usaha yang terkena dampak dari merebaknya pandemic Covid 19 ini. Dampak yang dialami oleh sebagian dari pelaku usaha tersebut adalah adanya penurunan pendapatan sebagai akibat dari diberlakukannya pembatasan aktivitas masyarakat di luar rumah (*Social Distancing*), melakukan pekerjaan di rumah (*Work From Home*), proses belajar mengajar secara *virtual* (*online*).

Kebijakan yang digulirkan pemerintah untuk memutus mata rantai penularan Covid 19 tersebut memang telah berdampak terhadap penurunan omzet penjualan barang yang dijual pelaku usaha, yang selanjutnya menyebabkan penurunan laba. Bahkan produk makanan pada usaha kantin, foto copi yang berada di sekitar sekolah, perguruan tinggi menghentikan usahanya. Kondisi itu terjadi akibat diberlakukannya pembelajaran secara online, yang menyebabkan jumlah mahasiswa yang makan di kantin maupun mefotocopi berkurang. Kesemuanya itu berdampak terhadap pengurangan tenaga kerja serta penurunan kesejahteraan.

Fenomena tersebut telah berkontribusi terhadap peningkatan kemiskinan. Menurut Wijaya (2021), jumlah angka kemiskinan di Indonesia pada bulan September 2020 meningkat hampir 1% menjadi hampir 28 juta. Angka tersebut kemungkinan dapat meningkat, apabila



tidak ada upaya mengantisipasi. Secara nasional, pandemic Covid 19 telah berpengaruh terhadap ekonomi nasional. Agil dalam penelitiannya (2021) mengemukakan bahwa pandemi Covid 19 telah menyebabkan terjadinya penurunan ekonomi nasional termasuk terhadap sektor UMKM. Usaha Kecil dan Mikro (UKM) sebagai salah satu sektor pelaku usaha banyak yang merasakan akibat dari merebaknya pandemi Covid19 ini. Hal itu mengingat sektor UKM paling banyak mendominasi kegiatan usaha di masyarakat, terutama sektor olahan makanan.

Oleh karena itu, suatu tindakan untuk mempertahankan eksistensi UKM sektor olahan makanan sangat penting dilakukan melalui penguatan pasar dan penjagaan terhadap pasokan bahan mentah supaya tetap aman.

Penguatan Pasar.

Penguatan pasar dilakukan untuk mengantisipasi penurunan omzet penjualan. Hal itu dapat dilakukan melalui pembentukan jaringan pasar. Strategi itu ditempuh guna menciptakan pasar baru. Sebagaimana kita ketahui bahwa pada situasi pandemi ini, masyarakat banyak yang tinggal didalam rumah dan mengurangi interaksi diluar. Hal itu jelas akan mengurangi pelanggan, yang berarti pangsa pasar akan menurun. Melalui pembentukan jaringan pasar, diharapkan penurunan pasar akan diimbangi dengan pasar baru sehingga terjadi keseimbangan. Upaya yang dapat dilakukan adalah pelaku UKM secara langsung melakukan kerjasama dengan instansi pemerintah atau swasta, untuk kemudian dihubungkan dengan pegawai yang membutuhkannya. Baik itu yang sedang bekerja di dalam perusahaan, kantor maupun yang sedang WFH .

Secara tidak langsung, penguatan pasar dapat dilakukan melalui koperasi. Bagi pelaku UKM yang menjadi anggota koperasi, hal itu akan menghemat tenaga dan waktu dalam mencari pasar baru. Peran koperasi dalam hal ini adalah mencari dan menemukan pasar baru serta menghubungkannya dengan anggotanya. Memang, diperlukan kerja keras dan keberanian dalam menembus pasar. Tantangan yang ada harus dihadapi dengan sikap tidak mudah putus asa dan penuh semangat. Selain itu, berbagai cara yang bersifat kreatif dan inovatif harus dilakukan demi menciptakan jaringan pasar. Melalui peran koperasi dalam memasarkan produk makanan anggotanya, maka selain akan mudah dalam menambah pelanggan, juga mengurangi kerumunan. Hal itu disebabkan pelaku usaha untuk sementara tidak pergi ke berbagai tempat untuk memasarkan produk yang dihasilkan.

Penguatan pasar secara tidak langsung juga dapat dilakukan melalui RT. Sebagai unsur kelembagaan pemerintah paling bawah, RT memiliki



hubungan langsung dengan pelaku usaha, sehingga mengetahui persis kondisi usaha masing-masing pelaku usaha. Baik itu menyangkut skala usahanya, perilakunya, kapasitas pemasaran, dsbnya. Melihat hal itu, maka sudah sewajarnya RT diberi peran semaksimal mungkin. Peran RT dalam pemasaran, antara lain mencari pasar baru, menghubungkan antara pelaku UKM olahan makanan sebagai warganya dengan pasar tujuan. Operasionalnya adalah RT melalui Sie Usaha dan Sosial dapat mewujudkan hal itu secara rutin dengan menawarkan produk makanan yang dihasilkan warganya sebagai pelaku UKM. Penawaran dapat dilakukan dengan menggunakan whatsapp maupun Instagram. Kahliah dalam berkomunikasi dengan berbagai orang diperlukan bagi Sie Usaha dan Sosial demi kelancaran dan keberhasilan dalam memasarkan produk makanan warganya.

Penjagaan Terhadap Pasokan

Untuk menjaga kontinuitas usaha, maka bahan mentah yang dibutuhkan harus tetap ada dan dalam keadaan baik dan segar. Dalam pengadaan bahan mentah yang diperlukan untuk diolah menjadi makanan, pelaku UKM tetap menjaga kebersihan dan higienis bahan mentah. Selain itu, dalam kondisi pandemi seperti saat ini, harus dipastikan bahwa pemasok dalam kondisi sehat dan tidak terpapar virus Covid 19. Kepastian itu dimaksudkan agar supaya bahan mentah dijamin bebas dari virus Covid 19. Dengan demikian, hal itu tidak akan menularkan kesemua orang.

Pengadaan bahan mentah makanan juga dapat dilakukan melalui koperasi. Peran koperasi tidak hanya dalam memasarkan produk makanan anggotanya, tetapi juga melakukan pengadaan bahan-bahan yang diperlukan oleh anggotanya sebagai pelaku UKM. Koperasi wajib memperluas hubungan dengan berbagai pemasok bahan-bahan untuk keperluan produksi makanan anggotanya. Koperasi harus seleksi dan menjaga bahan mentah yang diperlukan anggotanya tetap terjamin kualitasnya dan terbebas dari virus apapun. Pegawai koperasi yang menangani pengadaan bahan maupun yang menjualnya kepada anggotanya harus tetap sehat dan tidak terpapar virus Covid 19 supaya bahan-bahan yang diperlukan tidak menularkan virus yang dapat berakibat fatal.

Penutup

Akhirnya agar usaha UKM olahan makanan supaya tetap lancar dan aman terutama dari pencemaran virus Covid 19, maka segala transaksi harus dilakukan secara offline. Hal itu dapat melalui Whatsapp, telpon, SMS maupun online. Sementara, prokes yang ketat harus diterapkan terhadap pelaku UKM, seluruh pegawai koperasi maupun pengurus RT, terutama terkait dengan pemasaran maupun pengadaan bahan mentah.



Demikian juga, terhadap prasarana maupun sarana yang ada seperti untuk produksi, pemasaran maupun pengadaan bahan baku mentah harus dipelihara dan dibersihkan secara rutin.





SIKAP: KUNCI BERTAHAN PELAKU UMKM DI MASA PANDEMI COVID-19

M Devatia Putri Nilamsari

Dosen Prodi Akuntansi
FEB Unika Soegijapranata

Pandemi Covid-19 menjadi momok menakutkan bagi setiap orang, tidak hanya meningkatkan kecemasan diri tetapi juga memporakporandakan seluruh tatanan kehidupan. Hampir seluruh sektor seperti perekonomian, sosial dan budaya, pendidikan, kesehatan hingga tingkat keberlanjutan masyarakat terkena dampak pandemi ini. Semua berubah drastis, Indonesia seolah menjadi negara mati. Segala upaya dari pemerintah pun telah dilakukan untuk mencegah penyebaran covid, mulai dari pemberlakuan *lockdown* hingga penetapan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM).

Dengan adanya kebijakan yang ditetapkan oleh pemerintah, tentunya memberi dampak yang sangat besar bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dalam hal ini, pelaku UMKM sebagai kelompok yang paling riskan terkena dampak negatif dari situasi ini. Penghasilan yang diterima mereka tidak seberapa, tetapi harus tetap bertahan di masa sulit.

Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UMKM tahun 2020, sebanyak 163.713 pelaku UMKM ditemukan terdampak pandemi covid-19. Hasil survei Bank Indonesia juga menyatakan bahwa sebanyak 87,5 persen pelaku UMKM mengalami permasalahan ekonomi dan dari jumlah ini, sekitar 93,2 persen terdampak pada masalah penjualan. Hal ini sungguh miris bahkan tak dapat dipungkiri jika keberlangsungan dan keberlanjutan UMKM pun terasa berada di ujung tanduk. Padahal UMKM disinyalir sebagai bentuk usaha yang memiliki kontribusi cukup besar yaitu sekitar 60 persen dari Produk Domestik Bruto Nasional.

Berbagai upaya juga telah dilakukan oleh para pelaku UMKM untuk menjaga eksistensi usaha mereka, namun tetap saja untuk bertahan tidaklah mudah. Pemerintah turut turun tangan untuk mengusahakan bantuan bagi UMKM. Nyatanya, memang memulihkan situasi ini seperti sedia kala membutuhkan proses berkepanjangan. Kita tidak dapat memprediksi akhir dari pandemi. Kita tidak dapat merubah situasi yang ada secara instan. Kita tidak bisa tinggal dalam keterpurukan. Hidup harus berlanjut, usaha pun harus tetap melaju.



Apabila upaya dalam bentuk aksi sudah dilakukan, maka bentuk motivasi diri guna merubah pola pikir sekaligus cara pandang juga perlu diterapkan. Terinspirasi dari Universitas Katolik Soegijapranata, mencetuskan sebuah gagasan terkait pengembangan lima karakter seseorang agar mampu bertahan di masa pandemi melalui penyesuaian dan pengembangan diri. Lima karakter tersebut dirangkai menjadi satu kata yaitu SIKAP.



Konsep SIKAP dapat pula digunakan oleh para pelaku UMKM sebagai dasar motivasi dalam hadapi krisis akibat pandemi covid-19. Dorongan kuat dari dalam diri inilah yang menjadi kunci paling ampuh untuk bertahan. Pelaku UMKM dituntut melakukan perubahan dan pembaharuan terus-menerus untuk menjadi lebih baik dan semakin maju terutama bagi kelangsungan usahanya. Pelaku UMKM saat ini harus merubah *mindset* menjadi lebih semangat, inovatif, kreatif, adaptif, dan peduli.

Semangat dimaknai sebagai perasaan yang sangat kuat dan mengarahkan seseorang pada potensi yang menghidupkan sekaligus menumbuhkan tingkat keinginan yang tinggi. Semangat menjadi dorongan dari dalam diri yang paling kuat bagi para pelaku UMKM untuk bertahan di masa pandemi covid-19. Pada hakekatnya, semangat ini tidak boleh surut. Pelaku UMKM harus termotivasi untuk berjuang, tidak menyerah, dan selalu berupaya dalam menjaga kelangsungan dari usahanya. Banyak hal yang dapat dilakukan oleh para para pelaku UMKM untuk menunjukkan bentuk semangatnya, salah satunya dengan tetap produktif menjalankan kegiatan usaha melalui penemuan dan penciptaan suatu ide-ide segar ataupun metode baru serta melihat peluang sebagai *vision of future*.

Inovatif berarti mampu menghasilkan atau memperkenalkan sesuatu yang baru. Inovatif dalam konteks ini merujuk pada sifat pembaharuan



dengan tujuan mengembangkan sesuatu agar lebih berdaya guna. Di masa pandemi, inovasi menjadi kunci penting bagi para pelaku UMKM terutama dalam mempertahankan usahanya. Pelaku UMKM yang berkarakter inovatif cenderung akan terus berkreasi baik dari segi produk, teknik promosi dan pemasaran maupun pelayanan yang disesuaikan dengan perubahan kebutuhan dan perilaku konsumen. Sebagai contoh, permintaan masker kain meningkat selama pandemi menyebabkan banyak UMKM yang bergerak di bidang *fashion* memanfaatkan peluang tersebut untuk memproduksi masker dengan berbagai bentuk atau motif yang menarik dan sesuai dengan selera konsumen. Selanjutnya, mereka akan memanfaatkan teknologi digital untuk mempromosikan dan memasarkan produk maskernya melalui *social media* seperti instagram, facebook bahkan youtube dengan konten yang kreatif.

Kreatif berarti memiliki daya cipta dan kemampuan untuk mengkreasi hal baru. Kreatif dapat berupa bentuk pemikiran atau peluang-peluang baru. Pelaku UMKM yang kreatif akan lebih mampu bertahan di masa pandemi covid-19. Hal ini disebabkan karena mereka selalu memutar otak untuk menemukan cara mengatasi permasalahan-permasalahan yang ada terutama menyangkut keberlangsungan kegiatan usahanya. Seperti halnya pemanfaatan *social media* sebagai sarana utama pemasaran. Di tengah himbauan *physical* atau *social distancing*, *social media* menjadi alternatif cara mempromosikan sebuah produk atau layanan.

Adaptif dimaknai sebagai kemudahan dalam menyesuaikan diri dengan keadaan. Para pelaku UMKM saat ini perlu lebih optimis untuk menghadapi situasi pandemi. Mereka harus dapat menyesuaikan diri dengan keadaan yang ada, sekaligus bangkit untuk membangun usahanya kembali. Dengan melihat realitas yang ada, pelaku UMKM dituntut untuk lebih fleksibel. Perubahan pola pikir dan perilaku, cara pandang sangat perlu dilakukan agar pelaku UMKM tidak selamanya terpuruk dan meratapi nasib. Perubahan tersebut menjadi motivasi untuk dapat terus bertahan dengan melihat setiap ancaman yang timbul menjadi sebuah tantangan dan peluang untuk mengembangkan usaha. Contoh nyatanya adalah peralihan *marketplace* yang semula *offline* menjadi *online*. Di tengah tuntutan *social distancing* dan pemberlakuan PPKM, banyak pelaku bisnis besar yang telah memanfaatkan layanan *online* untuk memenuhi hasrat dan kebutuhan konsumen. Mereka melihat cara ini sebagai cara yang efektif untuk memastikan bahwa bisnis mereka tetap dapat beroperasi di masa pandemi. Harapannya, hal serupa juga dapat dilakukan oleh pelaku UMKM yaitu memanfaatkan *marketplace* dan *e-commerce* sebagai sarana penjualan.



Peduli berarti mampu melibatkan diri dalam persoalan, keadaan atau kondisi yang terjadi di sekitar kita. Bentuk peduli yang dapat dilakukan oleh para pelaku UMKM yaitu dengan saling membantu satu sama lain. Antar UMKM bisa saling membantu mulai dari saling menceritakan produk atau usaha masing-masing, saling menguatkan, saling mempromosikan produk satu sama lain, saling membantu memenuhi kebutuhan bahan produksi hingga membentuk jalinan kerjasama dengan menciptakan ide baru. Secara tidak langsung, rasa peduli dengan saling bantu yang dibangun tersebut menjadi sarana mengembangkan jejaring dan bisnis. Akibatnya, rantai operasional UMKM dapat lebih stabil.

Para pelaku UMKM dapat mulai menerapkan SIKAP secara perlahan. Tidak serta merta instan, tetapi membutuhkan sebuah proses. Melalui SIKAP, semangat para pelaku UMKM menjadi motivasi bagi mereka untuk lebih optimis, mampu beradaptasi, dan bertahan dengan menciptakan ide-ide yang inovatif dan kreatif. Selain itu, mereka dapat tetap mengedepankan rasa peduli yang diwujudkan dalam bentuk saling membantu satu sama lain demi tujuan menjaga kelangsungan usaha masing-masing.

Hal yang perlu ditekankan pada masa pandemi ini adalah lebih baik kita berfokus pada sisi positifnya walaupun memang dampak negatif yang ditimbulkan banyak. Pada dasarnya, kita tidak dapat merubah keadaan, tetapi kita dapat bertahan dengan merubah pola pikir dan cara pandang karena dengan demikian kita dapat lebih *tough* menghadapi masa pandemi covid-19.



TETULUNG LAN NYENGKUYUNG

Widuri Kurniasari

Dosen FEB Unika Soegijapranata

Kondisi UMKM pada Masa Pandemi Covid 19

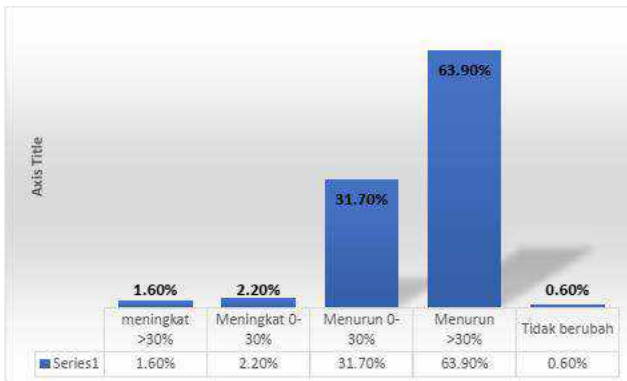
Pandemi Covid sudah 1,5 tahun lebih melanda Indonesia, dan dampak dari pandemi ini terlihat pada pertumbuhan ekonomi di Jawa Tengah yang menyebabkan perekonomian mengalami penurunan. Jumlah sektor usaha di Jawa Tengah saat ini tercatat mencapai 4,2 juta unit, terdiri dari usaha mikro 3.776.843 (90,48%), kecil 354.884 (8,50%), menengah 39.125 (0,94%) dan besar 3.358 (0,08%). Menurut Pemprov Jateng, lebih dari 26 ribu UMKM terdampak Covid-19 dan trennya terus bertambah. Mayoritas bergerak di sektor usaha makanan dan minuman, fashion, perdagangan, jasa dan kerajinan tangan. Menurunnya pendapatan masyarakat dan pembatasan sosial yang diikuti sikap kehati-hatian konsumen menyebabkan permintaan di sektor ini menurun tajam (Anhar, 2020). Mayoritas UMKM mengalami dampak negatif dari pandemic.



Sumber : Katadata, 2021

Grafik 1. Dampak Pandemi Terhadap Usaha

Dampak pandemic yang sangat signifikan adalah penurunan omzet penjualan yang mencapai lebih dari 30%.



Sumber : Katadata,2021

Grafik 2. Dampak Pandemi Terhadap Omzet Penjualan

Tetulung Lan Nyengkuyung UMKM

Mayoritas UMKM atau sebanyak 82,9% mengalami dampak negatif dari pandemi ini. Hanya sebagian kecil atau 5,9% dari pelaku yang justru mengalami dampak positif. Dari kondisi tersebut, dapat terlihat bahwa sektor UMKM khususnya mikro dan kecil perlu berinovasi dalam memproduksi barang dan jasa sesuai dengan kebutuhan pasar. Seperti disampaikan oleh Wakil Menteri BUMN Kartika Wirjoatmodjo, adalah mendorong UMKM berperan lebih besar dalam *global value chain* yang dari berbagai produk yang saat ini baru sekitar 6,3%. Ada tiga hal yang disampaikan yaitu *capability* dalam mengelola usaha, akses kepada pembiayaan, dan akses pasar. Kalau kita melihat bahwa tiga hal yang disampaikan oleh Wakil Menteri BUMN tersebut tidak lepas dari konsep tetulung dalam budaya Jawa. Tetulung maknanya adalah menjadi manusia itu jangan egois, bantulah sesamamu yang membutuhkan pertolongan. Jadi tetulung jika di artikan dalam bahasa Indonesia berarti tolong-menolong yaitu sama saja dengan cara kita untuk melakukan bantuan secara ikhlas kepada orang lain tanpa adanya pamrih. Sedangkan nyengkuyung bermakna mendukung, saling gotong royong, atau membangun sesuatu secara Bersama-sama.

Konsep tetulung lan nyengkuyung ini perlu digiatkan karena pandemic Covid 19 mengakibatkan banyak wilayah melakukan pembatasan aktivitas, hal ini akan berpengaruh pada kehidupan ekonomi, penurunan omset penjualan dan pedagang mulai kesulitan menyalurkan produknya. Dengan pembatasan mobilitas dan aktivitas maka konsep tetulung lan



nyengkuyung bisa dilakukan dengan membuat anjungan mandiri untuk pemenuhan kebutuhan pokok dengan pengelolaan bisa dilakukan oleh Koperasi, hal ini akan bisa mempertemukan antara penjual dan pembeli, mendekatkan produsen ke konsumen dan sebaliknya. Hal lain yang bisa dilakukan adalah nyengkuyung saudara, tetangga, tema kita yang berjualan selama pandemi dengan membantu melakukan pembelian atau membantu distribusi. Hal ini akan membantu para pelaku usaha rumahan atau usaha mikro untuk tetap bertahan dalam kondisi yang serba tidak menentu ini.

Strategi UMKM Untuk Bertahan Dalam Pandemi Covid 19

Salah satu cara agar dapat bertahan dalam menghadapi pandemic adalah diperlukan kemampuan dalam pengelolaan usaha, salah satunya adalah merubah pola pemasaran dari sifat yang tidak melek teknologi, akhirnya dipaksa untuk mulai menggunakan teknologi dalam melakukan pemasaran produk. Salah satu alat yang paling sederhana adalah pemasaran dilakukan melalui group Whatapp (WA) yang ada di kalangan ibu-ibu dan masyarakat. Selain itu konsep, pemasaran yang lain bisa menggunakan Instagram, facebook, atau getok tular di kalangan masyarakat. Dengan perubahan pemasaran maka terjadi juga perubahan pola pembayaran, yang biasanya dilakukan tunai berubah menjadi non tunai/transfer/cashless. Dengan perpaduan pola pemasaran dan pembayaran inilah yang akhirnya akan mempermudah akses ke pasar.

Dengan perubahan perilaku dari sisi penjual dan pembeli, maka usaha mikro dan kecil akan mempunyai peluang untuk secara perlahan pulih Kembali. Diantara kondisi ekonomi yang tidak menentu ini, ada lima jenis usaha yang mempunyai peluang untuk bertumbuh. Lima jenis usaha tersebut adalah usaha masker, makanan siap saji, makanan beku, minuman kemasan, dan pembelajaran daring. Mengapa kelima jenis usaha tersebut diprediksi akan mengalami pertumbuhan? Kalau dari sisi masker, tidak dapat dipungkiri bahwa masker menjadi barang penting selama pandemi. Gerakan wajib masker ternyata mampu menggerakkan usaha mikro dan kecil local terutama konveksi. Potensi bisnis masker naik hingga 77%. Sedangkan untuk produk makanan siap saji mengalami peningkatan karena adanya kebijakan social distancing selama masa pandemic ini, sehingga para pelaku usaha di bidang makanan mau tidak mau harus berinovasi supaya bisa bertahan. Pilihan yang bisa dilakukan adalah dengan makanan siap saji dan makanan yang dibekukan, hal ini dilakukan untuk mempermudah konsumen dalam memenuhi kebutuhannya. Demikian juga untuk minuman kemasan dan pembelajaran secara daring juga harus mengikuti perubahan yang terjadi.



Kreatif melihat peluang bisnis, pada dasarnya berbisnis berarti menjual solusi permasalahan yang dialami konsumen. Jenis bisnis yang bisa dipilih adalah jenis yang sedang tren di kalangan konsumen, jika sekarang kondisi pandemic semua dilakukan dengan toko online dan e-commerce, maka model yang bisa dilakukan adalah dengan konsep tetulung dengan manawarkan jasa titip sehingga konsumen tidak perlu keluar rumah untuk mendapatkan kebutuhan yang diinginkan . Jadi jika disimpulkan jika kita sebagai supaya dapat bertahan maka diperlukan kemampuan bertahan selama pandemi adalah kemampuan untuk mengolah informasi, melakukan komunikasi, dan kemampuan penguasaan teknologi.





Akuntan: Mempertahankan Profesionalisme dengan Inovasi

"Orang yang tidak melakukan apa pun tidak membuat kesalahan; tapi orang yang tidak membuat kesalahan tidak belajar apapun."

-Luca Pacioli -



PENERAPAN REMOTE AUDIT SAAT PANDEMIC COVID-19

Dian Nala Damayanti¹
Hari Tripanto Silitonga

Mahasiswa Magister Akuntansi
FEB Universitas Katolik Soegijapranata

Memasuki akhir tahun 2019 hingga awal tahun 2021, di penjuru dunia sedang mengalami pandemic Covid-19 yang mengakibatkan terganggunya ekonomi secara global. Adanya gangguan ekonomi mikro maupun makro menyebabkan perubahan pertimbangan awal risiko berupa kesalahan penyajian material. Sebagai akibat dari kasus tersebut, maka manajemen serta pihak-pihak yang bertanggung jawab atas laporan keuangan harus dapat menyusun, menyajikan laporan keuangan yang relevan dengan kondisi saat ini, serta memberikan pengungkapan berdasarkan analisis dan fakta-fakta serta peristiwa setelah tanggal pelaporan dilakukan (IIA, 2020). Setelah manajemen dan pihak-pihak yang bertanggung jawab selesai melakukan proses penyusunan laporan keuangan, selanjutnya adalah tugas auditor yang telah ditunjuk untuk melakukan proses audit laporan keuangan sesuai dengan kondisi saat ini.

Saat kondisi seperti sekarang, auditor harus tetap menjaga independensi, kualitas laporan audit serta bukti-bukti audit yang cukup sebagai dasar perumusan opini audit. Auditor harus dapat memodifikasi mengenai prosedur audit yang dilakukan, pengumpulan bukti-bukti audit serta penilaian risiko kesalahan penyajian material. Mengenai perubahan prosedur audit yang telah direncanakan, maka auditor harus memberikan alternatif untuk melakukan prosedur audit yang tepat dengan kondisi saat ini (Budianto, 2020).

Penerapan alternatif yang sebelumnya menggunakan cara tradisional atau tatap muka secara langsung ke perusahaan beralih menggunakan audit jarak jauh atau *remote audit*. Auditor dapat memanfaatkan teknologi ini dengan memantau kepatuhan terhadap peraturan serta kesesuaian terhadap kebijakan yang ada pada perusahaan. Proses audit jarak jauh menjadi pilihan yang tepat yang dilakukan saat pandemi Covid-19 dikarenakan sebagian besar perusahaan telah membatasi mobilisasi dan diprioritaskan hanya untuk perjalanan yang penting dan darurat.



Dalam Ryan (2020) mengemukakan bahwa pelaksanaan *remote audit*, pertemuan awal dengan pemangku kepentingan dalam perusahaan merupakan salah satu hal yang penting untuk memberikan gambaran proses audit yang akan dilaksanakan oleh auditor saat pandemi Covid-19. Hal ini digunakan untuk mengantisipasi perbedaan pemahaman agar tidak terjadi hal-hal yang tidak diinginkan saat proses audit berlangsung. Saat pertemuan awal ini juga membahas mengenai bagaimana proses audit dilaksanakan misalnya adalah platform teknologi yang digunakan untuk *conference room*, *evidence* yang dibutuhkan maupun otorisasi yang harus diperoleh ketika proses pengambilan foto atau video untuk bukti pelaksanaan proses audit.

Saat proses audit perusahaan, hal yang terpenting dan tidak dapat dipisahkan adalah penggunaan standar audit sebagai dasar untuk melakukan proses audit. Dalam KPMG (2020) dijelaskan bahwa para auditor harus mempunyai tanggung jawab untuk menerapkan standar audit. Dalam (IAPI, 2016) SA 720 mengenai tanggung jawab auditor atas informasi lain dalam dokumen yang berisi laporan keuangan auditan, menjadi dasar untuk memberikan gambaran perbedaan laporan tahunan entitas serta laporan keuangan saat pandemi Covid-19 yang berisi beberapa informasi yang bertentangan misalnya adalah pengakuan pendapatan, pengukuran persediaan, perubahan kurs, dan perhitungan imbalan kerja. Adanya ketidakonsistenan tersebut bisa memunculkan keraguan auditor atas kesimpulan audit yang berasal dari bukti audit sebelumnya sebagai dasar perumusan opini audit atas laporan keuangan tersebut.

Tanggung jawab tersebut juga mencakup mutu terhadap dokumen atau bukti yang tersedia. Dalam (IAPI, 2016) SA 500 mengenai bukti audit, harus dapat menjelaskan tentang bukti yang terdapat dalam laporan keuangan serta berkaitan dengan tanggung jawab auditor untuk dapat merancang dan melaksanakan prosedur audit untuk memperoleh bukti audit yang cukup dan relevan sebagai dasar untuk memberikan dasar perumusan opini audit.

Dalam kasus ini, sebagai auditor harus dapat menggunakan pendekatan audit jarak jauh atau *remote audit* dengan tepat. Melalui pendekatan ini dapat mempengaruhi ketepatan waktu untuk penerimaan bukti audit yang diperlukan. Bukti audit yang terpengaruh dalam hal ketepatan waktu antara lain adalah konfirmasi bank, konfirmasi hutang piutang dan surat legal (IAI, 2020). Untuk konfirmasi bank, saat membantu perusahaan dalam pembuatan form konfirmasi biasanya auditor menuliskan maksimal pengembalian konfirmasi adalah dua minggu setelah tanggal penandatanganan pihak perusahaan yang bertanggung jawab. Tetapi saat pandemic seperti ini biasanya biasanya menjadi tidak tepat waktu



dalam pengembalian konfirmasi tersebut dikarenakan kendala SDM yang melakukan *work from home* serta kendala internal lainnya. Sama halnya dengan konfirmasi bank, untuk konfirmasi hutang dan piutang juga memiliki kendala yang sama. Dan untuk surat legal, kendala berasal komunikasi serta akses yang terbatas.

Pemberian bukti audit secara elektronik membuat auditor harus mempunyai *due personal care* berupa *skeptisisme profesional* secara tepat. Auditor harus dapat memberikan penilaian terhadap keandalan bukti audit, apakah bukti tersebut benar-benar sesuai dengan keadaan *real* atau sudah dimanipulasi. Begitupun juga dengan keaslian bukti tersebut apakah sudah diverifikasi oleh pihak yang berkepentingan atau tidak. Berkaitan dengan keamanan, apakah KAP sudah memiliki kebijakan mengenai perlindungan data klien saat penerimaan bukti secara elektronik.

Pemeriksaan fisik lapangan juga merupakan salah satu prosedur audit yang harus dilakukan oleh seorang auditor. Oleh karena itu saat pandemic Covid-19 ini, pemeriksaan fisik lapangan dilakukan dengan memanfaatkan teknologi dan komunikasi dua arah seperti *video call*, *live streaming*, zoom maupun google meet untuk mempertimbangkan keterbatasan berupa tidak semua perusahaan memiliki fasilitas internet yang memadai seperti lokasi pertambangan, perkebunan sawit, perkebunan kayu, dan proyek pengerjaan jalan. Kurangnya keterbukaan terjadi karena komunikasi tidak dilakukan secara tatap muka, Hal ini membuat auditor harus dapat mengamati bahasa tubuh karyawan serta lingkungan karyawan tersebut saat melakukan proses pemeriksaan fisik lapangan.

Setelah semua prosedur audit dilakukan, maka yang proses yang terakhir adalah auditor melakukan proses *meeting* jarak jauh dengan menggunakan *zoom*, *google meet*, maupun aplikasi teknologi lainnya. Auditor dapat memberikan penjelasan mengenai hasil temuan yang diperoleh auditor selama proses audit berlangsung. Dalam proses ini, pihak perusahaan juga dapat bertanya atau memberikan penjelasan mengenai poin yang dirasa belum *clear*. Setelah proses *meeting* ini mencapai kesepakatan antara kedua belah pihak, maka selanjutnya adalah proses penerbitan laporan audit independen tahun yang bersangkutan.

Keunggulan dari audit jarak jauh ini antara lain dapat mengurangi biaya perjalanan serta operasional KAP, meningkatkan tersedianya kelompok personel auditor dan memperluas cakupan audit (IAP, 2020). Untuk kekurangan audit jarak jauh ini adalah kurangnya interaksi antara auditor dengan pihak perusahaan dapat menimbulkan terjadinya fraud, membatasi ruang gerak auditor, dan auditor harus meningkatkan *skeptisisme profesional* menjadi lebih tinggi.



Maka kesimpulannya adalah peranan auditor dalam menghadapi pandemi Covid-19 berada dalam tingkat pengawasan yang ketat serta resiko yang lebih tinggi dibandingkan dengan sebelum terjadinya pandemic Covid-19. Dikarenakan keterbatasan komunikasi dan mobilitasi, seorang auditor harus tetap menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan standar profesional dan bertanggung jawab untuk kepentingan publi dan harus disesuaikan dengan kondisi pandemi Covid-19 saat ini.

Dengan kondisi saat ini, penggunaan cara audit sebelum pandemi Covid-19 diperlukan adanya modifikasi yang signifikan untuk diterapkan saat proses audit selama Covid-19. Modifikasi ini diperlukan untuk meningkatkan skeptisisme profesional. Penerapan *remote audit* merupakan salah satu cara yang efektif dalam menghadapi kondisi pandemi Covid-19. Walaupun auditor juga harus tetap meningkatkan skeptisisme profesional yang tinggi serta komunikasi yang efektif kepada manajemen perusahaan dikarenakan manajemen perusahaan tidak menyajikan secara sepsifik dan memberitahukan uraian dari berbagai kondisi dan tingkat ketidakpastian operasional perusahaan. Terlepas dari tantangan tersebut, seharusnya tidak ada pengurangan maupun ketidakpatuhan dengan SA dalam melaksanakan prosedur audit.



BLESSING IN DISGUISE

H. Sri Sulistyanto

Dosen Prodi Akuntansi
FEB Unika Soegijapranata

Memang cukup mengejutkan jika dunia usaha di Indonesia langsung tampak sempoyongan saat pandemi covid-19 melanda negara ini. Sampai ada yang harus merumahkan karyawannya. Bahkan sebagian sampai melakukan PHK terhadap pegawainya. Alasannya, tidak ada pemasukan kas sama sekali. Baik karena penjualan sepi, pesanan kosong, sampai dengan terhentinya proses produksi. Padahal, tanpa penerimaan satu rupiah pun, perusahaan mestinya tidak perlu sampai kelimpungan macam ini.

Ya. Karena perusahaan sebenarnya mempunyai cadangan (*reserves*) dan laba ditahan (*retained earnings*) yang sebenarnya sudah dipersiapkan jauh-jauh hari untuk menghadapi situasi kontijen. Karenanya memang tidak ada alasan bagi perusahaan bersikap panik dalam kondisi seburuk apapun. Lho, memangnya apa sih cadangan dan laba ditahan itu?

Konsep Akuntansi

Cadangan, secara konseptual, merupakan “laba yang ditarik kebelakang dari periode pengakuan sesungguhnya dan menggunakan pada saat dibutuhkan”. Komponen ini muncul ketika perusahaan melakukan penyesuaian (*adjustment*) pada saat tutup buku akhir tahun. Seperti pengakuan kerugian piutang, penurunan nilai persediaan, maupun penyusutan aset fisik.

Pada dasarnya pengakuan biaya di atas, misalnya penyusutan aset, dilakukan sebagai upaya untuk “menyimpan” sebagian laba yang diperolehnya. Meskipun tidak semuanya berupa kas. Karena ada yang berwujud akrual atau komponen yang berasal dari transaksi non tunai. Tujuannya, untuk memenuhi kebutuhan bisnis dan berjaga-jaga dalam situasi darurat.

Namun demikian sebagian orang biasanya memahami proses penyusutan sebatas sebagai alokasi harga perolehan aset semata. Atau hanya untuk mengakui menurunnya manfaat ekonomi dan teknis aset bersangkutan. Bahkan, lebih parah, sebagai kegiatan rutin saat penutupan buku perusahaan. Karena itulah, mau digunakan, dipakai diluar kapasitas, maupun dianggurkan sama sekali, aset tetap akan disusut seiring dengan berjalannya waktu.



Uniknya, ada juga yang memahami penyusutan aset sebagai cara menabung agar nanti bisa membeli aset yang sama ketika aset fisik yang dimilikinya telah habis masa manfaatnya. Karenanya mereka selalu menyimpan uang tunai sebesar alokasi biaya penyusutan per tahunnya. Harapannya, sudah tersedia kas yang cukup saat harus membeli aset pengganti.

Memang tidak ada yang salah dengan persepsi di atas. Namun pemahaman seperti itu membuat perusahaan menjadi tidak menyiapkan sebagian “tabungan” yang dimilikinya untuk menghadapi situasi darurat. Misalnya dengan menyimpannya dalam bentuk aset moneter atau aset non moneter yang paling mudah untuk dicairkan, seperti obligasi.

Alasan itulah yang membuat banyak perusahaan yang tidak mempunyai persediaan kas atau setara kas yang memadai ketika menghadapi situasi emergensi. Akibatnya, mudah ditebak, mereka langsung tampak limbung menghadapi situasi *uncertainty* tersebut.

Sementara laba ditahan adalah laba bersih setelah pajak (*earnings after tax*) yang diperoleh perusahaan setelah dikurangi dengan dividen yang dibagikan kepada pemegang saham atau prive yang dilakukan oleh pemilik entitas. Keberadaan laba ditahan diatur dalam Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Yang menekankan bahwa sebuah perusahaan wajib menyisihkan sebagian laba bersihnya sebagai cadangan sampai mencapai 20% dari jumlah modal yang ditempatkan dan disetor.

Tentu aturan di atas bukan tanpa alasan sama sekali. Sama dengan konsep cadangan sebelumnya, laba ditahan juga diharapkan dapat menjadi “tabungan” bagi perusahaan. Hingga sebuah entitas bisnis mempunyai daya tahan finansial jauh lebih baik dalam situasi apapun. Termasuk ketika menghadapi kondisi emergensi seperti pandemi covid-19.

Karenanya, meski diakui sebagai salah satu komponen ekuitas atau kekayaan pemilik, manajemen perusahaan tetap mempunyai kewenangan penuh untuk memanfaatkannya. Baik untuk kepentingan yang tercakup maupun diluar rencana bisnisnya. Misalnya untuk membayar hutang, investasi, mengembangkan usaha, maupun memperluas pasar.

Bahkan ada perusahaan yang nekad memanfaatkan laba ditahan untuk membuat kebijakan yang cenderung kurang wajar. Salah satunya adalah membagikan sebagian “tabungan” tersebut dalam bentuk dividen ketika perusahaan mengalami kerugian. Meskipun anomali, semua itu biasanya dilakukan untuk mendorong citra perusahaan dimata masyarakat.



Masalahnya, masih banyak pihak yang memahami bahwa laba ditahan sebatas sebagai bahan bakar untuk menjamin keberlanjutan dan pertumbuhan perusahaan. Orang masih awan dengan konsep laba ditahan sebagai sumber tenaga cadangan ketika perusahaan mengalami *low energy*. Padahal dengan laba ditahan sebesar 20% dari total modalnya, yang dikumpulkan ketika perekonomian relatif stabil, sebuah perusahaan dipastikan bakal masih mampu untuk bertahan meski harus melakukan hibernasi selama beberapa saat.

Apalagi jika selama ini perusahaan menerapkan manajemen kas (*cash management*) yang baik. Hingga besar-kecilnya cadangan dan laba ditahan bukan sebatas catatan di atas kertas. Namun disertai dengan ketersediaan dengan aset moneter, yaitu kas atau setara kas uang tunai, yang cukup. Maupun aset non moneter lain yang relatif mudah dicairkan.

Cuma, sayangnya, skenario tersebut ternyata hanya indah untuk didiskusikan. Betapa tidak, yang terjadi justru sebaliknya. Banyak perusahaan yang malah seolah-olah akan pingsan ketika pandemi global melanda negara ini. Bahkan terjadi pada bulan-bulan pertama masa krisis. Padahal sebagian diantaranya mempunyai saldo laba ditahan cukup besar.

Menata Ulang Akuntansi

Kini, setelah pandemi covid-19 lewat satu setengah tahun, tentu tidak mudah bagi perusahaan untuk memanfaatkan komponen cadangan dan laba ditahan sebagai energi ekstra untuk memperpanjang nafasnya. Agar punya kesempatan untuk menata ulang strategi bisnisnya menghadapi situasi kontingen. Apalagi jika sejak awal kedua komponen keuangan tersebut memang tidak direncanakan sebagai baterai ekstra untuk mempertahankan staminanya.

Tapi menyesali apa yang telah terjadi bukan merupakan solusi yang tepat bagi siapapun. Semua peristiwa tersebut mestinya justru harus menjadi *treager* untuk memperbaiki kesalahan di atas bagi semua pihak, termasuk dunia pendidikan, khususnya akuntansi. Agar konsep cadangan dan laba ditahan, maupun seribu satu konsep akuntansi lainnya, tidak lagi dimaknai sebatas secara teknis. Namun juga harus dipahami secara filosofis.

Salah satunya dengan mengevaluasi materi pendidikan akuntansi agar tidak lagi hanya membahas apa yang ada di dalam prinsip akuntansi. Tapi juga mengajak orang untuk mau berfikir kritis mengkaji konsep dasar yang digunakan untuk mengembangkan teori akuntansi.

Hal ini sebenarnya bukan barang baru. Lihat saja bagaimana sejarah mencatat bahwa akuntansi pernah menjadi “dewa penyelamat” bagi



dunia bisnis Indonesia saat krisis ekonomi dua dekade lalu. Dengan mengeluarkan standar akuntansi tentang pengakuan selisih kurs. Hingga perusahaan yang hutangnya tiba-tiba membengkak lima-enam kali lipat karena mempunyai pinjaman dalam mata uang asing tetap dapat diselamatkan.

Hebatnya, semua itu bisa dilakukan karena orang memahami filosofi akuntansi. Hingga selisih kenaikan nilai hutang perusahaan di atas diakui sebagai *account* kerugian kurs yang bisa diamortisasi selama periode tertentu. Meski cenderung seperti rekayasa keuangan namun solusi tersebut terbukti ampuh menyelamatkan perusahaan dari kebangkrutan.

Paradigma seperti inilah yang mestinya diadopsi menjadi dasar pengembangan pendidikan akuntansi. Pola yang selama ini digunakan yang menekan pada kemampuan menyusun laporan keuangan, memanfaatkan aplikasi komputer untuk menyusun laporan keuangan, maupun *skill* sejenis lainnya harus diubah. Dengan memperkuat pendekatan filosofis dalam memahami setiap elemen keuangan. Mulai dari mengapa ada, untuk apa ada, bagaimana bisa ada, dan sebagainya.

Pola pendidikan tersebut sekaligus juga untuk menjawab tantangan *disruption* yang menyatakan bahwa akuntan merupakan salah satu profesi yang akan tergilas dimasa depan. Hingga membuat pendidikan akuntansi saat ini cenderung tidak lagi difavoritkan oleh anak-anak muda.

Catatan Penutup

Lantas, apakah pandemi covid-19 bisa dimaknai sebagai *blessing in disguise* bagi pendidikan akuntansi? Tentu tidak sesimpel itu. Namun krisis ini memang bisa menjadi titik awal bagi dunia akuntansi untuk merestrukturisasi dirinya. Seperti ketika krisis ekonomi dulu. Dimana akuntansi mampu berdiri didepan untuk menawarkan solusi bagi permasalahan yang tengah dihadapi oleh bangsa dan negara, khususnya dunia bisnis nasional.

Kini, akuntansi mestinya juga mengambil sikap yang sama. Tetap berdiri sebagai garda terdepan bagi setiap problema yang membelit masyarakat, yang seringkali tampak tak berujung-pangkal. Baik untuk saat ini maupun dimasa depan. Meski untuk itu dunia pendidikan akuntansi harus *legawa* membuka hati bahwa ada yang harus dibenahi dalam dirinya. Setuju?



TRANSFORMASI AKUNTAN PADA ERA COVID-19

**Amadea Thirza M., Bella Klarissa,
Jimmy Christofer**

Mahasiswa Prodi Akuntansi FEB Unika
Soegijapranata

Pandemi Covid-19 yang datang tanpa permisi dan hingga artikel ini ditulispun belum kunjung pergi, sangat amat memberikan tekanan dalam segala aspek dan bagi setiap kalangan di berbagai belahan dunia, khususnya Indonesia. Salah satu contoh tekanan akibat pandemi Covid-19 di Indonesia yang paling terlihat adalah dari aspek pertumbuhan ekonomi, yang mana Indonesia mengalami pertumbuhan ekonomi -2% pada tahun 2020 dan pertumbuhan tersebut merupakan pertumbuhan terendah selama 20 tahun terakhir. Belum lagi ditambah dengan adanya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) yang mengharuskan masyarakat yang tidak berkepentingan diluar untuk tetap dirumah saja atau bahasa kerennya adalah *stay at home*.

Gerakan tersebut disatu sisi berdampak positif karena dengan adanya gerakan *stay at home*, penyebaran virus Covid-19 dapat diminimalisir dan persentase orang yang terkonfirmasi positif Covid-19 pun mengalami penurunan. Namun gerakan tersebut disisi lain memberikan dampak negatif bagi pelaku usaha salah satu contohnya adalah pada perusahaan. Banyak sekali perusahaan yang pada akhirnya tidak mampu membayar pegawai-pegawainya akibat dari kegiatan operasional perusahaan yang terhambat dan pendapatan perusahaan yang mengalami penurunan akibat dari pandemi Covid-19. Bahkan tak jarang perusahaan-perusahaan dalam masa yang menyedihkan ini melakukan pemangkasan terhadap jam kerja pegawai, merumahkan pegawainya, hingga melakukan pemutusan hubungan kerja (PHK) dengan tujuan untuk efisiensi.

Adanya pandemi Covid-19 membuat semua orang dari berbagai kalangan harus bisa beradaptasi dengan cepat khususnya pada teknologi. Hal tersebut dibuktikan dengan munculnya budaya kerja baru yaitu bekerja dari rumah yang sering disebut dengan *work from home* (WFH). WFH merupakan sebuah alternatif bagi para pekerja baik yang



berjiwa muda ataupun yang sudah berumur untuk tetap dapat bekerja dan melaksanakan tanggung jawabnya secara online di tengah-tengah terlaksananya kegiatan PSBB dan PPKM guna mengurangi penyebaran virus Covid-19. Adanya WFH ini sebetulnya juga menimbulkan pro dan kontra. Keuntungan dari WFH untuk perusahaan bisa meminimalkan biaya operasionalnya dan untuk pekerja sendiri mereka bisa bekerja dengan lebih fleksibel bahkan bisa menjadi lebih dekat dengan keluarga bila bekerjanya dari rumah. Sedangkan jika dilihat dari sisi kekurangan WFH sendiri contohnya adalah biaya operasional rumah meningkat, monitoring yang sulit, lebih banyak gangguan kerja, dan tidak semua pekerjaan bisa dilakukan di atau dari rumah.

Tidak dapat dipungkiri bahwa para pekerja sebenarnya “dipaksa” untuk bisa melaksanakan perubahan dalam cara kerja di era pandemi Covid-19 ini. Akuntan yang merupakan bagian dari pekerja juga “dipaksa” untuk melakukan perubahan terhadap cara kerja yang telah dilakukan selama sekian tahun lamanya. Pemeriksaan dan koordinasi yang selalu dilakukan oleh akuntan secara langsung atau *on the spot* seketika harus berubah dan dapat dikatakan menjadi sesuatu yang sulit karena sebagian besar pekerjaan harus dilakukan dari jarak jauh dengan bantuan dari teknologi. Hal tersebut membuat akuntan jaman *now* tidak bisa hanya sekedar memiliki kemampuan untuk meneliti, menghitung dan mencatat angka, melainkan terdapat tuntutan bagi para akuntan untuk memiliki penguasaan yang baik terhadap teknologi.

Teknologi yang terus menerus berkembang dan menjadi semakin canggih juga memberikan tantangan lain bagi para akuntan dan dapat mengancam keberlangsungan profesi akuntan. Bagaimana bisa? Kita perlu mengingat bahwa tugas akuntan dalam suatu perusahaan seringkali berfokus pada manajemen transaksi dalam akuntansi keuangan, di mana peran akuntan hanyalah sebatas melakukan pelaporan dan memastikan kepatuhan perusahaan secara berkala. Bisa dibilang apa yang dikerjakan oleh para akuntan dalam hal akuntansi manajemen dan optimalisasi biaya, serta pelaporan terkait peraturan dan kepatuhan merupakan kegiatan yang berulang dan sangat mudah untuk tergantikan. Teknologi semakin lama dapat semakin menggerus profesi akuntan karena akuntan akan lebih condong “*controlled*” dibandingkan menjadi “*controller*” atas perubahan yang ada, dan hal tersebut merupakan masalah yang bisa dikatakan utama dan terutama bagi akuntan dalam era pandemi Covid-19 ini. Belum lagi posisi akuntan biasanya tidak lebih dari sekedar “alat hitung” saja.

Di era pandemi Covid-19 yang mana juga era serba digital seperti sekarang ini pembahasan mengenai robot yang dapat menggantikan beberapa pekerjaan manusia sangat sering digembar-gemborkan. Robot



tersebut berasal dari teknologi kecerdasan artifisial (*artificial intelligence* – AI), dimana AI menggunakan *Robotic Process Automation* (RPA). Dimana robot tersebut nantinya akan dapat melakukan tugas-tugas yang “berulang” yang biasanya dilakukan oleh manusia, tak terkecuali akuntan. Apa yang akan dilakukan robot tersebut nantinya tidak lagi memerlukan campur tangan dari manusia dikarenakan adanya otomatisasi oleh teknologi, yang mana juga menghasilkan kinerja yang lebih efisien dan akurat dibandingkan manusia. Kemunculan robot tersebut menjadi sebuah ancaman besar bagi keberlangsungan profesi akuntan, dimana akuntan biasanya tidak lebih dari sekedar alat hitung. Terlebih dalam situasi pandemi yang memperburuk kondisi ekonomi dan mengakibatkan banyak perusahaan merumahkan pekerja demi “efisiensi biaya”.

Tak berhenti ditantangan dalam teknologi saja, akuntan pada jaman *now* juga diekspektasikan untuk mengambil peran baru sebagai rekan dan penasihat bisnis bagi perusahaan. Digitalisasi mendorong akuntan untuk tidak sekedar melakukan pekerjaan “balik layar” melainkan juga berperan sebagai penasihat bisnis utama bagi perusahaan. Hal ini dikarenakan akuntan di masa kini memiliki keistimewaan untuk mengakses data dan analisis yang relevan dan berperan krusial dalam perusahaan, yang mana dapat digunakan oleh akuntan untuk memberikan dukungan dan analisis yang “tepat waktu” serta memberikan pandangannya dalam proses pembentukan keputusan. Kedepannya, fungsi akuntan sebagai rekan dan penasihat bisnis bagi perusahaan dapat meningkat dikarenakan akuntan telah terbiasa dengan teknologi, data, dan analisis guna menginterpretasikan serta mengkomunikasikan data tersebut secara jelas kepada pengguna eksternal dalam proses pembentukan keputusan.

Adanya tantangan dari teknologi dan tantangan untuk memiliki peran “baru” membuat akuntan perlu memiliki keahlian-keahlian penting agar tidak kalah saing, tidak tertinggal perkembangan zaman, tidak tergantikan dengan yang namanya robot, dan yang tidak kalah penting untuk dapat mempertahankan diri dari eliminasi yang disebabkan oleh efisiensi terlebih di era pandemi Covid-19. Apa saja sebenarnya keahlian-keahlian tersebut?

1. Kemampuan dalam hal teknologi

Dalam hal teknologi, para akuntan diharapkan untuk dapat menonjolkan kemampuannya dalam hal teknologi informasi dan digital serta informasi manajemen terkait analisis statistik dan pengumpulan data. Kemampuan ini diekspektasikan nantinya dapat memberikan keuntungan kepada perusahaan. Dengan adanya kemampuan akuntan dalam mengoperasikan program pemrosesan transaksi data, visualisasi data, dan Excel



memungkinkan akuntan berinovasi secara lebih baik dengan bantuan teknologi, serta membuat akuntan dapat menghasilkan kinerja yang lebih efektif dan efisien. Tak hanya itu saja, nantinya kemampuan akuntan untuk mengolah data dengan memanfaatkan teknologi dan informasi yang ada dipercaya dapat menghasilkan analisis yang lebih berkualitas, tepat waktu, prediktif, serta menyorot keterkaitan antara kinerja keuangan dan non-keuangan perusahaan.

2. Kemampuan untuk melakukan manajemen risiko

Akibat dari perubahan ekonomi yang sangat cepat menyebabkan meningkatnya risiko pada lingkungan bisnis menyebabkan akuntan perlu memiliki kemampuan untuk memanajemen risiko guna melindungi perusahaan.

3. Memiliki pola pikir strategis

Akuntan di masa yang akan datang diharapkan untuk mampu mengolah sekian banyak data yang ada secara efisien sekaligus menilai seberapa besar data tersebut dapat dipercayai, digunakan, dan relevan dalam keterkaitannya dengan berbagai bisnis yang ada. Kemampuan ini diharapkan dapat membantu akuntan untuk mengetahui data seperti apa yang mereka butuhkan ketika seorang akuntan menilai berbagai bisnis yang berbeda sekaligus menemukan solusi yang tepat guna membantu perusahaan mencapai tujuannya. Oleh sebab itu, akuntan perlu memiliki pola pikir kritis untuk melakukan identifikasi terhadap jenis dan kriteria bisnis yang ada sekaligus tolok ukur yang diperlukan, sekaligus menguasai statistik untuk menganalisis hubungan dan prediksi yang tepat dari setiap data yang ada

Dari seluruh kemampuan yang diperlukan guna mengatasi tantangan yang ada, keahlian teknologi merupakan tuntutan terpenting yang perlu dipenuhi oleh akuntan. Terlepas dari kemampuan akuntan untuk berpikir secara strategis, ketidakmampuan akuntan dalam menggunakan komputer dan memanfaatkan perangkat lunak dapat menghambat kinerja akuntan. Hal ini dikarenakan seorang akuntan membutuhkan data pendukung untuk melakukan pekerjaannya, yang mana data-data tersebut disediakan dalam bentuk digital sehingga keahlian teknologi merupakan suatu kewajiban bagi akuntan di era digitalisasi.

Selain itu, di masa pandemi yang penuh ketidakpastian dan risiko, kemampuan akuntan dalam menganalisis tren yang terjadi serta



menemukan potensi risiko dalam perusahaan merupakan salah satu hal yang krusial. Pengetahuan akuntan mengenai teknologi membuat proses penilaian risiko dalam perusahaan menjadi lebih menyeluruh, mengingat akuntan tidak hanya menilai lingkungan bisnis perusahaan melainkan juga menilai kualitas teknologi yang ada sehingga hasil penilaian risiko yang dilakukan menjadi lebih menyeluruh. Situasinya tentu akan berbeda apabila akuntan tidak memiliki pemahaman teknologi yang cukup, yang mana akuntan bisa saja tidak menyadari adanya risiko tidak langsung dari sisi teknologi yang dapat membahayakan perusahaan. Oleh sebab itu, kemampuan akuntan dalam memanfaatkan teknologi guna menghasilkan analisis yang lebih komprehensif menjadi salah satu keharusan di masa kini.

Akuntan di era Pandemi Covid-19 ini juga di ekspektasikan untuk memberikan *added value* yang membuat mereka bisa mengalahkan “teknologi” maupun pesaing-pesaing mereka dengan memberi keuntungan “lebih” bagi perusahaan. Dengan ketiga keahlian seperti memiliki Pola Pikir Strategis, Manajemen Risiko, dan Kemampuan Teknologi, yang memungkinkan mereka hadir di dalam organisasi lebih dari sekedar “alat hitung” membuat para akuntan akhirnya memiliki senjata untuk menunjukkan bahwa “Saya ada disini, dan Anda membutuhkan saya untuk berkembang”. Kemudian jika para akuntan bisa memanfaatkan teknologi yang menggerus profesi mereka dengan baik, maka para akuntan dapat menjadi “*controller*” dibandingkan menjadi “*controlled*” atas perubahan-perubahan yang terjadi. Tak hanya itu saja, para akuntan juga dapat memperbesar peluang dalam meraih posisi yang lebih menjanjikan , lebih dari sekedar “alat hitung”.



PEMBENTUKAN KARAKTER AKUNTAN MELALUI PEMBELAJARAN DARING

Stephana Dyah Ayu Ratnaningsih

Dosen Prodi Akuntansi
FEB Unika Soegijapranata

Profesi akuntan saat ini merupakan salah satu profesi yang masih dibutuhkan saat ini. Profesi ini mengalami beberapa tekanan karena beberapa tokoh menyatakan bahwa profesi ini akan hilang karena tergantikan oleh sistem. Perkembangan berbagai aplikasi dan software digital yang mampu membantu menyusun laporan keuangan dianggap akan mampu menggantikan peran seorang akuntan. Namun sebenarnya pernyataan bahwa teknologi digital akan mampu menggantikan akuntan tidak sepenuhnya benar. Hal ini disebabkan karena seorang akuntan tidak hanya menjalankan fungsi administrative akuntansi seperti menjurnal dan menyusun laporan keuangan dalam sebuah organisasi. Akuntan justru berperan penting dalam memverifikasi keakuratan transaksi yang ada. Akuntan juga berperan dalam menganalisis laporan keuangan agar dapat dipergunakan oleh para pengambil keputusan. Tuntutan adanya *good corporate governance* dalam dunia bisnis menyebabkan profesi akuntan menjadi penting. Seiring dengan tuntutan jaman dan kemajuan teknologi terjadi berbagai spesialisasi perkembangan profesi akuntan seperti internal auditor, akuntan publik, analis sistem, jasa penilai dan sebagainya. Pada peran – peran inilah akuntan memiliki misi penting sebagai penjaga adanya tatakelola yang baik dalam bisnis. Peran akuntan menjaga *public trust* inilah yang kemudian menjadikan pentingnya karakter akuntan yang baik. Pembentukan karakter yang sesuai dengan tuntutan Ikatan Profesi menjadi hal yang penting. Pembentukan karakter sesuai ikatan profesi ini merupakan tantangan bagi pendidikan tinggi.

Perguruan tinggi baik universitas maupun sekolah vokasi memiliki peran besar dalam membentuk karakter mahasiswa agar dapat sesuai dengan kebutuhan di dunia kerja. Proses pendidikan tinggi merupakan tahap akhir sekolah, yang berarti menjadi jembatan penghubung proses pendidikan dengan penerimaan di dalam masyarakat. Oleh karena itu pendidikan tinggi membantu mahasiswa yang telah mengalam segala proses pendidikan dari usia dini hingga dewasa agar dapat sesuai dengan kebutuhan di masyarakat dan dunia kerja. Tantangannya tidak mudah, karena hal ini berarti pendidikan tinggi ikut bertanggungjawab



tidak hanya untuk memberikan kompetensi yang memadai namun juga menyesuaikan karakter individu agar sesuai kebutuhan dunia kerja.

Mahasiswa yang belajar pada sebuah perguruan tinggi sebelumnya sudah memiliki karakter yang dibawa dari latar belakang lingkungan sekolah sebelumnya, lingkungan keluarga dan lingkungan masyarakat. Tingginya variasi input ini membuat proses pembentukan karakter menjadi hal yang diperhatikan metodenya. Pembentukan karakter tersebut umumnya tidak hanya ada pada proses belajar mengajar di kelas saja namun juga pada pembentukan suasana akademik yang mendukung pembentukan karakter tersebut pada kegiatan mahasiswa. Pada proses pendidikan tinggi karakter mahasiswa banyak dapat terasah dalam kegiatan – kegiatan kemahasiswaan seperti pelatihan, seminar, perlombaan, keikutsertaan dalam organisasi kemahasiswaan, kegiatan pengabdian kepada masyarakat dan banyak kegiatan lainnya. Akan tetapi hal tersebut menjadi sulit dilakukan selama masa pandemi Covid-19 ini.

Perubahan sistem dari model *offline* menjadi daring sudah cukup memakan energi. Pembelajaran online yang pada awalnya hanya diberlakukan hanya 2 minggu di pertengahan bulan Maret 2020, ternyata terus diperpanjang hingga hari ini, ketika tulisan ini dibuat. Perubahan sistem pengajaran *offline* menjadi daring cukup menimbulkan kegaduhan bagi institusi Pendidikan, tenaga pengajar, mahasiswa dan orang tua. Permasalahan sosial dan ekonomi akibat dampak pandemic mewarnai proses perubahan belajar mengajar. Sebagian besar fokus adalah pada perubahan pengajaran. Kegiatan – kegiatan kemahasiswaan yang diharapkan dapat menjadi salah satu bentuk pembentuk karakter tersebut menjadi sangat terbatas. Interaksi antar individu dalam kegiatan berorganisasi, pengabdian kepada masyarakat yang nantinya akan sangat berpengaruh pada pembentukan kepribadian seseorang juga nyaris tidak ada. Padahal di dunia kerja karakter atau kepribadian yang sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh ikatan profesi masih menjadi sebuah tuntutan yang harus dipenuhi.

Oleh karena itu tantangan terbesar bagi setiap pengajar saat ini adalah bagaimana menjadikan ruang kelas pembelajaran daring menjadi efektif. Pengefektifan kelas daring tidak hanya sekedar sebagai metode transfer knowledge saja. Kelas daring diharapkan juga mampu membentuk karakter personal sesuai dengan kebutuhan dunia kerja. Pertanyaan besarnya apakah mungkin menjadikan ruang kelas pembelajaran daring sebagai sarana pembentuk karakter? Pertanyaan ini muncul karena pembelajaran daring di ruang kelas memiliki keterbatasan waktu dan adanya tuntutan pencapaian kompetensi yang disyaratkan, tulisan ini akan membahas lebih lanjut tentang refleksi pembelajaran pandemi yang



selama ini dilakukan, tuntutan ikatan profesi saat ini dan alternatif model pendidikan karakter. Tulisan ini akan memfokuskan pembentukan karakter pada profesi akuntan di Indonesia.

Pendidikan Vs Pengajaran

Pandemi Covid-19 memaksa perubahan drastis sistem pembelajaran di seluruh dunia. Di Indonesia proses belajar mengajar yang semula dilakukan di ruang – ruang kelas harus dipindahkan ke ruang – ruang virtual. Tidak semua siap dengan perubahan ini. Pada bulan – bulan pertama setiap institusi pendidikan berjuang menyiapkan sistem pengajaran yang diterapkan dan fasilitas pendukung yang dibutuhkan. Tenaga pengajar dipaksa untuk merubah cara pembelajarannya. Cara penyampaian materi, cara memberikan penugasan dan cara penilaian harus dimodifikasi agar sesuai dengan fasilitas yang ada.

Kehebohan dalam melakukan adaptasi ini membuat sebagian besar pengajar hanya fokus pada pengajaran. Aspek medidik sering diabaikan oleh pengajaran. Hal ini terjadi karena sebagian besar masyarakat kita menyikapi pandemi sebagai sebagai proses sementara. Proses pembelajaran online yang dianggap sebagai proses sementara membuat strategi pengajaran cenderung bersifat jangka pendek. Sudut pandang ini menyebabkan pengajar hanya menyiapkan strategi pengajaran jangka pendek. Proses pengajaran berfokus pada transfer knowledge terkait dengan materi yang disampaikan. Pemikiran bagaimana membangun sistem pengajaran yang berfokus pada pembentukan karakter merupakan strategi jangka panjang tampaknya masih belum menjadi fokus. Setelah berjalan lebih dari satu tahun, kondisi pandemic Covid-19 ini seharusnya tidak lagi dipandang sebagai sesuatu yang sementara. Seharusnya pendidik harus beradaptasi dengan kondisi ini dan menciptakan masa new-normal.

Dalam sudut pandang new-normal, kita memandang bahwa perubahan yang terjadi mungkin akan berlangsung selamanya. Oleh karena itu kita tidak boleh lagi mengabaikan strategi proses pendidikan. Pengajar pada perguruan tinggi harus menyadari bahwa proses Pendidikan tentu tidak sama dengan sekedar proses pengajaran. Proses Pendidikan adalah tanggungjawab kita untuk mendidik mahasiswa agar menjadi manusia yang memiliki akhlak yang baik. Oleh karena itu sangat perlu dibentuk sistem Pendidikan dalam proses belajar mengajar untuk mengasah karakter yang baik, sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Karakter yang dibutuhkan

Karakter akuntan yang dibutuhkan terutama dalam hal pemenuhan standar etika profesi akuntan. Standar etik akuntan ditetapkan berdasarkan Kode Etik Profesi Akuntan Publik yang ditetapkan oleh IAPI



(Institut Akuntan Publik Indonesia). Kode etik yang ditetapkan ini terus mengalami penyesuaian seiring dengan tuntutan kebutuhan masyarakat. Bahkan di masa pandemic seperti ini ikatan profesi akuntan ini tidak mengalami stagnasi dalam perkembangannya. Ikatan profesi akuntan ini tetap berusaha untuk tetap melakukan pembaharuan – pembaharuan yang diperlukan untuk mendukung peningkatan kualitas akuntan di Indonesia. Hal ini terlihat dari adanya pembaharuan - pembaharuan dalam kode etik yang ditetapkan.

Pembaharuan kode etik yang terbaru saat tulisan ini dibuat adalah Kode Etik Profesi Akuntan Publik (KEPAP) tahun 2020 yang menggantikan KEPAP 2019. Sebagian ketentuan kode etik terbaru tersebut berlaku mulai 1 Juli 2020. Pada Januari 2021 kecuali untuk bagian 4A seksi 540, semua kode etik yang lain berlaku efektif. Kode etik bagian 4A Seksi 540 ini akan berlaku efektif untuk audit dan review keuangan yang dimulai pada atau setelah 1 Januari 2021 (IAPI, 2000). Perbedaan kode etik 2020 dengan kode etik 2019 selain terletak pada susunannya, ada beberapa penambahan pengaturan khusus yang terkait dengan independensi. Dalam standar audit yang baru ini juga dilakukan penekanan terhadap *noclar*. *Noclar (Non Compliance with Laws and Regulations)* merupakan suatu ketentuan bagi CPA dan akuntan publik untuk mengkomunikasikan ketidakpatuhan klien terhadap peraturan perundang undangan kepada pihak – pihak yang berkepentingan dan regulator. KEPAP 2020 juga dilengkapi dengan *Close-Off Document*. *Close-Off Document* ini merupakan penjelasan mengenai transisi periode jeda dalam pemberlakuan KEPAP 2020. Kode etik yang ditetapkan IAPI ini tidak hanya mengatur mengenai kode etik yang harus dipatuhi seorang akuntan publik yang membuka Kantor Akuntan Publik (KAP). Kode etik ini juga mengatur prinsip etika bagi para akuntan yang bekerja di bisnis. Jadi kode etik ini merupakan kode etik yang harus dimiliki oleh seorang akuntan.

Pembaharuan – pembaharuan yang cepat dilakukan oleh ikatan profesi dalam hal ketentuan kode etik ini, menunjukkan bahwa ikatan profesi menganggap penting penerapan kode etik. Pentingnya kode etik bagi seorang akuntan adalah untuk menjaga kepercayaan publik kepada dirinya. Kepercayaan publik tersebut terbentuk dari sikap akuntan dalam menjalankan prinsip dasar etika yang ditetapkan oleh ikatan akuntan publik. Ada lima prinsip dasar etika yang diatur dalam KEPAP 2020 yaitu integritas, obyektivitas, kompetensi dan kehati-hatian profesional, kerahasiaan dan perilaku profesional. KEPAP 2020 menjabarkan kelima prinsip dasar etika tersebut dalam penjelasan berikut ini (IAPI,2021):
1)Integritas merupakan prinsip yang mengharuskan seorang akuntan bersifat lugas dan jujur dalam hubungan profesional maupun bisnis. 2) **Obyektivitas** mengatur anggota agar tidak melakukan kompromi dalam



pertimbangan professional bisnis yang dilakukan ketika ada bias, benturan kepentingan ataupun adanya pengaruh yang tidak semestinya dari pihak lain. 3) **Kompetensi dan kehati – hatian**. Konsep ini mensyaratkan anggota untuk mencapai dan mempertahankan pengetahuan dan keahlian professional yang disyaratkan dalam pekerjaan. Selain itu, mereka juga harus bertindak sesuai standar professional maupun teknis. KEPAP juga menjelaskan bahwa kepatuhan terhadap prinsip ini di dalamnya termasuk memastikan bahwa anggota juga harus melakukan supervisi kepada mereka yang bekerja di bawah pengawasannya. 4) **Kerahasiaan**. Prinsip etika ini menyatakan bahwa seorang akuntan harus menjaga kerahasiaan informasi yang didapat dari hubungan professional dan bisnis. 5) **Perilaku professional** merupakan konsep etis yang mensyaratkan anggota agar selalu mematuhi peraturan yang berlaku. Kelima prinsip ini menunjukkan bahwa ada karakter tertentu yang harus dimiliki oleh seorang akuntan seperti kejujuran, tidak melakukan kompromi, selalu berusaha mengupdate pengetahuan dan keahlian yang dimilikinya, mau menjaga rahasia dan patuh pada peraturan agar dapat menjalankan prinsip dasar etika sesuai KEPAP yang ditetapkan oleh ikatan profesi.

Berdasarkan penjabaran sebelumnya, terlihat bahwa kesesuaian perilaku dengan profesi standar etika merupakan kerangka karakter yang harus dibentuk. Penguasaan etika profesi untuk menjaga public trust ini tidak hanya dalam level pemahaman saja. Workshop/ PPL Etika merupakan salah satu PPL tersruktur yang penting diikuti oleh semua akuntan yang tergabung dalam Ikatan Profesi Akuntansi. Setiap tiga tahun sekali, seorang akuntan, baik itu akuntan manajemen, akuntanpendidik, akuntan public, ataupun bidang profesi akuntan lainnya memiliki kewajiban mengikuti workshop/PPL yang diselenggarakan ikatan profesi. Kegiatan itu dimaksudkan untuk mengupdate pengetahuan para akuntan mengenai standar akuntansi yang terkini. Kegiatan tersebut sekaligus diharapkan agar dapat memelihara kesadaran sikap etis bagi seorang akuntan dari waktu ke waktu. Ikatan profesi sangat memperhatikan hal ini demi menjaga profesionalisme para akuntan yang bernaung dibawah ikatan profesi ini di mata publik. Meskipun demikian, ikatan profesi tidak memiliki kewenangan untuk membentuk calon – calon akuntan yang masih belajar. Di sinilah perguruan tinggi memiliki peran penting dalam pembentukan karakter bagi para calon – calon akuntan. Adanya perkembangan pada sejarah profesi akuntan ini seiring perkembangan pendidikan akuntansi. Pada awalnya fokus pembelajaran lebih ditekankan pada peningkatan keilmuan. Namun kemudian, banyak kasus – kasus kecurangan yang melibatkan para akuntan menyebabkan pergeseran materi pendidikan akuntansi. Pendidikan akuntansi, tidak lagi



hanya memfokuskan pada keilmuan akuntansi saja, pendidikan etika menjadi bagian yang tidak terpisahkan.

Metode Pembentukan Karakter

Pembentukan karakter yang sesuai standar etis ini dimulai dari perguruan tinggi. Pendidikan etika yang memadai bagi para mahasiswa yang nantinya akan membentuk karakter mahasiswa ketika memasuki dunia kerja dimasa yang akan datang. Mahasiswa akuntansi merupakan para calon akuntan di masa yang akan datang. Landasan yang kuat mengenai etika pada calon – calon akuntan ini menjadi dasar terbentuknya akuntan yang berkarakter di masa yang akan datang. Mahasiswa tidak hanya diajarkan untuk mengetahui dan memahami standar etika, namun juga harus dibentuk sikapnya agar sejalan dengan standar etika tersebut. Oleh karena itu Pendidikan etika sebagai sarana pembentukan karakter bagi para calon akuntan merupakan sebuah keharusan, Meskipun demikian perguruan tinggi sekali lagi dibenturkan pada keterbatasan interaksi dengan mahasiswa karena model pembelajaran daring. Sehingga mau tidak mau model pembentukan karakter ini sebaiknya masuk dalam sistem dan proses pembelajaran.

Salah satu metode yang dapat digunakan adalah dengan melakukan pembahasan kasus – kasus etika yang mungkin terjadi dalam setiap materi. Dari model pembahasan kasus etika yang dapat terjadi, mahasiswa diajak untuk jeli dalam melihat celah dari aturan. Mahasiswa juga diajak untuk mengenali peluang kecurangan yang mungkin dapat terjadi. Mahasiswa juga diajak untuk berpikir bagaimana proses rasionalisasi atau pembenaran yang sering digunakan oleh para pelaku fraud dan bagaimana sikap yang benar ketika menghadapi masalah tersebut. Model pembelajaran ini diharapkan akan mampu mengasah karakter tidak mau berkompromi terhadap permasalahan etis. Metode ini diharapkan juga akan mampu mengasah kemampuan berpikir dan mengembangkan karakter untuk selalu mengupdate pengetahuan dan keahlian yang dimilikinya.

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, salah satu seorang akuntan harus memiliki kejujuran dan patuh pada peraturan. Penekanan aspek ini dapat dilakukan dengan menerapkan aturan akademik yang tidak mentolerir kecurangan dalam penugasan. Salah satu peraturan yang bisa dijalankan adalah memberi nilai E pada mahasiswa yang curang. Model pemberian punishment nilai E ini dapat menjadi salah satu alternatif yang tetap digunakan dalam pembelajaran daring. Penggunaan pengawas dalam ujian cukup efektif mencegah kecurangan ketika kondisi pembelajaran adalah *offline*. Namun menjadi sulit dilakukan pada model pembelajaran daring. Oleh karena itu hal ini bisa disiasati dengan menerapkan penugasan yang bersifat individual, dan melakukan



pengecekan plagiarisme terhadap tugas tersebut. Metode lain adalah dengan melakukan *setting* pembelajaran yang membatasi pengerjaan tugas dengan satu akun tertentu, satu kesempatan pengerjaan dan pembahasan atau pemberian jawaban yang benar dilakukan pada minggu/pertemuan berikutnya. Minimnya kesempatan pengerjaan, dan adanya ketidakpastian jawaban yang benar, akan meminimalisir keinginan untuk berbuat curang. Model ini diharapkan akan membentuk sikap jujur dan patuh pada peraturan dalam bertindak.

Karakter lain yang dibutuhkan adalah adanya sikap untuk selalu berusaha mengupdate pengetahuan dan keahlian yang dimilikinya. Sikap ini bisa dibentuk dalam sistem pengajaran dengan menggunakan model pengajaran *cooperative learning*. Pada model *cooperative learning* mahasiswa berada dalam satu kelompok untuk berdiskusi dalam pengerjaan tugas. Pada masa keterbukaan informasi penugasan yang diberikan sebaiknya penugasan yang menuntut mereka untuk melakukan eksplorasi sendiri pada sumber – sumber informasi yang ada. Jadi saat ini bukan masa model dosen memberikan semua materi pengajaran kepada mahasiswa dan mahasiswa mempelajari materi tersebut. Namun mahasiswa ditantang untuk kreatif untuk melakukan pengayaan. Dengan model *cooperative learning* mereka akan saling berbagi informasi dalam tim yang ada.

Model pembelajaran *cooperative learning* ini dapat dikembangkan lebih lanjut agar sekaligus dapat membentuk karakter yang lain yaitu karakter menjaga rahasia. Pengembangannya adalah dengan melakukan kompetisi antar tim yang ada. Adanya unsur persaingan akan membuat anggota dalam sebuah tim akan berusaha melakukan yang terbaik. Mereka akan sangat menghindari hasil pekerjaan mereka dicontoh oleh tim yang lain. Pada model ini juga bisa ditambahkan mekanisme pengecekan plagiarisme, untuk memastikan setiap informasi dimiliki secara eksklusif oleh tiap kelompok. Dengan demikian diharapkan karakter yang diharapkan dapat terbentuk.

Selain model – model pembelajaran yang diterapkan diatas, tentu masih banyak metode pembelajaran lain yang bisa diterapkan. Hal ini akan terus menjadi tantangan bagi perguruan tinggi khususnya program studi – program studi akuntansi di Indonesia. Pembentukan karakter para calon akuntan ini merupakan pekerjaan rumah yang akan terus ada selama profesi akuntan masih berkembang di Indonesia. Dengan pembentukan karakter ini diharapkan akan dapat dibentuk kondisi tatakelola yang semakin baik di Indonesia.



RESET KEUANGAN PAROKI IMBAS COVID-19

Yusni Warastuti

Dosen Prodi Akuntansi
FEB Unika Soegijapranata

Pada 1 Juli 2021, akhirnya pemerintah memutuskan untuk menerapkan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) Darurat untuk Pulau Jawa dan Bali, karena masih tingginya kasus covid-19 di Indonesia. Kebijakan ini berlaku pada tanggal 3-20 Juli 2021. Pada 20 Juli 2021 pemerintah resmi memperpanjang PPKM Darurat sampai 25 Juli dan pada 26 Juli akan dilakukan pembukaan secara bertahap. Berdasarkan informasi yang tersaji pada laman <https://corona.jatengprov.go.id/> yang diunduh pada Minggu, 18 Juli 2021, kabupaten/kota di Jawa Tengah termasuk dalam kategori risiko kerawanan kabupaten/kota sedang dan tinggi berdasarkan indikator epidemiolog atau dengan kata lain kabupaten/kota yang ada di Jawa Tengah berada pada zona orange dan merah. Penentuan zona ini berdasarkan pada indikator dan telah dilakukan pembobotan. Data yang tersaji menggunakan data dari Dinas Kesehatan pada Sabtu, 17 Juli 2021 pukul 16.00 WIB.

Dalam aturan PPKM darurat tersebut salah satu aturannya yaitu tempat-tempat ibadah yakni masjid, mushala, gereja, pura, vihara, kelenteng, dan tempat umum lainnya yang difungsikan sebagai tempat ibadah ditutup sementara. Kondisi ini sama dengan saat awal pandemi pada bulan Maret 2020. Gereja sebagai salah satu tempat ibadah juga taat mengikuti peraturan tersebut. Tindak lanjut setiap kebijakan senantiasa dilaksanakan demi keselamatan dan kebaikan kita, keluarga, Gereja, dan masyarakat demi menghargai kehidupan yang dianugerahkan Tuhan bagi kita. Pengurus gereja, khususnya gereja katolik di Keuskupan Agung Semarang (KAS) untuk penanganan dampak covid-19 berada di bawah koordinasi gugus tugas penanganan dampak covid-19 KAS. KAS menaungi paroki-paroki di sebagian propinsi Jawa Tengah dan seluruh propinsi di Daerah Istimewa Yogyakarta. Paroki-paroki tersebut dikelompokkan berdasarkan wilayah kevikepan yang terdiri dari Kevikepan Semarang, Kevikepan Surakarta, Kevikepan Kedu, Kevikepan Yogyakarta Barat, dan Kevikepan Yogyakarta Timur.

Tulisan ini mencoba mendeskripsikan gambaran dampak secara finansial dari pandemi ini pada kondisi keuangan paroki dengan tetap mematuhi semua kebijakan untuk mencegah penyebaran virus covid-19. Penutupan



sementara gereja ini secara finansial berpengaruh langsung terhadap penerimaan sumbangan umat. Hal ini dikarenakan sebagian besar sumbangan umat sebagai persembahan sebelum masa pandemi diberikan secara langsung pada saat mengikuti misa. Gereja sebagai salah satu bentuk entitas yang berorientasi non laba, memiliki ciri yang berbeda dengan entitas yang berorientasi laba dalam memperoleh sumber daya yang dibutuhkan untuk melakukan berbagai aktivitas operasinya. Entitas berorientasi non laba memperoleh sumber daya dari pemberi sumber daya yang tidak mengharapkan pembayaran kembali atau manfaat ekonomik yang sebanding dengan jumlah sumber daya yang diberikan.

Teori legitimasi yang berfokus pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat menyatakan bahwa organisasi terus mencoba untuk memastikan bahwa mereka melakukan kegiatan sesuai dengan batasan dan norma-norma masyarakat (Deegan *et al.*, 2002). Berdasarkan teori legitimasi ini maka setiap entitas perlu untuk memberikan informasi kepada semua pihak mengenai kondisi entitas sebagai bentuk pertanggungjawaban; tidak terkecuali entitas berorientasi non laba. Bentuk pertanggungjawaban dapat dilakukan dengan menyediakan informasi keuangan yang bermanfaat bagi para pengguna laporan keuangan untuk mengambil keputusan. Agar informasi yang disajikan dapat berguna untuk pengambilan keputusan maka informasi tersebut harus relevan dan dapat mempresentasikan secara tepat apa yang direpresentasikan.

Interpretasi Standar Akuntansi Keuangan (ISAK) 35 mengatur tentang penyajian laporan keuangan entitas berorientasi non laba yang berlaku efektif untuk tahun buku per 1 Januari 2020, yang berarti bahwa PSAK 45 tidak berlaku lagi. Gereja sebagai salah satu bentuk entitas yang berorientasi non laba juga menjadi sasaran dari ISAK 35 yang hendaknya menyajikan laporan keuangan yang terdiri dari: laporan posisi keuangan, laporan penghasilan komprehensif, laporan perubahan aset neto, laporan arus kas, dan catatan atas laporan keuangan.

Dari awal masa pandemi Maret 2020 sampai dengan saat ini, berikut surat edaran yang telah dikeluarkan oleh KAS dan konsekuensinya terhadap kebijakan keuangan:

1. Nomor: 0338/A/X/20-15 tanggal 23 Maret 2020. Perayaan Ekaristi dilaksanakan secara *online*, maka juga tidak ada kolekte umat. Selama masa darurat peribadatan, sejak 20 Maret sampai dengan 30 April 2020 atau sampai dengan ada kebijakan baru, sebagai konsekuensinya paroki-paroki tidak mempunyai kewajiban mengirimkan Dana Solidaritas Paroki



(DSP) dan Kolekte Pelayan Gereja (KPG) pada bulan Maret dan April 2020.

2. Nomor: 0412/A/10/20-21 tanggal 26 April 2020 berisi tentang Perencanaan Strategis Menghadapi Pandemi COVID-19. Perpanjangan masa darurat ini membawa serta pada peniadaan atau penundaan kegiatan-kegiatan kegerejaan yang melibatkan banyak orang. Mengacu pada Surat Edaran no. 0338/A/X/20-15 tertanggal 23 Maret 2020 untuk memenuhi kebutuhan rutin paroki, umat dapat menyampaikan persembahan kepada paroki. Untuk menopang usaha penanggulangan pandemi COVID-19, paroki dapat memanfaatkan sumber dana yang ada, antara lain: 50% dana Aksi Puasa Pembangunan (APP) 2020, Danpamis (Dana Papa Miskin), sumbangan dan dana solidaritas, dan dana program kerja yang tidak terpakai (realokasi dana kegiatan yang dibatalkan atau ditunda).
3. Nomor 0451/A/X/20-24 tertanggal 25 Mei 2020 tentang perpanjangan masa darurat peribadatan. Mengacu kepada surat edaran keuskupan setempat Nomor: 0412/A/10/20-21.
4. Nomor 0490/A/X/2020-27, tanggal 10 Juni 2020 tentang **panduan perayaan liturgi dan peribadatan serta kegiatan pastoral lainnya dalam masa “new normal”**. Paroki harus **mendapatkan ijin bahwa tempat ibadahnya aman covid-19 dari ketua gugus tugas provinsi/kabupaten/kota/kecamatan sesuai tingkatan tempat ibadah. Umat yang boleh mengikuti misa untuk usia 10-70 tahun yang benar-benar sehat.**
5. Nomor: 0692/A/X/2021-25, tanggal 18 Juni 2021. Mengingat banyak daerah mengalami persebaran Covid-19 dengan sangat masif sehingga menjadi wilayah merah, maka para Rama Paroki bersama Dewan Pastoral Paroki diberi kewenangan untuk mengambil keputusan terbaik demi keselamatan umat dan masyarakat, termasuk menanggihkan dan meniadakan misa-misa dan acara-acara tatap muka (offline).
6. No 0799/A/X/2021-26 tanggal 2 Juli 2021 tentang Ketetapan untuk pelayanan pastoral dalam pelaksanaan PPKM Darurat Jawa-Bali tanggal 3-20 Juli 2021 sehingga misa *offline* ditiadakan.
7. No 0872/A/X/2021-27 tanggal 20 Juli 2021 tentang Ketetapan untuk pelayanan pastoral dalam pelaksanaan PPKM Darurat Jawa-Bali tanggal 21-25 Juli, perayaan Ekaristi secara *online*. Dalam surat edaran ini juga terdapat informasi mengenai keputusan yang bersifat tentatif untuk memperpanjang masa



peribadatan dan pelaksanaan kegiatan pastoral secara *online* sampai Minggu 15 Agustus 2021.

Selama masa pandemi mulai dari Maret 2020 sampai sekarang berdasarkan penyelenggaraan misa dapat dibagi menjadi Maret sampai dengan Juni 2020 semua *online* atau *livestreaming*; mulai Juni 2020 sampai paroki mendapatkan ijin aman dari gugus tugas misa masih *online*; bulan setelah mendapatkan ijin aman sampai dengan Juni 2021 paroki bisa menyelenggarakan misa *offline* hanya untuk umat yang memenuhi syarat. Pada periode Juni 2021 ini sudah ada beberapa paroki yang meniadakan misa *offline* karena adanya peningkatan kasus covid-19. Kemudian mulai Juli 2021 sampai kapan kita belum tahu, untuk saat ini kemungkinan sampai dengan 15 Agustus 2021, semua Perayaan Ekaristi dilangsungkan secara *online*.

Seperti yang telah diungkapkan sebelumnya bahwa Gereja sebagai salah satu entitas berorientasi non laba memperoleh sumber daya dari para donatur atau dalam hal ini umat paroki setempat atau umat lain, maka dengan dengan kebijakan meniadakan misa *offline* maka akan terjadi penurunan penerimaan paroki. Penurunan penerimaan ini bisa disebabkan karena faktor penerimaan umat sendiri mengalami penurunan karena pandemi dan juga belum/kurang adanya pemanfaatan teknologi dalam transaksi keuangan. Penurunan penerimaan umat selama masa pandemi ini merupakan hal yang wajar, apalagi tidak semua umat bekerja dengan penghasilan tetap setiap bulannya dan bahkan ada umat yang kehilangan pekerjaan. Pada periode "*new normal*" pun jumlah umat yang datang misa tidak bisa sama dengan sebelum masa pandemi karena dalam masa ini hanya umat yang memenuhi kriteria dan yang benar-benar sehat yang datang ke gereja.

Dalam surat edaran KAS selama pandemi dapat memberikan sumbangan kepada paroki melalui transfer atau *QR Code*, namun tidak akan banyak membantu ketika umat belum menggunakan fasilitas-fasilitas transaksi perbankan secara *online* atau menggunakan fasilitas *e-wallet* atau bahkan umat sama sekali belum menggunakan jasa perbankan untuk transaksi keuangannya. Ketika umat sebuah paroki sudah terbiasa dengan menggunakan fasilitas perbankan seperti *e-banking* atau *mobile banking* bisa jadi tidak akan mengalami penurunan yang berarti. Hal ini dikarenakan umat tidak perlu pergi ke anjungan tunai mandiri atau ke kantor kas bank untuk memberikan sumbangan ke paroki. Umat yang memanfaatkan *e-wallet* misalnya OVO, Gopay, DANA, LinkAja akan lebih mudah lagi karena dengan melakukan scan *QR Code* yang tersedia maka akan segera dapat memberikan sumbangan. Teknologi informasi sudah memberikan kemudahan tetapi belum tentu sudah dimanfaatkan oleh seluruh umat, apalagi sebaran umat di masing-



masing paroki sangat beragam. Paroki dengan umat yang telah memanfaatkan *e-banking*, *mobile banking*, dan *e-wallet* dan juga aktif memberikan kontribusi maka bisa jadi kondisi tidak ada misa *offline* tidak akan berpengaruh terhadap penerimannya; tetapi untuk paroki yang tidak dalam kondisi demikian akan sangat besar penurunan penerimaannya. Pada kondisi sebelum terjadi peningkatan kasus covid-19 seperti akhir-akhir ini, umat masih bisa menitipkan sumbangan melalui pengurus lingkungan tetapi ketika banyak umat yang terpapar maka cara ini pun tidak lagi dilakukan.

KAS memberikan kelonggaran kepada paroki untuk periode Maret – Desember 2020 tidak perlu menyetorkan DSP ke KAS sehingga dana yang ada dapat digunakan untuk menambah pemasukan paroki. Selain itu juga paroki dapat mengalihkan dana-dana yang bisa ditangguhkan untuk kepentingan operasional paroki. Para pengurus gereja di tingkat paroki dapat melakukan analisis data dari laporan keuangan paroki yang ada untuk dapat mengambil kebijakan-kebijakan khusus selama masa pandemi. Laporan keuangan yang tersaji secara tepat waktu dapat membantu para pengurus untuk mengambil keputusan dengan lebih baik.

Laporan posisi keuangan memberikan informasi mengenai aset, liabilitas, dan aset bersih yang dimiliki paroki sehingga dapat menilai keberlanjutan, likuiditas, fleksibilitas keuangan, dan kemampuan memenuhi kewajiban. Berdasarkan laporan posisi keuangan ini para pengurus gereja dapat mempertimbangkan dan memutuskan akan melakukan kegiatan apa saja yang sesuai dengan kemampuan finansial paroki. Kegiatan-kegiatan tersebut juga harus mempertimbangkan adanya aktivitas operasional rutin, misalnya untuk pembayaran gaji karyawan, listrik, air, perawatan aset tetap dan juga program-program yang sudah direncanakan. Untuk mengevaluasi jumlah surplus atau defisit yang dialami paroki dalam satu periode dapat dilihat dari laporan penghasilan komprehensif atau yang biasa disebut sebagai laporan aktivitas. Laporan ini terdiri dari dua komponen yaitu penerimaan dan pengeluaran, sehingga untuk proses evaluasi kedua komponen ini perlu diperhatikan.

Dalam kondisi pandemi ini informasi dari laporan aktivitas dan posisi keuangan dikombinasikan untuk menentukan langkah penanganan terhadap umat yang terdampak covid-19. Untuk pengelolaan keuangan paroki, pengurus gereja dapat melakukan *reset* pengalokasian dana yang dimiliki paroki untuk membantu umat atau masyarakat yang terdampak. Alternatif tindakan yang dapat dilakukan selama pandemi untuk aktivitas yang bersifat rutin dan program, mengalihkan kegiatan yang bersifat *offline* menjadi kegiatan *online* dengan memberikan fasilitas aplikasi



pertemuan secara *online*. Dengan pertemuan dilakukan secara daring (dalam jaringan) maka akan ada komponen biaya yang dapat dihemat, misalnya biaya konsumsi pertemuan. Alokasi dana yang tidak terpakai ini bisa dialihkan untuk kegiatan lainnya. Untuk jenis kegiatan yang benar-benar tidak bisa dialihkan secara daring maka pengurus gereja dapat memutuskan untuk ditunda atau jika kemungkinan besar tidak dapat dijalankan maka dibatalkan. Untuk kegiatan yang belum direncanakan tetapi sifatnya *urgent* untuk dilaksanakan misalnya pemberian bantuan bagi keluarga yang terdampak covid-19 melalui rapat pengurus dapat diputuskan untuk dilaksanakan dengan menggunakan dana dari pengalihan kegiatan lain yang dibatalkan atau dengan menggunakan cadangan dana yang dimiliki oleh paroki.

Untuk aktivitas investasi seperti pembangunan atau pembelian aset tetap, hendaknya melihat pada kemampuan pendanaan paroki. Jika masih ada dana yang tersedia, perlu untuk mengkaji ulang kemampuan pendanaan untuk pembangunan atau pembelian aset tetap. Jika aktivitas operasional paroki terpenuhi dan masih memiliki dana untuk aktivitas investasi maka program pembangunan atau pembelian aset tetap dapat dilakukan; tetapi jika dana pembangunan dialokasikan untuk mendanai kegiatan operasional paroki maka jika dimungkinkan dilakukan penundaan pembangunan atau pembelian aset tetap. Untuk kegiatan pembangunan bangunan memang sedikit berbeda dengan pembelian aset tetap, pembangunan jika melibatkan pihak ketiga akan terikat dengan kontrak pengerjaan yang memiliki konsekuensi jika terjadi penundaan. Untuk kegiatan pembangunan yang tetap harus berjalan meski dana di paroki tidak mencukupi maka penyelenggara gereja perlu memikirkan alternatif untuk melakukan pinjaman kepada pihak ketiga tentunya dengan mempertimbangkan kemampuan paroki. Atau jika dimungkinkan bisa melakukan negosiasi dengan pengembang. Untuk pembelian aset tetap dapat dipertimbangkan urgensinya dan kemampuan pendanaan paroki.

Aktivitas pendanaan paroki terkait dengan perolehan dana paroki apakah dari sumbangan atau dari hutang. Selama pandemi ini sumbangan umat mengalami penurunan maka jika paroki masih memiliki cadangan dana yang dapat digunakan untuk aktivitas operasional maupun investasi maka paroki tidak memerlukan dana dari pinjaman. Tetapi jika cadangan dana yang dimiliki paroki tidak mencukupi untuk pembiayaan aktivitas operasi dan juga investasi maka paroki perlu melakukan peminjaman dana dari pihak ketiga. Informasi penerimaan dan pengeluaran kas paroki untuk aktivitas operasi, investasi, dan pendanaan ini dapat dilihat dari laporan arus kas. Jika tidak tersedia laporan ini maka pengurus gereja dapat menggunakan informasi dari buku besar kas maupun bank.



Perubahan aset bersih paroki dapat dilihat dari laporan perubahan aset bersih. Aset bersih merupakan selisih antara aset yang dimiliki paroki dengan liabilitasnya. Posisi aset bersih awal periode akan disesuaikan dengan surplus/defisit selama periode berjalan sehingga akan diperoleh aset bersih pada akhir periode. Jika laporan perubahan aset ini tidak tersedia maka dapat dilihat dari laporan posisi keuangan dengan membandingkan aset bersih pada awal periode dengan akhir periode bersangkutan.

Informasi-informasi yang tersedia pada laporan keuangan termasuk catatan atas laporan keuangan paroki ini menjadi dasar untuk pengambilan keputusan, terlebih dalam masa pandemi ini yang menuntut kebijakan diambil secara cepat dan tepat. Informasi dalam laporan keuangan harus memenuhi syarat kualitatif utama yaitu relevan dan dapat mempresentasikan secara tepat apa yang direpresentasikan dengan syarat kualitatif tambahan dapat diperbandingkan, diverifikasi, tepat waktu, dan dapat dimengerti. Berdasarkan informasi keuangan yang tersaji para penyelenggara gereja dapat melakukan perencanaan, pengendalian, dan evaluasi terhadap aktivitas paroki. Dalam kondisi pandemi yang serba tidak pasti ini, semoga informasi laporan keuangan dapat digunakan untuk data dalam merumuskan dan menjalankan karya pelayanan pastoral paroki.



AUDITOR DAN MITIGASI RISIKO KECURANGAN DI ERA *NEW NORMAL*

Stefani Lily Indarto

Dosen Prodi Akuntansi FEB Unika Soegijapranata

Pendahuluan

Pandemi Covid-19 tentunya sangat mengubah perilaku semua orang untuk tetap menjalankan aktivitasnya secara normal dengan tetap menerapkan protokol Kesehatan. Beberapa perilaku yang saat sebelum pandemi muncul merupakan hal yang tidak biasa dilakukan, namun sekarang setiap orang harus beradaptasi membiasakan hal tersebut dalam kehidupan *new normal*. Hal tersebut dimaksudkan supaya menjadi terbiasa dengan tatanan hidup yang baru dalam menghadapi pandemi Covid-19. Demikian halnya yang dialami auditor dalam penugasan audit. Pandemi Covid-19 menjadikan praktik profesi akuntan publik seperti inspeksi, observasi, dan pengelolaan arus kas tidak dapat berjalan mulus. Sementara di dalam manajemen Kantor Akuntan Publik (KAP) sendiri, proses inspeksi internal, infrastruktur teknologi, sampai dengan pengelolaan staf juga menghadapi tantangan. KAP harus memperkaya ketrampilan dan kompetensi, serta menggali potensi para staf auditornya untuk dapat efektif dalam bekerja di masa era *new normal* ini.

Kondisi pandemi Covid-19 ini menyebabkan adanya perubahan signifikan dalam memberikan pertimbangan awal risiko kesalahan penyajian material yang diidentifikasi pada asersi-asersi manajemen dalam laporan keuangan. Untuk itu auditor perlu melakukan perubahan dengan melakukan prosedur-prosedur audit alternatif untuk memperoleh bukti audit yang cukup dan memadai selama masa pandemi. Selain itu prosedur penilaian risiko dan pemahaman auditor atas pengendalian internal entitas menjadi suatu hal yang harus dipahami auditor supaya auditor dapat mengevaluasi risiko tambahan yang muncul seperti gangguan operasional pada setiap perubahan bisnis yang diakibatkan oleh pandemi, serta menilai apakah manajemen telah mengidentifikasi signifikansi risiko bisnis yang terjadi, mengevaluasi kemampuan entitas dalam mempertahankan kelangsungan usahanya, serta mereviu pengendalian mutu perikatan auditnya.

Pandemi Covid-19 juga mempengaruhi hasil pemerolehan bukti audit, misalnya pemberlakuan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) yang berimbas pada pembatasan akses dan perjalanan maupun ketersediaan personel auditor dan di lapangan. Pada masa ini manajemen dan pihak



yang bertanggungjawab pada tata kelola diharuskan untuk menyusun dan menyajikan laporan keuangan serta pengungkapan lainnya yang relevan berdasarkan pertimbangan dan analisis atas fakta-fakta terbaru dan peristiwa setelah tanggal pelaporan yang dapat diprediksi. Sementara itu, dalam situasi sekarang ini auditor tetap harus menjaga kualitas audit dan dapat memperoleh bukti audit yang cukup dan memadai untuk mendukung opini audit. Skeptisisme profesional auditor juga perlu ditingkatkan karena kecenderungan kesalahan penyajian material, baik yang disebabkan oleh kesalahan maupun kecurangan menjadi lebih rentan terjadi pada periode sekarang ini sebagai dampak dari lemahnya pengendalian internal karena manajemen fokus pada Covid-19, ketidakandalan data, keterbatasan dalam membangun hubungan baik dengan *auditee* sehingga dapat membuka peluang adanya *fraud* atau penyembunyian hal yang sesungguhnya, serta kurangnya transparansi pelaporan.

Saat ini auditor dituntut agar bisa merespon gangguan yang disebabkan oleh pandemi Covid-19 ataupun memitigasi *auditee* dalam menetapkan strategi dan sasaran perusahaan serta memberikan informasi yang benar atas laporan keuangan sampai suatu waktu nanti pandemi Covid-19 ini dinyatakan berakhir oleh pemerintah. Pertanyaan besarnya adalah **bagaimana dampak pandemi Covid-19 terhadap praktek bisnis saat ini, bagaimana respon auditor terhadap risiko yang dinilai, dan apa saja peran auditor dalam memitigasi risiko yang terjadi terutama untuk peristiwa atau kejadian setelah tanggal neraca?**

Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Praktik Bisnis

Peristiwa setelah periode pelaporan memberikan persyaratan mengenai peristiwa yang terjadi dan berdampak dalam laporan keuangan. Pada masa sekarang ini pandemi Covid-19 banyak memberikan dampak signifikan dalam berbagai aspek, termasuk dalam aspek bisnis. Berbagai perusahaan menghadapi risiko krisis akibat pandemi. Pendapatan perusahaan menjadi menurun akibat daya beli masyarakat yang berkurang, minimnya bahan baku dari luar yang mengakibatkan harga bahan baku menjadi mahal, permintaan pasar yang tidak sesuai prediksi perusahaan sebelumnya, adanya pelanggaran perjanjian dengan akibat dari keterlambatan pembayaran, ataupun adanya penghentian operasi pada pabrik. Hal ini berdampak juga pada pengukuran imbalan kerja perusahaan. Untuk itu manajemen harus mempertimbangan dampak pandemi Covid-19 ini ke dalam *risk management* perusahaan dan manajemen perlu mereview secara berkala penilaian mereka terhadap isu-isu dan ketidakpastian yang muncul dari krisis akibat pandemi Covid-19. Dengan melakukan identifikasi terhadap risiko, perusahaan akan lebih siap dari berbagai kemungkinan terburuk yang dapat terjadi.



Dengan begitu maka perusahaan akan lebih siap dalam merespon adanya risiko yang tidak terduga. Manajemen harus memberikan arahan mengenai operasional pekerjaan dan menguatkan moral dari tingkat manajerial hingga staf agar tetap fokus dan dapat bekerja secara maksimal. Komunikasi menjadi hal yang sangat penting, khususnya dalam proses manajemen risiko sehingga setiap kebijakan atau aturan yang diterapkan perusahaan harus dapat tersampaikan secara efektif. Komunikasi ke *stakeholders* eksternal juga harus baik dalam memberikan informasi terkait dengan kondisi perusahaan sebagai bagian dari pengendalian risiko reputasi.

Manajemen risiko bisnis diperlukan agar perusahaan selalu siap dalam menghadapi risiko. Hal ini dikarenakan proses pengambilan keputusan harus sesuai dengan identifikasi yang dilakukan perusahaan. Apabila manajemen memutuskan bahwa dampak dari peristiwa tersebut material (signifikan), maka perusahaan diharuskan untuk menyajikan estimasi dampak atas laporan keuangan tersebut. Manajemen harus dapat menilai kemampuan perusahaan untuk melanjutkan usahanya secara berkelanjutan. Penilaian keberlanjutan usaha perlu dilakukan setidaknya 12 bulan (1 tahun) dari tanggal laporan posisi keuangan atau tanggal-tanggal pada saat laporan keuangan diterbitkan. Ketidakpastian material yang menyebabkan keraguan signifikan terhadap kemampuan perusahaan untuk beroperasi seperti PSBB ataupun kondisi keuangan pemasok dan pelanggan harus dijelaskan pada catatan atas laporan keuangan.

Respon Auditor terhadap Risiko yang dinilai

Standar Audit (SA) 330 membahas tentang tanggung jawab auditor untuk merancang dan menerapkan respon terhadap risiko kesalahan penyajian material yang diidentifikasi dan dinilai oleh auditor dalam suatu audit atas laporan keuangan (IAPI, 2016). Hal ini dimaksudkan untuk memperoleh bukti audit cukup dan memadai yang berkaitan dengan penilaian risiko kesalahan penyajian material, melalui perancangan dan penerapan respon yang tepat terhadap risiko tersebut dengan cara: (1) Auditor harus merancang dan mengimplementasikan respon keseluruhan untuk menanggapi risiko kesalahan penyajian material yang telah dinilai pada tingkat laporan keuangan; (2) Auditor harus merancang dan mengimplementasikan prosedur audit lebih lanjut yang sifat, saat, dan luasnya didasarkan pada dan merupakan respons terhadap risiko kesalahan penyajian material yang telah dinilai pada tingkat asersi; (3) Auditor harus melaksanakan prosedur audit untuk menilai apakah penyajian menyeluruh laporan keuangan, termasuk pengungkapan yang bersangkutan, adalah sesuai dengan kerangka pelaporan keuangan yang berlaku; (4) Auditor harus menyimpulkan apakah bukti audit yang



cukup dan tepat telah diperoleh. Pada saat menyatakan suatu opini, auditor harus mempertimbangkan semua bukti audit relevan, tanpa memperhatikan apakah bukti tersebut mendukung atau bertentangan dengan asersi dalam laporan keuangan.

Berdasarkan hal tersebut, maka auditor harus mempertimbangkan kepraktisannya untuk memperoleh tingkat pemahaman yang tepat dan mengevaluasi proses pengidentifikasian dan penilaian risiko audit. Hal ini tentunya sangat menantang dalam penerimaan *auditee* yang mengalami perubahan signifikan sejak audit periode sebelumnya. Auditor harus dapat memodifikasi prosedur pengumpulan bukti audit, melakukan revisi atas proses yang direncanakan atau melakukan prosedur alternatif atau prosedur audit lanjutan yang tepat. Selain itu, auditor diharuskan untuk memahami kebijakan ekonomi, regulasi, dan transaksi-transaksi non rutin yang terjadi pada periode ini. Prosedur dan kebijakan pengendalian mutu terkait dengan penugasan dan supervisi tim perikatan serta telaah pekerjaan harus lebih ditekankan auditor supaya risiko audit dapat diarahkan pada tingkatan yang dapat diterima. Untuk itu auditor harus menjaga komunikasi yang tepat waktu dengan manajemen, pihak yang bertanggung jawab atas tata kelola, dan regulator yang terkait dampak pandemi terhadap laporan keuangan.

Pada tahap penerimaan dan keberlanjutan klien, auditor harus melakukan evaluasi atas penilaian manajemen terhadap kemampuan entitas untuk mempertahankan kelangsungan usahanya sesuai dengan yang disyaratkan dalam SA 570 tentang kelangsungan usaha (*Tuanakotta, 2013*). Auditor juga hendaknya memberikan perhatian khusus kepada proses tutup buku terutama pada akun tertentu, jurnal penyesuaian, transaksi non-rutin maupun transaksi khusus, serta keseluruhan penyajian dalam laporan keuangan. Demikian pula dengan evaluasi ketepatan asumsi dan keandalan data yang digunakan pada kondisi pandemi ini. Bahkan untuk entitas pelapor yang memiliki segmen, perlu adanya pengumpulan informasi segmen yang mungkin berubah untuk audit tahun 2020 dibandingkan dengan tahun sebelumnya, termasuk di dalamnya apabila ada kemungkinan penurunan nilai aset tetap saat segmen perusahaan berhenti beroperasi. Penghitungan fisik persediaan juga memerlukan prosedur alternatif, seperti misalnya dilakukannya pengujian penjualan setelah akhir tahun, ataupun pengujian pengendalian lainnya atas persediaan.

Pada saat menyusun laporan pun auditor harus memperhatikan beberapa standar audit untuk memodifikasi laporan audit atau merumuskan suatu opini atas laporan keuangan dengan mempertimbangkan prinsip-prinsip seperti yang dinyatakan dalam SA 700 tentang perumusan suatu opini dan pelaporan atas laporan



keuangan, SA 705 tentang modifikasi terhadap opini dalam laporan auditor independen, SA 706 tentang paragraf penekanan suatu hal dan paragraf lain dalam laporan auditor independen, serta memodifikasi Laporan Auditor Independen (LAI) sesuai dengan SA 570 tentang kelangsungan usaha (IAPI, 2016).

Peran Auditor dalam Memitigasi Risiko dan Penilaian Dampak Covid-19 pada Kejadian Setelah Tanggal Neraca

Auditor harus menilai kembali *judgment* yang disusun selama proses audit sebelumnya. Penerimaan dan keberlanjutan klien perlu dipertimbangkan oleh auditor sehubungan dampak pandemi Covid-19, baik dalam hal pengidentifikasian dan penilaian risiko audit, materialitas, review atas pengendalian mutu perikatan, penggunaan pakar auditor, serta dalam pengkomunikasian dengan pihak yang bertanggungjawab pada tata kelola. Penyajian dan pengungkapan perlu disusun untuk menjelaskan secara tepat pengungkapan atas risiko-risiko relevan, estimasi, dan keputusan yang diterapkan terkait dengan kondisi Pandemi Covid-19.

Dalam masa pandemi ini, auditor harus melakukan pemeriksaan berbasis risiko secara menyeluruh yang dilakukan dalam hal keuangan, kinerja dan pemeriksaan (McKinnon, 2017). Pemeriksaan ini dimaksudkan untuk mengevaluasi pengelolaan dan tanggung jawab keuangan, melakukan observasi terstruktur atas perkembangan kebijakan pemerintah dan implementasinya, mempertimbangan kesesuaian terhadap standar yang berlaku, kecukupan pengungkapan, kepatuhan terhadap peraturan, melakukan pemeriksaan kinerja dan pemeriksaan dengan tujuan tertentu, serta melakukan pemeriksaan pendahuluan untuk menyusun strategi pemeriksaan dengan menentukan area kunci dan kriteria pemeriksaan yang akan dilakukan.

Auditor juga harus menerapkan prinsip-prinsip pengendalian internal seperti lingkungan pengendalian, penaksiran risiko, aktivitas pengendalian, informasi dan komunikasi serta pemantauan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menyebabkan penggelapan laporan keuangan dan membuat rekomendasi untuk mengurangi kejadian tersebut serta untuk meningkatkan kualitas laporan keuangan entitas (COSO, 2013). Untuk memperkuat pengendalian internal, dapat dilakukan dengan (1) Memisahkan tanggung jawab untuk mempermudah dalam melakukan pengendalian internal; (2) Mengembangkan pengendalian fisik aset yang memadai, mengidentifikasi risiko sehingga apabila ditemukan suatu kejadian atau hal yang mengandung *high risk*, maka perlu dilakukan tindakan lebih mendalam untuk mengatasinya; (3) Melaksanakan prinsip-prinsip pengendalian internal, sehingga apabila ditemukan suatu kesalahan, maka secepatnya harus diperbaiki karena



apabila kesalahan dibiarkan terlalu lama akan dapat mempengaruhi banyak hal lain; (4) Mengembangkan kebijakan dan prosedur tertulis untuk semua aturan yang ada di dalam suatu perusahaan supaya apabila terjadi suatu pelanggaran, maka konsekuensinya sudah tertulis di dalam prosedur; (5) Meninjau dan menyetujui proses transaksi; (6) Menyiapkan dokumentasi pendukung yang memadai dan terarsip dengan baik, agar apabila dilakukan suatu pemeriksaan maka dapat dibuktikan secara jelas berdasarkan rincian dokumennya; (7) Memberikan pelatihan dan edukasi kepada staf mengenai dampak yang dapat ditimbulkan dari kecurangan; serta (8) Mengevaluasi kinerja pengendalian internal agar dapat mencegah/meminimalisir terjadinya kecurangan.

Selain itu, auditor diharuskan menilai kewajaran laporan keuangan dengan penerapan standar audit dan melaksanakan prosedur penilaian risiko untuk menyediakan suatu dasar bagi (SA 315) pengidentifikasian risiko kesalahan penyajian material dan penilaian risiko kesalahan penyajian material pada tingkat laporan keuangan dan asersi, dengan cara meminta keterangan dari manajemen, dan personel lain dalam entitas yang menurut pertimbangan auditor kemungkinan memiliki informasi untuk mengevaluasi efektivitas operasi pengendalian dalam mencegah atau mendeteksi dan mengoreksi kesalahan penyajian material pada tingkat asersi, mengidentifikasi risiko kesalahan penyajian material karena kecurangan atau kesalahan, melakukan prosedur substantif, pengujian rinci, prosedur analitis, ataupun dengan melakukan observasi dan inspeksi. *Assessment* atas prosedur audit perlu dilakukan juga untuk memastikan bahwa seluruh peristiwa yang terjadi antara tanggal laporan keuangan dengan tanggal laporan auditor yang mengharuskan pengungkapan dalam laporan keuangan terkait Covid-19 telah teridentifikasi dan diungkapkan dalam laporan keuangan.

Penutup

Peran auditor pada kondisi saat ini berada dalam tingkat pengawasan yang ketat, sebagai auditor memiliki kewajiban kepentingan publik untuk menyelesaikan pekerjaan audit sesuai dengan standar profesional dan ketentuan etika yang berlaku. Dalam kondisi ini, auditor harus mengakui bahwa cara melakukan audit sebelumnya memerlukan modifikasi signifikan untuk mengatasi tantangan dan ketidakpastian yang muncul dari dampak Pandemi Covid-19. Auditor harus meningkatkan skeptisisme profesional yang sangat tinggi dan mengkomunikasikan kepada manajemen dan pihak yang bertanggungjawab pada tata kelola bahwa manajemen tidak menyajikan secara spesifik dan tidak memberitahukan seluruh uraian dari kondisi dan tingkat ketidakpastian operasi perusahaan.



Terlepas dari tantangan dan ketidakpastian tersebut, seharusnya tidak terdapat pengurangan atau ketidakpastian dengan standar audit dalam pelaksanaan audit. Hal tersebut sangat krusial sehingga seorang akuntan publik tetap dapat memberikan jasa auditnya dengan profesional, berkualitas, dan mampu bertahan meskipun pandemi mempengaruhi sebagian besar proses bisnisnya.



PANDEMI COVID-19: QUO VADIS PROFESI AKUNTAN?

Linggar Yekti Nugraheni

Dosen Prodi Akuntansi FEB Unika Soegijapranata

“Saya sarjana akuntansi dan sudah memasukkan aplikasi ke 80 perusahaan, tidak ada kabar dan panggilan, padahal IPK saya bagus, pengalaman organisasi saya juga banyak..”

“Saya akuntan yang sudah bekerja 15 tahun di perusahaan saya, dan saya terkena program perampungan perusahaan”

Itulah kira-kira gambaran pasar tenaga kerja di tahun 2020 hingga tahun 2021. Pandemi Covid-19 telah memberikan dampak cukup signifikan dalam bidang bisnis dan ekonomi. Terjadi pengurangan dan perampungan tenaga kerja di berbagai perusahaan, terdapat program tawaran pensiun dini ataupun *voluntary redundancy package*, dan melonjaknya penawaran di pasar tenaga kerja. Tercatat di Inggris, terdapat sekitar 300.000 tenaga kerja yang mengambil paket pensiun dini ataupun *redundancy package*. Di Australia, sekitar 600.000 tenaga kerja juga kehilangan pekerjaan mereka. Sedangkan di Indonesia, perlambatan ekonomi akibat pandemi Covid-19 juga telah menghapus 2.3 juta peluang pekerjaan. Bahkan ancaman “*the lost generation*” di negara-negara Asia ada di depan mata. Negara-negara di Asia dengan penduduk usia produktif 17- 54 tahun terancam mengalami krisis pengangguran. Para lulusan perguruan tinggi tidak mendapatkan pekerjaan karena tidak tersedianya lapangan pekerjaan bagi mereka. Hal ini tentu saja membuat para pemburu kerja berpikir keras untuk bisa berkompetisi dan memenangkan pertandingan dalam mendapatkan pekerjaan. Di Indonesia, masyarakat mulai berinisiatif menciptakan lapangan pekerjaan dalam bentuk bisnis informal. Mulai dari *open order* produk yang mereka buat, bisnis online maupun membangun kafe. *Everybody is being an entrepreneur!!*

Pada masa pandemi Covid-19, pemerintah memberlakukan kebijakan pembatasan kegiatan masyarakat dan pembelajaran dari rumah. Tentu saja hal ini bukan tanpa mengakibatkan dampak. Pola pendidikan jarak jauh selama pandemi juga telah mengakibatkan kemampuan sosial siswa dan mahasiswa menurun. Mereka kehilangan media untuk berkomunikasi secara langsung dengan kawan sebaya mereka. Begitu pula beberapa materi pelajaran yang disampaikan jarak jauh tidak mampu memenuhi capaian pembelajaran yang optimal. Akibatnya, para lulusan “generasi Corona” terancam tidak memiliki kemampuan dan kompetensi *softskill* dan *hardskill* yang setara dengan para lulusan



kondisi normal, tak terkecuali pendidikan untuk calon akuntan. Pembelajaran daring yang selama ini dilakukan dianggap tidak optimal.

Selain menurunkan lapangan pekerjaan, pandemi Covid-19 juga telah merubah lanskap pasar tenaga kerja. Pasar tenaga kerja berubah, terkait dengan kualifikasi dan keahlian tenaga kerja yang dibutuhkan, peningkatan tenaga kerja di sektor informal dan pola hubungan ketenagakerjaan. Akuntan, merupakan profesi yang nampaknya akan sangat terdampak dengan isu-isu tersebut. Apakah karir akuntan merupakan karir yang masih stabil di masa pandemi dan setelahnya? Apakah kualifikasi dan keahlian yang dituntut dari akuntan di masa yang akan datang, dalam jangka pendek maupun jangka panjang? Apakah konsultan privat menjadi pilihan pekerjaan yang tepat bagi seorang akuntan?

Krisis lapangan kerja berdampak pada karir akuntan yang notabene harus berjuang ditengah lonjakan penawaran di pasar tenaga kerja. Saat ini, terdapat antrian cukup panjang untuk karir akuntan, dimulai dari akuntan junior, akuntan senior, bahkan mahasiswa yang duduk di perguruan tinggi yang mengambil disiplin ilmu akuntansi. Perusahaan dibombardir oleh lonjakan pasar profesi akuntan. Nah, untuk bisa memenangkan kompetisi di pasar tenaga kerja, keahlian apakah yang harus dimiliki akuntan di era pandemi maupun pasca pandemi? Meskipun demikian, akuntan harus punya optimisme, karena karir akuntan masih dinilai cukup stabil, dan menempati 4 besar karir yang masih memiliki pasar cukup baik setelah profesi di bidang kesehatan (kedokteran), farmasi, dan edukasi.

Fakta tersebut cukup menarik karena akuntan dianggap masih punya peran signifikan bagi perusahaan pada masa pandemi maupun pasca pandemi. Pada saat pandemi Covid-19, banyak perusahaan mengalami penurunan sumber daya finansial secara signifikan, yang mengakibatkan perusahaan tidak bisa bertahan dalam situasi krisis. Dari sisi perusahaan, saat ini mereka membutuhkan akuntan dengan keahlian yang bisa digunakan untuk membantu perusahaan bangkit dari keterpurukan. Terjadi revolusi tuntutan keahlian akuntan. Dalam masa pandemi, keahlian yang dibutuhkan bukanlah kemampuan kelikal dan manajerial. Namun, keahlian yang dibutuhkan adalah keahlian untuk beradaptasi dan melakukan perubahan dalam masa krisis dan turbulensi. Akuntan juga harus bisa menangkap peluang ini dan mampu beradaptasi dengan tuntutan dunia kerja.



Prospek Akuntan dalam 12 Bulan ke Depan

Jika kita menilik lebih dalam mengenai dampak covid terhadap dunia bisnis, maka, dalam 12 bulan ke depan, perusahaan masih akan bergelut dengan krisis sehingga harus bertahan, beradaptasi dan berubah. Perusahaan berusaha untuk tetap beroperasi dan memperoleh penghasilan, serta membayar beban-beban yang harus ditanggung. Perusahaan harus berpikir bagaimana agar bisnis tetap berjalan, biaya bisa ditekan, dan para pekerja tidak mengalami pemutusan hubungan kerja. Dalam hal ini, akuntan manajemen memiliki peran penting untuk membantu perusahaan dalam membuat keputusan-keputusan strategis.

Akuntan bukan lagi seorang staf yang duduk di belakang meja, namun sudah beralih fungsi menjadi partner bisnis bagi perusahaan. Keahlian yang harus dimiliki oleh seorang akuntan akan terdiri dari beberapa aspek. Pertama, akuntan harus memiliki kemampuan analisis dan strategi. Akuntan perlu menganalisis data angka dan mengelaborasi dengan informasi strategi dan proyeksi. Dalam 12 bulan ke depan, perusahaan harus mengatasi insolvensi dalam bisnis mereka. Perusahaan harus melakukan penghematan pengeluaran secara besar-besaran. Beberapa perusahaan kesulitan untuk menopang beban operasional mereka. Sehingga, akuntan harus dapat membantu perusahaan untuk melakukan analisis *trend* pasar, pendapatan dan biaya bagi perusahaan. Akuntan harus bisa memperkirakan potensi pendapatan yang masih bisa diperoleh perusahaan serta biaya yang harus dikeluarkan, sehingga perusahaan bisa memperkirakan pos-pos yang perlu dilakukan penghematan biaya. Bahkan, akuntan harus bisa bekerjasama dengan divisi lain di perusahaan untuk memperoleh informasi yang diperlukan agar perusahaan dapat bertahan. Akuntan bisa mendapatkan informasi dari divisi *marketing* atau *R&D*, melakukan analisis dan proyeksi, serta menyarankan strategi jika perusahaan perlu merubah proses bisnis maupun mau meluncurkan produk dan inovasi baru.

Budaya kerja juga merupakan isu penting pada masa pandemi. Perusahaan mengikuti aturan pemerintah untuk melakukan kebijakan bekerja dari rumah. Seorang akuntan juga harus dapat merubah budaya kerja, dan dapat melakukan konsultasi sejara jarak jauh. Namun demikian, hal ini juga merupakan peluang bagi akuntan untuk mendapatkan pekerjaan dari berbagai daerah, bahkan negara tanpa dibatasi oleh lokasi geografis. Beberapa akuntan dari Singapura menangani kliennya yang ada di Thailand dan konsultasi berjalan dengan lancar. Akuntan dari Jakarta dapat melakukan konsultasi jarak jauh kepada klien yang berada di luar Jakarta. Nah, hal ini sebenarnya merupakan peluang bagi akuntan untuk melamar pekerjaan tanpa batas geografis tertentu.



Prospek Akuntan dalam 2-5 Tahun ke Depan

Lalu, bagaimana prospek akuntan dalam 2-5 tahun mendatang? Saat krisis keuangan akibat pandemi Covid-19 memudar, terdapat isu lain yang juga menantang profesi akuntan. Selama 10 tahun terakhir, terjadi perubahan cukup signifikan pada dunia bisnis, dan dampaknya tentu saja pada pekerjaan akuntan. Sepuluh tahun silam, mereka yang menguasai data, dapat dipastikan menguasai dunia. Namun, dalam 5 tahun terakhir, mereka yang bisa mengolah data menjadi informasi menjadi unsur penting untuk dapat berkompetisi. Akuntan akan menghadapi otomasi, *internet of things (IOT)*, pekerjaan yang berbasis *data-driven*, perkembangan *cryptocurrencies* dan *big data*. *Big data* merupakan peluang sekaligus tantangan bagi dunia bisnis dan akuntan. Perusahaan tidak lagi menghadapi data yang berjumlah jutaan, namun milyaran. Aplikasi yang selama ini ada, seperti Microsoft excel, tentu tidak akan mampu mengolah dan menganalisis data yang berjumlah milyaran. Data yang berjumlah besar tersebut berguna bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan strategis jika diolah dan dianalisis secara tepat.

Big data ditandai dengan ciri volume yang besar (*volume*), variasi data yang tinggi (*variety*), perubahan data yang cukup cepat baik dalam hal tipe data maupun variabel (*velocity*), data yang rentan terhadap keakuratan sehingga harus dilakukan analisis yang mendalam (*veracity*) serta data yang dapat menentukan keputusan yang kita ambil (*value*). Bagi perusahaan, data yang berjumlah besar merupakan emas yang bisa diolah untuk membantu keputusan strategis, yang berkaitan dengan pengurangan biaya, *trend* pasar, sampai dengan pengembangan produk baru. Sebagai contohnya, *big data* dalam industri perbankan bisa terdiri dari data mengenai penggunaan kartu bank tertentu untuk belanja. Bank bisa mempelajari pola penggunaan kartu debit atau kredit. Perusahaan bisa mendapatkan informasi pada saat kapan orang melakukan belanja, dimana dia berbelanja dan berapa jumlah yang dibelanjakan. Data-data tersebut jika direlasikan akan mampu memberikan informasi yang komprehensif dan bisa dipetakan untuk pengambilan keputusan strategis.

Lalu bagaimana peran akuntan, baik akuntan manajemen maupun akuntan publik? Akuntan manajemen tentu saja akan memiliki peluang sekaligus tantangan saat menghadapi era big data. Akuntan manajemen akan beralih fungsi dari sekedar pekerjaan klerikal menjadi analis. Software untuk analisis *big data* akan mampu memvisualisasikan data *trend* dan proyeksi. Namun keputusan dalam hal data yang harus diolah, dan jenis proyeksi maupun analisis harus dilakukan oleh manusia yang dalam hal ini akuntan manajemen. Akuntan juga bisa mengelaborasi data finansial maupun non-finansial dalam melakukan analisis. Bagi akuntan publik, kemampuan teknologi big data akan mampu melakukan pemeriksaan yang sebelumnya menggunakan sampel, menjadi



menggunakan seluruh data yang tersedia secara cepat dan akurat. Teknologi *big data* mampu menampilkan data yang anomali sehingga auditor bisa fokus pada area-area dengan risiko tinggi.

Pada 5 tahun terakhir, banyak perusahaan melakukan transformasi bisnis digital, yang ditandai dengan munculnya teknologi *blockchain* dan *cryptocurrency*. *Cryptocurrency* merupakan uang digital yang saat ini marak dipakai dalam transaksi bisnis dan juga sebagai sarana investasi. Perusahaan harus bersiap diri seandainya *cryptocurrency* nantinya berkembang menjadi alat transaksi bisnis yang banyak digunakan oleh perusahaan-perusahaan di dunia.

Persiapan Pasca Pandemi

Pandemi telah memberikan pelajaran berharga dan semua pihak harus bersiap menghadapi situasi pasca pandemi. Peran teknologi dalam masa pandemi menyadarkan kita pentingnya teknologi dalam kehidupan manusia. Meskipun terdapat pembatasan fisik, orang masih berinteraksi melalui media internet. Perusahaan harus mempersiapkan diri menghadapi persaingan yang lebih ketat setelah pandemi berakhir. Transformasi bisnis digital dan otomasi ada di depan mata. Selain berusaha bangkit dari keterpurukan akibat pandemi, perusahaan harus berpikir untuk bisa bersaing di era digital. Mau tidak mau, mereka harus siap untuk membangun infrastruktur dan menyiapkan sumber daya baik finansial maupun non finansial. Perusahaan juga mulai bisa memikirkan untuk membangun teknologi berbasis *blockchain* yang nantinya akan lebih mempercepat transaksi dan verifikasi secara independen. Teknologi ini juga memungkinkan semua pihak memiliki ledger yang sama (*distributed ledger*) serta mengurangi terjadinya *fraud*.

Bagi akuntan, mereka harus mempersiapkan kemampuan sejak mereka duduk di perguruan tinggi. Meskipun mereka belajar secara jarak jauh melalui media daring, mereka harus tetap mengasah kemampuan *softskill* dan *hardskill* mereka. Mereka harus membekali diri dengan ilmu akuntansi secara matang, serta mempertajam kemampuan analisis mereka. Akuntan harus membangun mental sebagai analis dan *advisor*, dan tidak lagi hanya memiliki kemampuan menyusun laporan keuangan dan melakukan audit secara konvensional. Selain itu dengan perkembangan otomasi, *data analytics* dan perkembangan bisnis digital, akuntan harus menyiapkan diri untuk memperdalam pengetahuan mengenai *big data* dan penguasaan teknologi untuk melakukan analisis. Dalam hal *softskill*, akuntan harus bisa menjadi penasihat bagi perusahaan, mampu melakukan negosiasi dan memiliki kemampuan *leadership* yang baik, terutama dalam proses penentuan kebijakan strategis bagi perusahaan.



Pendidikan Pintu Perubahan

Pendidikan merupakan kegiatan sadar untuk memanusiakan manusia muda, atau “hominisasi dan humanisasi”

- Driyarkara -



PENDIDIKAN MORAL DI MASA PANDEMI COVID-19

Theodorus Sudimin

Dosen Prodi Manajemen
FEB Unika Soegijapranata

Pendahuluan

Tidak ada seorang pun dapat menyangkal bahwa pandemi Covid-19 telah mengubah berbagai tatanan hidup dari yang sifatnya perorangan hingga hidup bersama bangsa dan dunia. Akibatnya setiap orang dan setiap institusi harus melakukan perubahan atau beradaptasi dengan tuntutan baru. Covid-19 sebagai makhluk yang tidak kasat mata tetapi daya dobraknya luar biasa. Penyebaran Covid-19 bukan hanya mengakibatkan jutaan orang yang terpapar virus dan di antaranya meninggal dunia, namun telah menimbulkan dampak negatif pada berbagai bidang dan aspek kehidupan manusia. Kondisi demikian memanggil banyak orang untuk terlibat dengan berbagai cara untuk melakukan penanganan covid-19 dan akibat-akibat turunannya. Mahasiswa angkatan 2020/2021 Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Unika Soegijapranata menjadikan kondisi tersebut untuk membangun sikap empati dalam perkuliahan Teologi Moral Hidup.

Pendidikan Karakter Mahasiswa FEB

FEB Unika Soegijapranata menyelenggarakan pendidikan moral untuk semua mahasiswa. Di samping belajar mata kuliah etika terapan yang ada di dalam kurikulum akademik di semua Program Studi sesuai bidang keilmuannya, mahasiswa mulai angkatan tahun 2018 juga mengikuti perkuliahan Teologi Moral Hidup. Mata kuliah ini ditempatkan dalam kurikulum pendidikan karakter mahasiswa yang lebih dikenal dengan sistem 1000 poin. Dalam struktur kurikulum pendidikan karakter mahasiswa, Teologi Moral Hidup ditempatkan sebagai komponen dasar dan karena itu wajib diikuti oleh semua mahasiswa.

Pendidikan karakter mahasiswa. Pendidikan karakter mahasiswa FEB mengalami perkembangan dalam perjalanan Fakultas. Pembakuan pendidikan karakter yang masih sangat sederhana dimulai tahun 2011 sebagai syarat untuk mengikuti ujian tahap akhir. Perkembangan selanjutnya terjadi pada tahun 2015 dengan penetapan 1000 point dan kemudian atas usulan dan inisiatif Pengurus Organisasi Kemahasiswaan (Ormawa) FEB, kurikulum tahun 2015 disempurnakan pada tahun 2018. Pendidikan karakter mahasiswa pada dasarnya merupakan pembakuan



dan pengembangan kegiatan Ormawa FEB dengan ditambah macam-macam.

Pendidikan karakter ini dilatarbelakangi oleh sebuah paradigma pendidikan *whole person education (WPE)*. *WPE* merupakan paradigma pendidikan yang menempatkan manusia secara utuh. Manusia adalah makhluk yang terdiri dari banyak dimensi badan dan jiwa, watak, karakter, bakat, aneka ragam kecerdasan, keakuan dan sosialitas, dsb. Berbagai aspek itu dikembangkan bersama secara seimbang dengan keunggulan atau kelebihan masing-masing yang satu sama lain berbeda.

Dalam terminologi pendidikan tinggi Indonesia disebut pendidikan yang mengintegrasikan aspek *hardskill* dan *softskill*. Dalam *Ex Corde Ecclesiae*, Konstitusi Apostolik tentang Universitas Katolik dari Paus Yohanes Paulus II, disebut “pendidikan yang memadukan keunggulan dalam perkembangan humanistik dan budaya dengan pelatihan professional yang khusus” (Art 23). Paradigma *WPE* secara umum ingin memadukan pendidikan yang mencakup pengetahuan (knowledge), kemampun keterampilan (skill), sikap (attitude), dan nilai-nilai (value). Jadi pendidikan akademik dan pendidikan karakter bersifat komplementer yang merupakan keharusan.

Sementara itu Statuta Unika Soegijapranata tahun 2013 selain mencanangkan penguasaan pengetahuan dan teknologi sesuai dengan jenjang dan jenis pendidikannya, juga mencapai kedewasaan pribadi dan moral, bersikap humanis dan berpikir kritis mahasiswa sebagai tujuan pendidikan yang diselenggarakannya (Pasal 11)

Teologi Moral Hidup

Teologi Moral adalah bidang ilmu teologi yang merefleksikan secara kritis atas “Tuhan yang menyatakan Diri kepada manusia yang ditanggapi/dijawab oleh manusia dalam bentuk iman” (Aman, 2016:xii dalam Sudimin *et al* 2020). Konsep wahyu, yaitu Tuhan yang menyatakan Diri dan iman sebagai tanggapan manusia atas pernyataan Diri Tuhan itu membentuk relasi antara manusia dan Tuhan. Karena itu Teologi Moral membahas relasi manusia dan Tuhan yang terwujud dalam perilaku kehidupan nyata sehari-hari. Maka secara khusus Teologi Moral akan berbicara mengenai kehidupan dan tingkah laku manusia dalam relasinya dengan Allah dan sesamanya dalam perspektif norma-norma dan ajaran moral Katolik. Refleksi ini sangat diperlukan manakala manusia dan dunia mengalami perubahan-perubahan sangat besar dan manusia nyaris tidak mampu mengendalikan dan memperkirakan perubahan-perubahan berikutnya dan masa depannya. Orang tidak tahu lagi mau berbuat apa dengan hidupnya atau bahkan berlakulah pemakaian hukum rimba: ‘siapa yang kuat dialah yang menang’ dan



perilaku itu termasuk menggunakan agama sebagai alatnya. Di sinilah orientasi moral itu harus ditempatkan kembali: orang harus disadarkan kembali bahwa orientasi hidupnya terarah kepada Allah dan bahwa hidupnya adalah keikutsertaannya di dalam karya kreatif Allah sendiri dalam memelihara dunia dan hidup bersama dengan sesama manusia (Mali dalam Sudimin *et al* 2020).

Moralitas berkaitan dengan masalah bagaimana kita seharusnya hidup dan mengapa harus hidup yang demikian. Maka, moralitas kristiani berarti bagaimana kita seharusnya hidup sebagai orang kristiani dan mengapa kita harus berbuat dan bertingkah laku baik berdasarkan nilai-nilai dan norma-norma Kristiani. Teologi Moral Dasar memberikan orientasi dan panduan bagaimana orang kristiani harus hidup sebagai orang kristiani, bukan sebagai yang lain.

Selain Teologi Moral Dasar, terdapat teologi moral khusus yang di antara adalah Teologi Moral Hidup. Sementara itu Teologi Moral Hidup membahas dimensi moralitas atas hidup manusia dalam perspektif relasi umat beriman dengan Tuhan. Dari pernyataan itu dapat muncul banyak pertanyaan. Pertama berkaitan dengan soal hidup manusia, kapan hidup manusia ada dan kapan hidup manusia berakhir. Pengertian hidup di sini adalah hidup secara biologis, medis, dan duniawi. Dalam pengertian ilmu modern hidup yang lingkupnya seperti itu ada sejak terjadinya pembuahan oleh sperma atas sel telur. Hal itu dengan tegas dinyatakan dalam salah satu lafal sumpah dokter yang berbunyi “Saya akan menghormati setiap hidup insani mulai dari saat pembuahan”. Hidup manusia berakhir sejak dinyatakan meninggal secara medis. Hidup antara pembuahan hingga dinyatakan meninggal, muncul banyak persoalan yang memiliki implikasi etis. Misalnya bolehkah janin yang masih ada di dalam kandungan digugurkan, bolehkah dilakukan amputasi atas organ tertentu atau mendonorkan organ tertentu kepada orang lain, bolehkah dilakukan fertilisasi eksternal atau pembuahan di luar rahim, bolehkah dilakukan euthanasia atau percepatan kematian, menyiksa hidupnya sendiri dan bahkan bunuh diri, dan sebagainya

Dunia ilmu pengetahuan dan manusia baik sendiri-sendiri maupun dalam kelompok mengupayakan berbagai hal demi manusia dan hidupnya; demi mendapatkan kemudahan dalam hidup; demi menjaga hidupnya tetap sehat; demi menjaga kelangsungan hidupnya. Betapa bernilainya manusia. Menurut filsuf Aristoteles manusia adalah *animal rationale*, binatang yang memiliki rasio. Dengan rasio itu manusia memiliki kehendak bebas dan dapat menentukan dirinya sendiri. Dalam bahasa kristiani manusia bernilai karena merupakan ciptakan Tuhan dan diciptakan sesuai dengan gambar dan rupa Allah (Kej 1:26-27; 9:6). Ciptaan lain tidak ada yang sesuai dengan gambar dan rupa Allah.



Karena itu manusia merupakan ciptaan yang bermartabat karena sesuai dengan gambar dan rupa Allah sehingga menjadi ciptaan yang terpuji, layak, luhur, dan terhormat. Itulah pengertian manusia memiliki martabat.

Dampak pandemi Covid-19 dan tugas mahasiswa

Corona Virus Disease (Covid-19) yang pertama kali terdeteksi di Wuhan Tiongkok pada akhir tahun 2019 begitu cepat menyebar ke seluruh penjuru dunia dan di Indonesia terdeteksi pada awal Maret tahun 2020. Selama orang mau jujur tanpa dibayangi oleh kepentingan apa pun akan memahami bahwa penyebaran Covid 19 telah memperorakporandakan hampir semua bidang dan aspek hidup manusia baik secara perorangan maupun kelompok bahkan hingga kelompok masyarakat negara dan dunia. Perjumpangan dan mobilitas setiap orang sangat dibatasi dan bahkan yang sebelumnya terbiasa dilakukan sekarang harus tidak boleh dilakukan; mobilitas orang untuk berwisata nyaris lumpuh yang berakibat pada kondisi ekonomi yang memburuk; produksi dan distribusi barang dan jasa sangat dibatasi yang berakibat pada penurunan kinerja ekonomi; dunia medis pontang panting merespon munculnya penyakit baru dan selanjutnya harus kerja keras tanpa mengenal waktu; penyelenggaraan pendidikan dengan tergopoh-gopoh harus mengubah dari sekolah tatap muka menjadi online; dan masih banyak sekali kenyataan aspek dan bidang kehidupan yang berubah dan bahkan memburuk. Kenyataan ini nyaris menyentuh seluruh negara di dunia dengan kadar yang satu sama lain bisa berbeda.

Dalam kuliah Teologi Moral Hidup mahasiswa angkatan 2020/2021 diajak untuk memetakan pihak-pihak yang terkena dampak atau menjadi korban dari Covid-19. Pengertian korban dalam konteks ini lebih luas dari sekedar mereka yang terpapar dan atau meninggal karena covid 19. Hasil identifikasi disajikan berikut yang beberapa ditunjang dengan data terbaru, yaitu:

1. **Korban terpapar atau meninggal karena covid.** Sebagaimana dilansir oleh pikiran-rakyat.com hingga tanggal 24 Juli 2021 korban covid di dunia telah mencapai sebanyak 193 juta orang dan yang meninggal sebanyak 4,14 juta orang. Di Indonesia telah mencapai korban positif sebanyak 3.082.410 orang dan meninggal sebanyak 80.598 orang. Penularan terus berlangsung hingga jumlah penderita baru semakin meningkat. Sebanyak 5 negara dengan kasus baru berdasarkan data tanggal 24 Juli 2021 Amerika Serikat dengan 67.485 kasus, Indonesia 49.485 kasus, Brasil 45.460 kasus, India 39.498 kasus dan Inggris 36.498 kasus. India sudah mengalami penurunan luar biasa



karea persah sampai di atara 300.000–400.000 an kasus per hari.

2. **Tenaga kesehatan.** Tenaga kesehatan (nakes) selama ini menjadi garda terdepan dalam penanganan covid yang bekerja keras, risiko tinggi tertular, diasingkan masyarakat. Tak bisa disangkal bahwa tenaga kesehatan merupakan prajurit paling depan yang bekerja melawan covid 19. Pada awal-awal pandemi persoalan uatam adalah ketersediaan sarana prasarana terutama alat pelindung kesehatan, kemudian pengerahan seluruh kekuatan yang harus bekerja tanpa mengenal waktu dan bahkan kewalahan menghadapi pasien yang terus meningkat. Berdasarkan data yang dilansir oleh Kompas.com hingga tanggal 9 Juli 2021 sebanyak 1.207 tenaga kesehatan meninggal akibat Covid-19. Dari sebanyak itu rinciannya adalah sebanyak 458 dokter, 373 perawat, 208 bidan, 46 dokter gigi, dan 32 ahli teknologi laboratorium medik serta tenaga-tenaga lainnya.
3. **UMKM dan pekerja mandiri.** Pelaku UMKM dan pekerja mandiri yang mengalami kemerosotan usaha secara tajam. Penularan covid-19 yang semakin meluas diikuti dengan penurunan mobilitas warga masyarakat, kebijakan lockdown atau pembatasan kegiatan masyarakat, bekerja di rumah atau pembatasan kapasitas jumlah orang di tempat kerja. Akibat dari hal itu adalah penurunan aktivitas ekonomi, termasuk pelaku dan pekerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).
4. **Pekerja yang kehilangan atau mengalami penurunan pendapatan.** Badan Pusat Statistik Agustus 2020 mencatat terdapat 29,12 juta penduduk usia kerja yang terdampak pandemi Covid-19. Mereka mengalami pengurangan jam kerja dan ada yang terkena pemutusan hubungan kerja. Mengingat kondisi pandemi yang belum mereda, kondisi ekonomi mereka pasti juga belum ada perbaikan bermakna, dan bahkan sangat mungkin kondisi lebih memburuk
5. **Para sopir ambulance dan mobil jenazah, serta para petugas penggali kuburan.** Kelompok pekerja ini tidak berbeda dengan kondisi para tenaga kesehatan. Mereka secara tiba-tiba juga harus bekerja pontang panting tanpa henti. Perputaran mereka secara mendadak naik tajam. Demikian juga para penggali kubur dan yang mempersiapkan segala sesuatu untuk penguburan mendadak bekerja keras dan bahkan harus melayani antrian jenazah. Para pelayan kuburan bekerja 23 jam dalam sehari. Artinya tidak ada jam kosong. Semangat gotong royong dan tenggang rasa bangsa Indonesia mendorong munculnya banyak relawan yang terlibat dalam proses pemakaman jenazah covid-19.



6. **Pemerintah.** Pemerintah pada semua tingkatan dan semua sektor harus bekerja keras, menunda program pembangunan, memusatkan perhatiannya untuk mengeluarkan kebijakan guna menangani para korban dan menekan penyebaran virus serta vaksinasi sebanyak mungkin warga negara, dan menggelontorkan ratusan trilyun dana untuk penanganan covid dan dampak-dampaknya. Aneka pendapatan yang seharusnya masuk ke kas negara dikembalikan kepada rakyat dalam bentuk berbagai insentif pajak. Bantuan sosial baik berupa sembako maupun uang tunai digelontorkan kepada rakyat entah sebagai pekerja atau pun sebagai pelaku UMKM. Sudah memasuki tahun kedua pemerintah sebagian besar energinya dipusatkan pada penanganan masalah covid-19 dan dampak ikutannya.

Tugas akhir kuliah mahasiswa adalah membangun empati atas salah satu kelompok tersebut di atas yang dipilihnya. Secara umum empati diartikan sebagai kemampuan untuk memahami apa yang dirasakan orang lain, melihat dari sudut pandang orang tersebut, dan juga membayangkan diri sendiri berada pada posisi orang tersebut. Dengan mempertimbangkan bahwa empati bersifat individual dan subyektif, tugas ini dibuat secara perorangan. Saat tulisan ini dibuat, mahasiswa sedang mengerjakan tugasnya sehingga hasilnya belum diketahui.

Penutup

Saya merupakan salah satu orang yang pernah terpapar Covid-19 dengan perjuangan panjang di rumah, Rumah Sakit, dan tempat isolasi serta kembali ke rumah lagi. Perasaan saat menyaksikan penyajian data korban oleh Satgas Covid-19 atau menyaksikan berita Covid-19 antara saat sebelum terpapar dan saat terpapar dan setelahnya. Seperti menjadi penonton dan menjadi pemain. Maka kepada siapa pun, khususnya bagi yang pernah terpapar atau keluarganya pernah terpapar atau bahkan anggota keluarganya sampai meninggal, perlu menyadari bahwa pandemic Covid-19 adalah sebuah kenyataan sejarah, bukan untuk bahan kampanye, bukan komoditas untuk dipolitisasi, apalagi bukan ajang untuk korupsi dan mencari keuntungan secara tidak wajar. Pandemi Covid-19 meminta semua orang untuk mencegah penyebaran yang berlarut-larut, apabila tidak dapat terlibat langsung sekurang-kurangnya mentaati 5M.





PEMIKIRAN EKSTRIM: PARADIGMA BARU PENDIDIKAN

Y. Wisnu Djati Sasmito

Dosen Prodi Manajemen
FEB Unika Soegijapranata

Beberapa waktu yang lalu anak saya bertanya “Yah, apa benar ya besok manusia bisa hidup di planet Mars?”. Saya hanya melongo lalu menjawab, “ya...mungkin saja...”, sambil termangu-mangu saya balik bertanya “Kok kamu tahu?” Dia jawab dengan santai “lihat di Youtube” sambil menjelaskan panjang lebar apa yang dia dengar dan lihat dari situs itu. Anak saya belum genap berumur 9 tahun, naik kelas 4 SD. Sudah 1 tahun lebih dia sekolah daring karena imbas pandemic covid 19. Selama pembelajaran daring saya selalu memantau perkembangannya. Sekitar 2 bulan terakhir hasil pantauan saya, dia mulai jenuh dan sering ngambek kalau diminta mengerjakan tugas-tugas yang diberikan oleh gurunya. Setiap kali saya bertanya, jawabnya “malas, membosankan”. Masih banyak pertanyaan-pertanyaan kritis lain dari anak saya, yang bagi saya mungkin itu belum waktunya untuk diketahui dan dipahami. Saya tidak tahu apakah harus merasa senang, bangga atau bahkan kauwahir? Hal yang sama juga dialami oleh anak saya yang kedua. Namun karena dia punya bakat music, saya bisa mengalihkan perasaan kebosannya dengan belajar music. Lagi-lagi saya dibuat tercengang dengan perkembangannya bermain music. Meski tidak semahir Richard clayderman dalam bermain piano, tetapi bagi saya perkembangannya luar biasa. Darimana dia mengembangkan bakatnya? Lagi-lagi dari Youtube. Anak saya yang paling besar lebih parah lagi. Lebih dari 5 kali saya dipanggil guru BP mendapatkan teguran atas kelalaian dan kemalasannya. Ketika teguran itu saya sampaikan, jawabannya sama “membosankan”. Saya yakin berjuta-juta anak Indonesia mengalami hal yang sama dengan anak saya. Ilustrasi cerita kecil ini bukan promosi saya tentang Youtube, situs yang saya yakin semua pembaca sudah familiar. Sebagai pendidik, saya lebih tertarik untuk mengupas apa yang sedang terjadi dan akan terjadi dengan wajah pendidikan kita setelah pandemic berlalu?

Pada tingkat pendidikan dasar mungkin tidak terlalu berubah signifikan. Proses di tingkat pendidikan dasar hanya perlu bertransformasi dalam bentuk yang lebih kreatif dalam penyampaian pengetahuannya. Selebihnya peletakan dasar etika dan moral yang membentuk kepribadian anak didik harus dilakukan dalam bentuk interaksi luring. Penekanan pada etika dan moral harus lebih diutamakan untuk



pendidikan pada tingkat yang lebih rendah. Juga peran orang tua dalam memantau perkembangan anak harus lebih inten. Sehingga pendampingan orang tua menjadi aspek kunci disamping peran lembaga pendidikan formal. Terkait dengan habit anak yang terbentuk selama masa pandemic, tugas guru harus mampu memberikan arahan agar anak tidak menggunakan teknologi itu untuk hal-hal yang negative. Bukan kapasitas guru untuk melarang anak mengakses konten dari teknologi ini, atau bahkan melarang anak menggunakan gadget. Justru sekolah harus mengakomodir dan memanfaatkan teknologi itu untuk mendukung pembelajaran sehingga anak menemukan cara penggunaan teknologi dengan baik dan benar. Cara belajar mandiri dalam konteks transfer pengetahuan harus sudah dibiasakan sejak dini. Karena media internet sebagai pusat ilmu pengetahuan ke depan akan semakin tinggi intensitasnya. Oleh karena itu guru harus mampu menjadi motivator sekaligus evaluator terhadap siswa untuk berkembang sesuai dengan minat dan bakat siswanya. Sekaligus mengedepankan fungsi bimbingan dan konseling kepada anak dan orang tua untuk bekerjasama secara terpadu bagi tumbuh kembang anak didiknya.

Bagaimana dengan pendidikan tinggi? Pendidikan tinggi sangat mungkin mengalami perubahan yang revolusioner. Dampak pandemic yang paling nyata adalah proses perkuliahan yang dilakukan secara daring. Untuk kalangan mahasiswa, teknologi daring rasanya lebih mudah untuk di adaptasi. Teknologi daring ini yang akan mempercepat proses perubahan yang terjadi. Dampak dari penggunaan teknologi daring ini tentu tidak akan berhenti pada transformasi bentuk perkuliahan yang pada mulanya berbentuk luring. Tetapi teknologi daring ini akan mempunyai imbas yang lebih luas yang menyentuh aspek fundamental dari bisnis pendidikan. Ketika Prof. Rhenald Kasali menggunakan kata "*Disruption*" dalam bukunya *Tommorow Is Today*, *Self Disruption* dan *The Great Shifting*? Kata ini menjadi begitu populer. Begitu banyak orang mempersepsikan kata *disruption* ini dan kemudian diterjemahkan sesuai dengan porsi masing-masing dan untuk kepentingan masing-masing. Meski sebenarnya pengguna kata ini sudah meluruskan tentang makna yang sebenarnya bahwa *disruption* itu sejatinya mengubah bukan hanya "cara" berbisnis, melainkan juga fundamental bisnisnya. Mulai dari struktur biaya sampai ke budaya, dan bahkan ideologi industri. Perubahan mendasar ini sebenarnya juga akan dialami industry pendidikan pasca pandemic. Kondisi pandemic telah memaksa kita melakukan perubahan, tidak sekedar bertransformasi, tetapi kita dihadapkan pada perubahan yang revolusioner. Hal ini diinisiasi oleh penggunaan virtual classroom akibat dari kebijakan social distance di masa pandemic.



Virtual Classroom istilah yang lama sudah kita kenal tetapi baru terimplementasi dalam kondisi keterpaksaan karena pandemic. Memang istilah ini hanya bentuk lain dari istilah umum *virtual place* yang lain seperti *virtual shop*, *virtual office*, *virtual library* dan banyak lagi. Tetapi ingat, *virtual place* tersebut telah mengubah banyak konsep bisnis secara fundamental. Lihat saja berapa banyak supermarket yang tutup karena terimbas oleh *virtual shop*. Bagaimana cabang-cabang perusahaan tersebar di berbagai negara lewat *virtual office*. Dan sumber-sumber pengetahuan dapat diakses dengan mudah lewat *virtual library*. Artinya, bukankah *transfer knowledge* juga akan mudah dilakukan lewat *virtual classroom*? Sehingga mungkin *virtual university* akan menggantikan sebagian dari *convensional university*. Jika banyak universitas yang memanfaatkan *virtual classroom* ini menjadi bagian dari operasional bisnisnya, maka akan muncul bentuk persaingan baru dalam bisnis pendidikan. Persaingan ini akan berkembang tidak hanya berhenti pada perubahan bentuk perkuliahan, tetapi lebih dari itu, akan muncul vendor-vendor baru yang menawarkan content perkuliahan dalam bentuk multimedia. Dan pada akhirnya tidak menutup kemungkinan mahasiswa berhak memilih matakuliah-matakuliah apa saja yang mereka ingin pelajari secara *customized*.

Bagaimana dengan Indonesia? Kita mempunyai seorang menteri milenial yang mulai menyadari arah perubahan ini. Program kampus merdeka merupakan bukti akan kesadaran bahwa pendidikan ke depan mengarah pada kebutuhan yang bersifat *customized*. Orang akan mencari bentuk pendidikan yang sesuai dengan selera mereka dengan konten yang mereka anggap bermanfaat bagi kepentingan dan bisnisnya. Pendidikan dengan format kaku akan segera ditinggalkan. Teori-teori yang dianggap tidak relevan bagi bisnis mereka tidak akan dilirik. Apakah ini berarti matinya teori dalam pendidikan? Tidak, kemampuan pendidik dan lembaga pendidikan untuk mengelaborasi antara teori dan praktek akan menjadi kunci. Kolaborasi antara lembaga pendidikan dan perusahaan sangat dibutuhkan; juga kolaborasi antar universitas baik di dalam maupun luar negeri dalam pengembangan pengetahuan bisnis ditingkat global. Bentuk penyelenggaraan perkuliahan juga akan berubah. Fungsi dosen harus mampu memberikan pendampingan kepada mahasiswa berkaitan dengan kasus-kasus spesifik dari sebuah perusahaan dibidang *industry* tertentu. Materi kuliah di bendel dengan sentuhan teknologi multimedia yang memadai untuk membantu cara menyampaikan yang lebih menarik. Bicara tentang teknologi *virtual* berarti membuka ruang baru dimana banyak batasan-batasan fisik, sistem dan regulasi yang tereliminasi. Sama seperti teknologi Internet yang menembus ruang dan waktu menjadikan batasan fisik dan batasan waktu dalam bisnis menjadi hilang.



Dalam ruang physical memang banyak yang bisa kita lakukan untuk melindungi sebuah bisnis dari persaingan. Tetapi ketika kita bicara dalam ruang virtual, apakah regulasi dapat membatasi dan berlaku sepenuhnya? Apakah kita akan berlindung dibalik regulasi untuk melindungi diri dari persaingan yang makin massif di dunia pendidikan? Ingatkah kita konflik bisnis antara taksi konvensional dengan taksi online? Apapun usaha taksi konvensional untuk menghambat perkembangan bisnis taksi online menemui jalan buntu. Termasuk upaya menghambat lewat ketentuan-ketentuan dalam regulasi dan perundangan. Hal ini karena taksi online memberikan jawaban atas kekecewaan yang telah terakumulasi terhadap praktek-praktek bisnis taksi konvensional. Berbagai testimony negative tentang perilaku oknum-oknum driver taksi konvensional. Dilain pihak sistem yang ditawarkan taksi online dipercaya akan memberikan solusi atas permasalahan ini. Taksi online dianggap memberikan kepastian waktu dan transparansi tariff yang lebih baik. Ini yang kemudian mendongkrak kepercayaan penggunanya. Meski industri taksi tidak dapat dibandingkan secara apple to apple dengan industri pendidikan, tetapi setidaknya kasus diatas memberikan pelajaran berharga tentang peran regulasi tidak akan dapat mengekang tindakan dari konsumennya. Konsumen yang akan menentukan apakah dia akan mengkonsumsi produk atau jasa yang ditawarkan yang memberikan pemuasan kebutuhan yang paling optimal. Bagaimana jika itu terjadi dalam industry pendidikan? Apakah bisnis pendidikan juga akan menjadikan regulasi sebagai bumper bagi existensi mereka? Jika serangan massif dari perguruan tinggi luar negeri masuk ke Indonesia. Atau jika muncul virtual university dengan format yang lebih menarik? Mungkin pertanyaan yang lebih spesifik, apakah universitas kita, tercinta akan mampu bertahan ditengah-tengah kancah persaingan yang semakin massif dari banyak universitas yang akan memanfaatkan virtual classroom?

Apa yang akan berubah? Pertama kurikulum, pengembangan kurikulum akan bersifat fleksibel sesuai dengan kebutuhan pengembangan keilmuan dan kebutuhan konsumennya. Mata kuliah yang ditetapkan secara definitive oleh dikti atau lembaga terkait hanya melekat pada mata kuliah yang mengarah pada internalisasi ideology kebangsaan dan nasionalisme. Selebihnya muatan dan konten yang bersifat pengetahuan akan bersifat customized. Lembaga pendidikan akan menawarkan berbagai materi perkuliahan dan mengelompokan dalam bidang-bidang ilmu tertentu, sebagai acuan untuk menentukan program studinya. Mahasiswa tidak terikat hanya boleh mengambil mata kuliah pada jurusan atau program studi tertentu. Konsep tentang kampus merdeka akan terus dikembangkan tidak hanya dalam konteks pengambilan mata



kuliah tetapi juga konteks kolaborasi antar program studi. Ilmu akan lebih spesifik mengarah pada profesi-profesi yang spesifik pula. Misalnya pemasaran dibidang farmasi, keuangan perusahaan farmasi dan lainnya. Konten mata kuliah akan menjadi semakin kaya karena kolaborasi lembaga pendidikan dengan dunia bisnis yang semakin kuat. Kedua bentuk perkuliahan, perkuliahan akan dilakukan secara fleksibel tidak terikat ruang dan waktu. Mahasiswa dapat mengambil jadwal bebas karena materi perkuliahan akan tersedia setiap saat di ruang virtual dalam bentuk multimedia yang menarik. Pertemuan-pertemuan yang dilakukan secara formal luring atau daring dan terjadual hanya akan digunakan sebagai ajang diskusi dari materi-materi yang belum dipahami. Atau dapat juga dalam bentuk diskusi berkaitan dengan kasus-kasus riil yang akan mendekatkan antara teori dan praktek bisnisnya. Dan bahkan dimungkinkan pertemuan formal yang terjadual tidak perlu dilakukan. Berbagai diskusi tentang materi dan kasus dapat dilakukan secara online melalui media social dalam bentuk WAG, Line Group atau sarana komunikasi yang lain. Keberadaan dosenpun tidak akan terikat waktu dan ruang, kapanpun komunikasi dengan dosen pemngampu kuliah dapat dilakukan secara daring. ketiga regulasi, sebagian besar regulasi akan bersifat global. Batasan yang bisa dilakukan oleh Negara sebatas pada pengakuan ijazah untuk kepentingan-kepentingan formal semata. Dan mungkin orang atau perusahaan tidak akan ambil pusing dengan Ijazah karena mereka akan lebih focus pada kualitas personality. Akan terjalin kerjasama yang kuat antara industry dengan lembaga pendidikan. Setiap mahasiswa akan mempunyai rekam jejak digital yang dapat diakses oleh perusahaan secara mudah dalam bentuk kolaborasi antara perusahaan dan lembaga pendidikan.

Perubahan yang mungkin terjadi di atas akan menguatkan konsep kampus merdeka dalam artian yang sesungguhnya dengan cakupan yang lebih luas. Apakah kita siap? Atau kita akan menutup mata, karena merasa superior? Sementara disruption di bidang pendidikan dalam makna yang sebenarnya akan terjadi. Struktur biaya, jelas akan berubah. kebijakan investasi, tidak lagi pada gedung-gedung yang megah dengan fasilitas yang mewah. Tetapi pada teknologi dengan pemanfaatan ruang virtualnya dan teknologi multimedia serta teleconference. Pendapatan tidak sekedar dari iuran mahasiswa berupa uang sks, uang pengembangan pendidikan dan lainnya. Tetapi juga dari pengembangan-pengembangan bisnis lain berbasis komunitas dan dari perusahaan-perusahaan mitra dalam bentuk kolaborasi bisnis. Kolaborasi bisnis ini sekaligus akan mengubah ideology bisnis kita yang semata bersifat non profit oriented menjadi profit oriented. Budaya juga akan dirubah kedalam bentuk cara belajar yang lebih mandiri dan fleksibel. **Jadi**, sekali lagi, apakah kita siap?



Siap atau tidak siap, dunia sedang mengalami perubahan, termasuk dunia pendidikan. Penghambat utama dari perubahan di dunia pendidikan secara ekstrim, bukan pada regulasi dan perundangan, tetapi lebih pada kesadaran gerakan social yang masih menekankan pada kodrat manusia sebagai makhluk social. Gerakan ini telah muncul dengan revolusi industry 5.0 di Jepang yang menggaungkan jargon society 5.0. Manusia harus disadarkan bahwa mereka adalah makhluk social, interaksi adalah bagian dari hidup mereka yang akan membentuk peradapan yang lebih maju. Teknologi adalah sarana yang tidak dapat menggantikan peran manusia seutuhnya. Dan segala pengembangan teknologi harus digunakan sebesar-besarnya bagi kesejahteraan umat manusia.



Berbasis Sistem dan Kreatifitas di New Normal

Vinsensia Retno Widi Wisayang, SE, MM
Tenaga Pendidikan FEB Unika Soegijapranat

Masa pandemi Covid-19 yang sudah berlangsung hampir setahun hingga saat ini. Penyebaran virus corona yang semakin meluas menyebabkan pemerintah harus mengeluarkan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Pada masa seperti sekarang ini mengharuskan kita untuk melakukan *social distancing* atau pembatasan sosial atau lebih sering disebut *physical distancing* yaitu dengan membatasi segala kegiatan yang dilakukan dari rumah, seperti bekerja, belajar, beribadah, dan lainnya. Setelah diberlakukannya PSBB, dimulai dengan tatanan kehidupan baru yaitu penerapan *new normal* yang berpengaruh terhadap pendidikan. Proses pembelajaran yang tidak boleh dilakukan tatap muka melainkan tatap maya atau melalui dunia maya. Proses pembelajaran yang dilakukan adalah pembelajaran jarak jauh.

Coronavirus disease (COVID-19) yang berasal dari Wuhan di Cina diawali dengan temuan kasus pertama penderita penyakit positif di Indonesia pada 2 Maret 2020. Tidak hanya terhadap tingkat penularan dan pola penularan, tetapi langkah-langkah keamanan yang dilakukan untuk menahan penyebaran virus seperti diberlakukannya pembatasan jarak sosial (*social distancing*) juga akan mempengaruhi kehidupan kita. Pembatasan pergerakan orang terutama di area lingkungan kampus didesak untuk mengatur seluruh mahasiswa melaksanakan Kuliah secara online / daring.

Pembelajaran secara daring yang dirancang oleh pemerintah untuk dosen dan mahasiswa agar tetap bisa belajar secara virtual dengan memanfaatkan teknologi informasi. Meskipun pembelajaran jarak jauh dilakukan bukan berarti pembelajaran yang dilakukan bebas tanpa hambatan. Pembelajaran secara daring ini dapat membuat hambatan belajar, karena semua tidak bisa belajar tatap muka di kelas tetapi harus belajar di rumah dengan menggunakan teknologi informasi yang ada. Jika dilihat, tidak semua dosen, tendik dan mahasiswa memiliki kemampuan yang memadai untuk melaksanakan Pembelajaran secara daring, hal tersebut adalah salah satu hambatanya. Tidak hanya persoalan kemampuan finansial dan kepunyaan teknologi, namun juga permasalahan kemampuan dalam mengoperasikan aplikasi-aplikasi yang digunakan untuk proses pembelajaran. Pembelajaran jarak jauh secara online memaksa dunia pendidikan untuk beradaptasi dengan



teknologi informasi serta berbagai platform digital untuk mendukung proses pembelajaran secara online. Namun sayangnya kondisi yang sangat beragam tentunya menjadi kendala tersendiri dalam pelaksanaan Pembelajaran secara online, terutama masalah sarana dan prasarana serta kualitas sumber daya manusia.

Tahun 2008 sampai dengan sekarang untuk melihat perkembangan teknologi digital sudah cukup lama, karena ekspansi dan ekselerasi inovasi teknologi digital pada setiap tahun selalu mengalami perkembangan yang luar biasa. Seseorang yang hidupnya selalu mengikuti perkembangan teknologi digital akan tidak pernah berhenti untuk menyediakan waktu, pikiran dan dana untuk mengadakan, mencari dan memburunya, karena tanpa itu, kelengkapan sarana dan prasarana kehidupannya akan terasa kurang, dan social psychologinya akan terasa terganggu, ia merasa dirinya sebagai orang yang kurang *up to date*. Selanjutnya, walaupun kriteria tenaga kependidikan (tendik) tersebut di atas sudah bernuansa teknologi digital, yakni menggunakan teknologi komunikasi dan informasi secara fungsional serta pemanfaatan teknologi pembelajaran, namun kriteria tersebut belum secara eksplisit menyebutkan teknologi digital.

Di era pandemi saat ini, pembelajaran secara online sangat direkomendasikan dalam proses belajar mengajar. Unika selalu berusaha untuk berinovasi dan update teknologi terkait penggunaan media pendukung/aplikasi pembelajaran secara online demi terciptanya pembelajaran yang berkualitas. Dari sinilah saya mewakili Tenaga Kependidikan (Tendik) Unika harus ekstra dan mau dituntut untuk belajar dan menyesuaikan diri karena perkuliahan, Ujian Tengah Semester, Ujian Akhir Semester, Presensi Perkuliahan, Bimbingan Tugas Akhir dan bahkan Ujian Tugas Akhir juga dilakukan secara online. Untuk itu, Unika Soegijapranata mengembangkan Cyber Learning yang merupakan pengembangan dari platform E-learning sebelumnya untuk dapat menjawab kebutuhan tersebut. Cyber Learning Unika Soegijapranata dapat dimanfaatkan untuk kepentingan Hybrid Learning karena secara otomatis telah terhubung dengan sistem KRS (Kartu Rencana Studi) dan dilengkapi dengan berbagai sarana yang dapat setara dengan perkuliahan tatap muka, seperti ruang diskusi, presensi, maupun pencegahan plagiasi.

Dengan begitu, proses pembelajaran melalui Cyber Learning yang sudah direncanakan, dapat seimbang dengan proses pembelajaran tatap muka. Cyber Learning Unika Soegijapranata sesuai dengan fungsinya sebagai pembelajaran melalui koneksi internet dapat diakses melalui alamat <http://cyber.unika.ac.id>

Pelatihan IT dengan tendik tidak hanya akan duduk dan diam memperhatikan penjelasan. Tetapi juga di beberapa Pelatihan yang diselenggarakan secara online akan ada penugasan yang akan dikumpulkan. Penugasan ini bisa menjadi sarana berlatih serta menguji pemahaman seputar cyber Unika. Pelatihan cyber dilakukan selama 2 hari melalui zoom meeting.



Pelaksanaan new normal juga tampaknya belum terlalu memungkinkan untuk melaksanakan training tatap muka. Oleh karena itu, Pelatihan online menjadi pilihan yang paling tepat. Bagaimanapun, kualitas dan kompetensi Tenaga Kependidikan yang ada di Unika tetap harus di-maintain. Apalagi di masa seperti sekarang. Pada dasarnya, pelatihan online tidak berbeda dengan sistem pelatihan tatap muka yang biasa. Hanya saja, pelaksanaan pelatihan online dianggap memiliki keterbatasan. Tentu saja, karena peserta pelatihan tidak bisa bertemu



secara langsung dengan trainernya. Otomatis, interaksi di antara mereka menjadi lebih terbatas.



Pelatihan tenaga pendidikan di bidang teknologi ini khususnya Pelatihan cyber Unika diharapkan dapat meningkatkan wawasan dan keterampilan tenaga kependidikan serta memudahkan pengoperasian perangkat bidang teknologi di masing-masing Program Studi. Tugas utama dari pekerjaan Tendik adalah pelayanan, dan pelayanan itu harus cepat dan akurat, maka pelatihan seperti ini sangatlah penting buat kami Tendik, agar bisa bergerak lebih cepat untuk memajukan masing-masing Progdil yang ada di UNIKA, baik dalam hal pengelolaan data maupun web.

Dari sini saya bisa belajar dari pelatihan online cyber Unika ini, cukup bisa membuat saya cepat menambah wawasan dan meningkatkan kemampuan. Karena, materinya yang disusun secara terstruktur, disampaikan oleh orang berkompeten dan berpengalaman, juga penjelasan yang mudah dipahami. Dengan dilaksanakannya pelatihan online bagi Tendik ini, diharapkan dapat membantu dan menunjang pekerjaan tendik yang ada di Unika khususnya di Lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, dikarenakan untuk saat ini hampir seluruh pekerjaan dan pelayanan dilakukan secara online.



“BAD EDUCATION” DI MASA PANDEMI

Sih Mirmaning Damar Endah

Dosen Prodi Akuntansi FEB Unika Soegijapranata

Sejak adanya wabah pandemi Covid-19, tahun 2020 merupakan tahun disaat semua aspek kehidupan harus di *reset* ulang; dimana kita diharuskan ber '*adaptasi*' untuk dapat mengikuti perubahan. Dengan aturan pemerintah yang menerapkan 5 M (*memakai masker, menjaga jarak, mencuci tangan, mengurangi mobilitas, menghindari kerumunan*), semua kebiasaan dan kegiatan masyarakat berubah. Begitu juga dengan dunia **pendidikan**. Anak-anak yang biasa bersekolah terpaksa diliburkan dengan alasan menghindari penularan virus Covid-19. Sekolah melarang adanya aktivitas belajar mengajar dan kegiatan lainnya di sekolah. Pada saat itu anak-anak sekolah merasa gembira karena ada libur tambahan selama dua minggu. Setelah dua minggu ternyata dikeluarkan surat dari dinas Pendidikan bahwa kegiatan belajar mengajar dilakukan di rumah masing-masing sebagai imbas dari penyebaran virus Covid -19 yang belum jelas kapan berakhir.

Gejolak terjadi seiring munculnya perpanjangan kegiatan belajar mengajar (KBM) di rumah. Pertanyaan yang muncul, '*bagaimana anak-anak bersekolah?*' sedangkan mereka masih di dalam masa KBM sekolah. Tidak mungkin KBM berhenti begitu saja. Guru tetap harus mengajar, murid tetap harus belajar. Mereka terpaksa menggantungkan seragam dan sepatu mereka, tetapi harus tetap belajar di rumah. Banyak sekolah yang kalangkabut menyesuaikan kurikulum mereka yang sudah dipersiapkan di awal tahun akademik untuk tatap muka. Mereka harus menyesuaikan diri dengan melakukan KBM secara **on line**. Dengan cara apa dan bagaimana adalah pertanyaan pertama yang muncul di guru-guru sekolah SD, SMP dan SMA. Karena mereka selama ini belum pernah melakukan pembelajaran secara **on line**. Dan dengan munculnya aturan yang sudah ditetapkan pemerintah, para guru harus mampu menyesuaikan diri.

Guru-guru sekolah dengan gamang mencari-cari metode pelaksanaan KBM yang baru agar proses pembelajaran harus tetap berjalan. Tidak mudah, itu pasti. Terutama untuk bapak ibu guru yang sudah memasuki akhir masa bakti, mereka memilih mengundurkan diri lebih awal karena tidak mampu mengikuti perubahan KBM secara **on line**.

Pada awal KBM **on line** diterapkan, murid hanya diberikan pekerjaan rumah yang harus dikerjakan dengan tenggat waktu tertentu, dan harus mereka kirimkan lewat *platform* digital berbasis email, misalnya group



Whats App, Line dan sebagainya. Begitu juga dengan ulangan harian terprogram dan ujian kenaikan kelas. Guru memberikan soal dalam bentuk pilihan ganda dengan *google form* yang dengan mudah dibuat dan dibagikan kepada murid sehingga dapat dengan mudah diisi.

Namun penggunaan *platform* seperti ini masih terbatas dan belum bisa menjadi solusi atas semua kebutuhan KBM di masa pandemi. Seiring dengan berjalannya waktu perubahan teknologi terjadi sebagai wujud adaptasi atas kondisi yang terjadi. Saat ini tersedia aplikasi dimana guru dan murid bisa bertatap muka dengan *google meet*, *zoom* dan dengan aplikasi lainnya. Aplikasi inilah yang membuat interaksi antara guru dan murid tetap berjalan meskipun tidak dapat bertemu secara fisik. Akan tetapi, guru yang masih menggunakan cara konvensional karena kesulitan beradaptasi dengan metode KBM *on line*; hanya mengirimkan *link youtube* yang berisi ringkasan materi dan tugas kepada anak untuk dipelajari dan diselesaikan secara mandiri di rumah. Akan tetapi tidak semua anak mampu memahami materi yang diberikan meskipun orang tua sudah membantu. Lebih parah lagi, siswa diminta untuk merangkum materi dari buku bahan ajar dan mengirimkannya kepada guru tanpa ada pembahasan. Hal ini merupakan '**bad education**' yang dilakukan oleh guru yang tidak mau berubah.

Efek negatif dari pandemi Covid-19 di dunia Pendidikan tidak hanya berimbas pada tenaga pendidik saja. Akan tetapi berpengaruh dan menimbulkan permasalahan baru dari pihak siswa. Masalah yang muncul salah satunya adalah keterbatasan *gadget* dan kuota internet yang tersedia di rumah. Untuk keluarga yang memiliki beberapa anak yang belajar dirumah, pasti membutuhkan *gadget* lebih dari satu, sedangkan mungkin saat ini orang tua hanya memiliki satu *gadget*. Belum lagi kuota internet yang dibutuhkan. Hal ini menyebabkan pengeluaran biaya pendidikan semakin besar. Orang tua harus bekerja ekstra keras demi memenuhi kebutuhan sarana dan prasana untuk KBM *on line* di rumah. Hal ini harus terus menerus dilakukan dengan tujuan anak-anak tetap mendapatkan pengajaran sehingga kita tidak mengalami *lost generation*. Tanggung jawab orang tua yang sudah dilakukan untuk memenuhi kebutuhan belajar online dirumah tidak serta merta menyelesaikan semua permasalahan. Belajar dirumah memang aman dari paparan virus Covid-19, tetapi apakah anak-anak akan tetap disiplin dalam belajar seperti yang sudah mereka lakukan sebelum pandemi ini? Banyak anak SD yang sulit bangun pagi karena mereka merasa libur di rumah dan seandainya mengerjakan tugas, tidak ada guru yang marah.

Ternyata '**bad education**' juga terjadi saat belajar di rumah. Siswa tidak perlu belajar karena tidak perlu sekolah besok pagi. Mengikuti pembelajaran dengan tiduran, sambil menonton TV dan bisa bermain



bebas meskipun tugas mereka belum selesai, karena belum sampai tenggat waktu. Timbul ketergantungan dalam mengerjakan tugas atau mempelajari materi. Memang anak-anak mudah mendapatkan informasi dan materi melalui internet, hal inilah yang menyebabkan mereka menjadi malas untuk mengingat pelajaran. Ini tampak saat mereka mengerjakan Ulangan Harian Terprogram dan Ujian Kenaikan Kelas. Dengan segala kemudahan, mereka akan melakukan kecurangan untuk memperoleh jawaban melalui internet. Belum lagi sikap orang tua yang acuh dalam menghadapi kecurangan yang dilakukan anaknya, sehingga berakibat pembiaran. Bahkan ada orang tua yang dengan sengaja mencari dan memberikan jawaban tugas kepada anak-anak mereka untuk mempersingkat waktu dengan alasan sudah lelah bekerja. Orang tua hanya melihat hasil akhir tanpa memikirkan prosesnya. Etika belajar yang mementingkan proses dari pada hasil seperti inilah yang mulai terkikis hilang.

Pandemi Covid-19 belum jelas kapan berakhir. Bahkan kondisi semakin memburuk. Tantangan dan tanggung jawab orang tua kepada anak belum selesai. Meskipun anak-anak sudah menyelesaikan pendidikannya sampai tahap akhir di dalam masa pandemi ini mereka belum tentu bisa mendapatkan pekerjaan yang sesuai atau yang mereka cita-citakan. Hal ini disebabkan karena koneksi dan *networking* yang terputus atau bahkan belum terbentuk pada saat KBM di masa pandemi. Bahkan mereka belum/tidak mengenal dengan baik teman-teman se-angkatannya.

Saat belajar di sekolah dalam kondisi normal, siswa tidak hanya mendapat pendidikan kognitif saja, tetapi mendapat pendidikan karakter. Pendidikan kognitif memang penting, tetapi pendidikan karakter akan membuat siswa menjadi lebih tangguh dalam menyelesaikan permasalahan yang mungkin mereka hadapi di masa depan. Jika mereka bersekolah, siswa akan berinteraksi dengan lingkungan sekitar, belajar peduli dan tanggap terhadap orang lain yang mereka temui di sekolah. Mereka juga akan melakukan kompetisi dengan *fair* sebagai wujud hasil belajar mereka.

Pandemi Covid-19 memang sedang terjadi dan dirasakan oleh seluruh dunia tanpa terkecuali. Efek negatifnya mempengaruhi seluruh sektor kehidupan dalam masyarakat. Seperti seleksi alam, dimana yang tidak mampu beradaptasi dengan perubahan dan kondisi ini akan ter-eliminasi. Sikap kita sebagai orang tua dan guru harus terus menerus peduli, mengarahkan dan mendampingi anak-anak untuk bisa mandiri dalam melewati fase ini dengan baik. Dengan demikian '*bad education*' selama KMB *on line* di rumah tidak terjadi sehingga pendidikan kognitif dan karakter tepat sasaran dan tertanam sebagai bekal anak-anak melanjutkan fase berikutnya.



Refleksi, Sekolah Kebijakan

"Refleksi adalah pelita hati.

Jika itu pergi, hati tidak akan memiliki cahaya."

- Abdullah ibn Alawi al-Haddad -



MENJAGA HARAPAN

Novia Uut Puspitasari

Tenaga Kependidikan FEB Unika Soegijapranata

Rapid test, swab, dan PCR istilah yang pada saat ini sering kita dengar dan membuat kita *deg deg-an* saat menunggu hasilnya. Ketika hasil yang didapatkan adalah negatif, kita bersujud syukur bahwa kita masih diberikan kesempatan untuk sehat. Lain ceritanya ketika hasil tes yang didapatkan adalah terpapar positif. Berbagai reaksi dan kecemasan muncul saat mengetahui bahwa hasil dari tes swab ternyata terpapar positif. Yaaa...kecemasan dari berbagai hal, dari yang tidak bisa bekerja, ketakutan dikucilkan dari lingkungan sekitar, harus berpisah sementara dengan keluarganya, biaya yang tidak sedikit untuk memenuhi kebutuhan saat karantina mandiri hingga ketakutan bahwa apakah bisa melewati masa masa kritis tersebut. Sungguh terasa sangat berat !

Kecemasan dan ketakutan tersebut kami rasakan saat keluarga kakak terpapar. Dimana istri kakak harus masuk ruang ICU, kakak karantina mandiri di rumah, dan keponakan yang hasil tes swab negatif, sementara tinggal bersama kami. Selama melewati masa kritis tersebut, kami harus menguatkan seorang anak laki laki yang berumur belasan tahun. Seorang anak SMA yang setiap hari harus siaga di hubungi oleh pihak rumah sakit, yang memaksa untuk paham membaca rekam medis mama-nya, yang sudah berani mengambil keputusan bertanggung jawab dengan menyetujui tindakan yang dilakukan oleh rumah sakit. Belum lagi setiap harinya memenuhi segala kebutuhan bapak-nya yang di rumah. capek ? lelah ? Itu yang kami pikirkan. Ternyata dugaan kami salah besar, keponakan kami dengan tegas dan lantang menjawab "Aku bisa dan aku siap melewati semua ini, aku ada untuk bapak dan mamah". Pandemi yang menguatkan, pandemi yang mendewasakan, itu yang seketika kami pahami sesaat keponakan kami selesai berujar.

Dalam menemani masa kritis kakak, kami pun harus siap siaga dengan kebutuhan yang mendadak dan serba cepat. Terlebih kebutuhan akan obat, vitamin, oksigen di mana semua apotek dan toko alat kesehatan banyak yang stock nya kosong. Pada saat itu, kami meyakini bahwa deretan nama yang ada didaftar nomor telepon adalah malaikat tak bersayap bagi kami. Kami berusaha bertanya dan mencari informasi kepada mereka. Syukur kepada Allah.....pertolongan dan bantuan kami dapatkan. Pandemi yang telah melahirkan malaikat malaikat tak bersayap hadir dalam kehidupan.



Dilingkungan kami tinggal, beberapa tetangga merasakan pesimis, merasa tidak ada harapan untuk bangkit kembali pada masa pandemi ini. Banyak yang menggantungkan hidupnya pada sektor swasta yang pada akhirnya terpaksa ditutup. Beberapa tetangga harus beralih pekerjaan demi kelanjutan hidup. Dan beberapa tetangga juga tidak tahu harus melakukan pekerjaan apa, karena memang tidak dipungkiri susahnyanya mencari pemasukan pada masa seperti ini. Namun ada yang menarik ketika ada beberapa tetangga dengan alat yang seadanya, tidak memerlukan biaya mahal, dengan informasi yang didapatkan dari internet, menggunakan sisa ruang rumah semakin kreatif dan berinovasi. Ada yang budidaya tanaman hidroponik, ada yang budidaya lele dan tanaman kangkung di dalam ember, ada yang semakin pintar dan inovasi mengolah makanan, ada yang budidaya ikan hias, ada yang mendadak bercocok tanam. Hasil akhir dari semua usaha adalah dipasarkan dengan harapan untuk bertahan hidup. Pandemi yang melahirkan orang-orang kreatif, inovatif dan solutif.

Beberapa saudara dan sahabat kami yang merupakan tenaga kesehatan, sudah merasakan kelelahan yang sangat luar biasa. Satu per satu kesehatan mereka menurun, tetapi demi pelayanan kemanusiaan, mereka tetap melayani pasien yang sudah memenuhi ruang kamar rumah sakit di mana mereka mengabdikan. Setiap hari pesan selular pribadi kami selalu menanyakan kondisi mereka. Kata yang singkat “Sehat kan?” pada masa sekarang ini bermakna sangat dalam, bukan sekedar basa-basi sebuah kata pembuka percakapan.

Sehat sangat mahal harganya. Sering dalam pesan pribadi maupun dalam *Whatsapp group* percakapan selalu diakhiri dengan “Salam Sehat” atau dengan bahasa yang lebih akrab “sehat selalu yaaa”. Saling bersinergi dan saling menjaga. Menjaga untuk sama-sama sehat dan sama-sama disiplin menjalankan protokol kesehatan.

Disiplin menerapkan protokol kesehatan dalam era *new normal*. Pakai Masker, Cuci Tangan, Hindari Keramaian, Kurangi Mobilitas, Hindari Sentuh Wajah, Tingkatkan Daya Tahan Tubuh, Istirahat Yang Cukup, Jaga Kesehatan dan yang tidak boleh terlupakan adalah Tetap Berdoa Memohon Perlindungan dan Selalu Berpengharapan.

Mengeluh, bersungut-sungut maupun melakukan aksi protes kesana kemari tidak akan merubah keadaan. Lebih-lebih dengan menyebarkan pemikiran yang menyesatkan, menyebarkan berita yang tidak jelas sumbernya, yang berasal dari “katanya.....”. Yang akan terjadi hanyalah situasi yang semakin tidak bersahabat. Jangan membagikan pesan yang mengandung kebencian. Kebencian yang tidak terkendali akan semakin menumpulkan logika yang sehat. Memang bukan perkara yang mudah dalam melewati masa pandemi ini. Tetapi tidak ada hal yang tidak bisa.



Mari kita saling membagikan semangat yang positif, berbagi optimisme, berbagi pesan yang menginspirasi, pesan yang mencerdaskan, pesan yang menyejukkan. Pengaruhnya akan sangat terasa sekali, meskipun dalam lingkup terkecil kita. Saling merangkul dan saling *nyengkuung*. Kita akan merasakan bahwa kita tidak sendirian dalam menghadapi masa sulit ini. Menyalakan empati akan lebih memudahkan kita untuk merasakan apa yang dirasakan oleh orang lain, membayangkan apa yang dialami oleh orang lain, dan melihat sesuatu dari kacamata orang lain.

Kita semua merindukan bisa melepas masker, berkumpul dan bercerita, makan bersama, melakukan kegiatan bersama, melakukan perjalanan tanpa disertai rasa was was dan ketakutan. Kerinduan tersebut akan bisa kita nikmati kembali apabila masing masing dari kita mempunyai rasa empati untuk saling menjaga harapan kehidupan kita. Kita bersama sama mempunyai tanggung jawab yang besar untuk memulihkan bumi ini. Saatnya kita bersama menyalakan empati dalam diri kita. Empati akan menggerakkan rasa saling tolong menolong.

Empati yang sudah menyala bisa dilihat dari sekitar kita, disaat puncak pandemi sekarang ini. “Jogo tonggo” yang semakin tinggi, bahkan ada yang menyediakan makanan gratis bagi saudara saudara kita yang sedang isolasi mandiri. Beberapa komunitas melayani kunjungan bagi orang tua yang membutuhkan bantuan untuk dimandikan maupun cek kondisi tubuh pada saat isolasi mandiri. Komunitas yang melayani doa untuk pemulihan kesehatan. Semakin bertambahnya relawan pemulasaraan jenazah. Penjual tabung oksigen dan isi ulang oksigen yang masih melayani dengan harga wajar. Penjual masker, obat maupun vitamin yang tidak menaikkan harga. Mereka yang dengan sukacita memberikan berbagai informasi darurat yang dibutuhkan, seperti kesediaan ruang kamar rumah sakit, ambulans, apotek yang masih ada stock obat dan vitamin, tempat yang menyediakan tabung maupun isi ulang gas oksigen. Tidak sedikit pula orang yang meminjamkan tabung oksigen secara gratis. Bahkan mereka yang mempunyai ijasah tenaga kesehatan merelakan kesempatan tidak mengikuti seleksi ASN dan memilih menjadi relawan tenaga kesehatan.

Doa dan peluk yang sangat erat bagi mereka yang saat ini sedang berjuang merawat dan menyembuhkan, bagi mereka yang sedang merasakan kehilangan, bagi mereka yang sedang menjalani isolasi mandiri dan terpisah dengan keluarganya, bagi yang sedang mencemaskan kondisi orang orang terdekat. Terlebih doa bagi mereka yang masih keluar rumah untuk mencari nafkah di tengah ketidakpastian. Dan doa bagi mereka yang masih bertahan dirumah tidak pergi ke mana mana dengan perasaan yang campur aduk tidak menentu.



Disiplin melakukan protokol kesehatan dan menyalakan empati yang telah kita bangun, mari kita lengkapi dengan mengikuti program pemerintah yaitu dengan melakukan vaksinasi. Karna vaksinasi juga penting, salah satu harapan untuk mengakhiri pandemi ini. Sudah banyak dibuka sentra vaksin dengan jumlah kuota yang setiap harinya mencapai ribuan. Kemudahan untuk memperoleh vaksin yang masih diberikan secara gratis oleh pemerintah, dimana bisa memilih sentra vaksin menyesuaikan jarak terdekat dengan tempat tinggal. Vaksin terbukti mampu memperkuat imun tubuh dan mencegah penularan virus. Abaikan informasi yang mengatakan bahwa vaksin tidaklah penting, yang mengatakan pengaruh efek vaksin akan berdampak buruk bagi tubuh, ada pula yang menyebarkan informasi bahwa vaksin bagian dari sebuah kepentingan tertentu. Memang secara fakta, negara kita belum mampu memproduksi vaksin secara mandiri, negara kita masih mengimpor vaksin dari negara lain.

Adalah tugas kita bersama untuk mengakhiri pandemi ini. Tugas pemerintah yang menyediakan vaksin bagi kita, dan tugas kita mengikuti apa yang telah disediakan oleh pemerintah dan mau divaksin agar bisa tercipta kekebalan kelompok. Kekebalan kelompok bukanlah impian tanpa bukti. Target dan harapan ini membutuhkan perjuangan bersama. Perlindungan daya tahan individu yang ditimbulkan oleh vaksin maupun yang dialami oleh para penyintas covid adalah perlindungan yang sangat berharga bagi diri sendiri maupun lingkungan terkecilnya, seperti keluarga. Menyelamatkan orang tua dan lansia yang ada di sekitar kita. Melindungi anak-anak yang bertumbuh kembang dan menempuh perjalanan hidup yang masih akan sangat panjang.

Pada saatnya nanti kerinduan kita akan terbayarkan dan terangkai sebuah kenangan yang tak akan terhapus oleh jejak bahwa pandemi itu menguatkan, pandemi itu mendewasakan, pandemi itu melahirkan malaikat-malaikat tak bersayap hadir dalam kehidupan, pandemi itu melahirkan orang-orang kreatif, inovatif dan solutif. Dan pandemi itu berjuang bersama untuk menyalakan empati dan menjaga harapan.



BELAJAR DARI OMA WENNY

Agnes Advensia Chrismastuti

Dosen Prodi Akuntansi FEB Unika Soegijapranata

Perempuan 55 tahun ini, namanya Wenny. Rekan-rekannya di **Womanpreneur Community** Semarang memanggilnya Oma Wenny, karena beliau senior dan memang sudah punya cucu. Tapi jangan membayangkan penampilan layaknya seorang nenek. Perawakannya mungil, langsing, rambut hitam model bob yang selalu rapi indah terurai sebau. Kulitnya halus putih. Polahnya lincah, Bicaranya halus tapi renyah, istilah orang Jawa “ceriwis” dengan nada ceria dan penuh semangat.

Perjumpaan awal kami 2 tahun lalu, di bulan Agustus 2019, dalam sebuah workshop penguatan finansial UMKM, yang tim kami selenggarakan sebagai bagian dari penelitian Ristek Dikti. Pada saat itu Oma Wenny sedang merintis usaha sambal kering. Sebelumnya, beliau memproduksi sambal matang dengan merek Sambal Oma. Namun fluktuasi harga cabai membuatnya berpikir harus melakukan inovasi. Sambal matang harus selalu *fresh*, apalagi Oma bertahan tidak mau menggunakan bahan pengawet. Ketika harga cabai melambung, margin labanya kecil bahkan defisit, harga jual tidak dapat menutup harga pokok produksinya.

Ketidakpastian bisnisnya menjadi sangat tinggi, seperti naik *roller coaster* kata beliau. Oma lalu berpikir membuat cabai kering. Pembuatan cabai kering juga membantu para petani cabai, yang ketika panen melimpah, sebagian panen membusuk percuma, maka dengan dikeringkan menjadi bahan baku untuk diolah lebih lanjut menjadi cabai kering akan sangat membantu petani. Oma Wenny belajar proses produksi cabai kering dari nol. Untuk menjaga kualitas bahan baku cabai kering dari petani, dia turun sendiri ke petani-petani, memberi pelatihan pengolahan yang tepat.

Oktober 2020, kami berjumpa kembali dalam sebuah workshop juga, dalam kondisi pandemic covid-19 tengah berlangsung. Workshop dibagi dalam tim-tim kecil agar *physical distancing* dapat terjaga, namun justru membuat perjumpaan menjadi lebih inten. Meskipun jaga jarak dan pakai masker, tapi jelas terlihat Oma Wenny tidak berubah, masih tetap cantik, ceria dan penuh semangat. Namun ternyata dia punya kisah yang membuat kami makin mengagumi pribadinya. Ternyata pandemi membuat bisnis cabai kering Oma terpuruk. Pasar sepi. Supply dan distribusi terganggu. Usaha suaminya juga macet. Rumah di Semarang



terpaksa dijual dan mereka pindah ke Salatiga, tinggal di rumah putra mereka yang sudah berkeluarga.

Yang luar biasa adalah Oma tidak pernah berhenti “obah”. Olah pikirnya membuahkkan ide yang *extraordinary*. Oma membuka kelas memasak *online*. Oma ternyata ahli masakan *chinese* dan *western food*. Awalnya, hanya teman-teman dekat yang ditawarnya ikut kelas memasaknya, tanpa pungutan biaya. Gaya persuasifnya menarik minat teman-temannya untuk mencoba bergabung, terutama karena mereka juga tahu keahlian Oma memasak. Bagaimana metode kelas memasak *online* ini? Tahap pertama para peserta dimasukkan dalam grup whatsapp. Bahan, alat dan cara memasak diberikan lewat grup wa, agar peserta dapat menyiapkan bahan-bahan dan alat yang diperlukan terlebih dahulu. Pada waktu yang ditentukan, semua memasak bersama dari rumah masing-masing, dibimbing oleh Oma Wenny. Mereka kemudian berbagi pertanyaan, cerita, komentar, testimoni, serta saling memberi semangat. Setelah *testing* pasar berhasil, dan para peserta sendiri yang justru memaksanya untuk memungut jasa, barulah Oma baru berani menetapkan kontribusi dari peserta. Kelasnya jalan terus dan anggotanya semakin bertambah. Alih bisnisnya dari menjual produk menjadi jasa, justru memberikan keuntungan yang lebih besar dengan *effort* yang lebih ringan. Hari itu, Oma Wenny senang dan penuh semangat, karena selain mendapat bimbingan cara mencatat dan menyusun laporan keuangan, dia juga belajar membuat *google form*. Jadi presensi kelas memasaknya sekarang bisa dibuat otomatis, tidak perlu harus dicatat manual lagi.

Adaptasi dan Transformasi

Pandemi covid-19 membuat tata kehidupan berubah. Institusi, organisasi, bisnis, dan individu beradaptasi. Solusi umumnya dengan pemanfaatan teknologi informasi. Beruntung dunia berada di era Revolusi Industri 4.0 yang ditandai dengan jaringan global yaitu internet. Internet memungkinkan berbagai aspek kehidupan dilakukan secara daring. Komunikasi, tatap muka, transaksi, transportasi dan ekspedisi, semua dapat dilakukan secara daring. E-learning yang beberapa tahun sebelumnya sebenarnya sudah berkembang, namun masih dipakai sebagai alternatif, kini menjadi keharusan. *E-banking*, *e-money*, *e-wallet*, *e-transportation*, *online shopping* bukan lagi hanya sebagai pilihan, tapi sudah menjadi keseharian.

Dunia beradaptasi, melakukan perubahan untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan yang berubah. Dunia juga bertransformasi, yang menurut KBBI diartikan sebagai perubahan rupa (bentuk, sifat, fungsi, dan sebagainya). Meskipun kedua termonologi tersebut seolah sama-sama membahas perubahan, namun ada perbedaan mendasar di antara



keduanya. Adaptasi terjadi karena adanya perubahan eksternal yaitu lingkungan. Sementara transformasi tidak harus disebabkan oleh perubahan lingkungan. Pemikiran transformatif memungkinkan individu dan tim melakukan perubahan. Transformasi justru mampu mengubah lingkungan, mengubah kondisi, menciptakan sesuatu yang baru, bahkan budaya yang baru. Seorang pemimpin transformational mampu memberi semangat dan menyampaikan nilai-nilai positif yang mengilhami timnya dengan sikap 'kita mampu'. Pemimpin transformatif melenyapkan hambatan untuk berubah, sehingga tercipta iklim kreatif dan inovatif.

Jadi apakah kita beradaptasi atau bertransformasi selama pandemi? Jangan-jangan yang kita lakukan hanya beradaptasi dengan perubahan tata kehidupan akibat pandemi? Bagaimana dengan demonstrasi mahasiswa tolak PPKM di Jakarta, Yogyakarta, Bandung, seruan demonstrasi juga di Semarang meskipun sebelum terlaksana sudah digalakan?

Dua kutub pola pikir

Kita memang berubah, menyesuaikan dengan kondisi pandemi yang membatasi, yang mengharuskan *physical distancing*. Banyak aspek diri kita berubah, dipaksa oleh keadaan. Namun ada yang membedakan perubahan yang kita lakukan, yaitu pola pikir yang mendasarinya. Berubah karena terpaksa saja, mau tidak mau karena tidak ada jalan lain, atau berubah karena dorongan kesadaran dalam diri bahwa perubahan akan memberi pelajaran berharga kita untuk tumbuh.

Beberapa waktu lalu seorang teman psikolog, mendiskusikan tentang dua kutub pola pikir manusia, *fixed mindset* dan *growth mindset*. Rasanya ide ini relevan untuk menjadi dasar berefleksi atas cara pandang masing-masing individu atas kondisi pandemi. *Fixed mindset* memandang bahwa karakter, kecerdasan, dan kemampuan merupakan sesuatu pemberian yang statis, tidak dapat diubah. Setiap orang mempunyai 'jatahnya' masing-masing, yang biasanya kita sebut dengan bakat atau talenta. Kesuksesan adalah afirmasi dari talenta tersebut. Pola pikir ini membuat orientasi individu adalah mempertahankan kesuksesan dan menghindari risiko kegagalan atau kesalahan apapun dalam hidupnya. Sebaliknya, pribadi *growth mindset* bertumbuh dalam tantangan dan memaknai kegagalan bukan sebagai bukti ketidakcerdasan atau ketidakmampuan, melainkan sebagai batu loncatan untuk bertumbuh dan meningkatkan kemampuan dari yang sekarang.

Growth mindset bukan berarti tidak memandang talenta sebagai modal individu untuk meraih sukses. Memahami talenta kita masing-masing tetap penting. Dengan memahami talenta, individu dapat mencurahkan perhatian, daya pikir, kerja keras dan kreativitasnya pada talenta yang



dimilikinya. Menyadari talenta juga menjadikan individu percaya diri, karena mengerti keunikan dirinya sebagai suatu keistimewaan dibandingkan orang lain. Namun dalam *fixed mindset*, kegagalan melakukan sesuatu, akan dianggap sebagai ketidakmampuan yang dibawa oleh bakat atau telantanya. Ketika kecil, sebagian anak ketika ditanya pelajaran apa yang paling tidak disukai, akan menjawab Matematika. Lalu apakah anak akan menyerah begitu saja karena merasa tidak punya IQ yang tinggi untuk bisa memahami dan berhasil dalam Matematika? Anak yang menyerah adalah anak yang memiliki *fixed mindset*, sedangkan yang tidak menyerah adalah yang memiliki *growth mindset*. Barangkali kerja kerasnya tetap tidak dapat memberinya nilai A atau 100, namun ia belajar menikmati prosesnya. Nilai hanyalah bonus, bukan tujuan.

Kedua pola pikir tersebut, membentuk perilaku kita, hubungan kita dengan kesuksesan dan kegagalan baik dalam konteks profesional maupun pribadi, yang pada akhirnya mempengaruhi kemampuan kita untuk bahagia. Maka perubahan yang kita lakukan sebagai tanggapan atas lingkungan yang berubah karena pandemic, akan mempengaruhi bagaimana kita memandang dan merasakan perubahan. Bagi pribadi *growth mindset* perubahan akan dirasakan sebagai kesempatan untuk belajar. Tantangan memacu adrenalinnya untuk menjawab tantangan dengan semangat dan sukacita. Sebaliknya pribadi *fixed mindset*, berubah lebih karena terpaksa. Tantangan dirasakannya sebagai suatu yang membebani hidup. Oleh karenanya sukacita dan semangat menjalani proses berubah, sulit dirasakannya.

Seorang Oma Wenny, adalah contoh pribadi *growth mindset* yang kuat. *Roller coaster* usahanya dihadapinya sebagai tantangan yang membuatnya menjadi pribadi yang kaya. Dia belajar dari setiap tantangan usahanya, tidak menyerah, selalu mencari ide-ide segar untuk solusi usahanya berkembang, bahkan ketika harus mengubahnya secara drastis. Setiap proses dijalaninya dengan semangat dan sukacita. Gagal adalah sinyal untuk belajar, dari kegagalannya dia temukan kekurangannya, bukan untuk diratapi tapi untuk dicari solusinya. Maka setiap ujanya adalah kabar kegembiraan. Itu juga yang mungkin membuatnya awet muda, cantik dan selalu ceria.

Belajar dari Oma Wenny, mestinya membuat kita lebih sabar ketika jaringan internet tidak stabil. Ketika *platform* tatap muka daring tersendat, mencari alternatif *platform* lain yang lebih efektif, daripada hanya emosi dan menyalahkan kondisi. Ketika materi belajar menjadi sulit disampaikan, maka mencari metode belajar yang menarik dan efektif bahkan mencoba aplikasi-aplikasi untuk membuat konten pembelajaran yang atraktif, daripada memarahi mahasiswa karena tidak paham atau



pasif. Ketika merasa kesulitan belajar teknologi baru, tidak malu bertanya dan belajar pada rekan junior. Tidak pernah merasa terlalu tua untuk belajar hal baru. Kita pendidik, kalau masa pengabdian kita barangkali akan melewati setidaknya 2 generasi, apakah kita masih akan menggunakan metode mengajar kita 30 tahun yang lalu? Bayangkan jika kita bergerak di dunia praktis, pasti akan dituntut untuk terus beradaptasi dan bertransformasi, jika tidak ingin terlibas oleh perkembangan. Jika kita sebagai pendidik tidak bertransformasi, bagaimana kita dapat menyiapkan generasi muda yang maju sesuai jaman nya?

Pandemi menguji kita, membantu kita mengevaluasi diri, mana pola pikir yang mendominasi diri kita, *growth* atau *fixed mindset*. Bagaimana kita dapat mendidik generasi penerus untuk mempunyai *growth mindset* jika kita sendiri tidak? Bagaimana kita bisa menciptakan generasi yang kreatif dan inovatif jika pola pikir kita sendiri *fixed mindset*? Berpikir positif, berani berubah, berani jatuh, setia dan menghargai proses. Mampukan kita mengubah pola pikir kita dari *fixed* menjadi *growth mindset*? Kalau kita mau dan berani mencoba, artinya kita sudah berubah.



BE POSITIVE, ADAPTIVE DAN TRANSFORMATIVE

MG Westri Kekalih Susilowati

Dosen Prodi Manajemen FEB Unika
Soegijapranata

The Happening

“okey gaes...mari kita lihat ya,...kakak kapan ujian, nik kapan...laben kapan?,ayah bunda menyesuaikan aja” Kemudian kami menentukan tanggal di bulan Juli untuk family time, rekreasi bersama ke tempat yang lil bit jauhnya, yang kami usahakan minimal satu tahun sekali. Then,...”kemanakah kita?”. Maka, kami sepakati daerah yang ingin kami kunjungi. Toss – toss -toss! Itu adalah momen kira-kira bulan januari 2020. Bulan Maret 2020, sebelum PSBB jilid I, kami sekeluarga sempat family time Solo. Semarang – Solo, lewat toll, rasanya cepat. Namun, karena situasi nampaknya kurang memberi rasa aman dan nyaman, kami hanya tinggal di dalam hotel, makanan pesan, seharian kruntelan nonton film-film di Netfl**. Entah berapa film yang kami putar, sampai dengan waktu check out, kami tidak kemana-mana. Pulang ke Semarangpun ngga mampir-mampir. Namun demikian, di perjalanan pulang ..kami masih optimis..bisa family time yang lebih besar di bulan Juli.

Begitulah, dan kita semua tahu bagaimana kondisi berkembang. Covid-19 semakin menggila. Bahkan merenggut nyawa beberapa orang tercinta kami. Ahh...sedih rasanya. Ada momentum lebaran, yang biasa hingar bingar dengan arus mudik, bersilahturami, “pamer” keberhasilan dan lain-lain yang sungguh-sungguh menggerakkan kehidupan. Tidak hanya kehidupan bermasyarakat, tetapi juga kehidupan ekonomi...sirnaaa!!. Peluk-peluk, cipika-cipiki sebagai ungakapan kasih, kangen....no no....no. Sungguh, peradapan kini berubah.”kalau kamu mengasihi, kalau kamu menyayangi...jauhilah dia...! ouuww howcome, Kebolak-kebalik kan? Pemerintah, yang punya uang banyak (meskipun tetap terbatas} dengan sigap meluncurkan berbagai kebijakan, berbagai stimulus kepada masyarakat, terutama yang paling terdampak. Aku kuga dapat relaksasi pajak loh..... Begitulah.

Jelaslah, seperti ini bukanlah kondisi yang kita inginkan, sebaliknya ...kalau boleh minta, Tuhan please jauhkan kondisi seperti ini. Tuhan, kami kangen bertemu orang tuaku, saudaraku, sahabat-sahabatku. Kangennnnn byuttt....kangen yang selama ini mungkin tidak pernah kita rasakan, bahkan mungkin selama ini kita cenderung mengabaikan orang-



orang yang pada mereka sekarang kita merasa kangen. “Nantilah...kutemui orang tua ku, atau si A, si B, si C....masih banyak waktu.” Begitulah, akhirnya tertunda dan tertunda lagi, dan waktu itu tak kunjung datang karena pada akhirnya kita “nguplek dengan kesibukan kita” ..Weit..kok kita? Aku kali, ya? Oya...waktu pandemi belum menerpa, pergi ke kantor, ke tempat kerja adalah rutinitas yang mungkin terasa membosankan. Kadang memilih untuk tidak datang ke kantor, ...ngga papa lah gaji dipotong cuman sekali-sekali doang. Sekarang, ke kantor, ketemu rekan kerja...adalah kerinduan yang luar biasa. Kalaupun ke kantor, ...mau menyapa saja berpikirnya berulang-ulang...duh, nanti jangan-jangan Misss you much teman-teman. It is the fact that happening.

Positive Thinking-Positive Doing

Semakin ke belakang, rasanya covid makin menggila. Mendengar kerabat, tetangga, teman terpapar seperti sudah biasa. Arus *infodemic* sungguh luar biasa, terkadang justru membuat miris. Muncul pula istilah *heard stupidity* yang menunjukkan betapa abainya kita, betapa cerobohnya kita. OMG kapan selesainya??? ...and then, sampailah pada suatu pemikiran...”ya memang harus beradaptasi” Pandemi Covid-19 adalah “given”. Kitalah yang harus menyesuaikan diri. Bagaimana? “be positive,...positive thinking-positive doing”. Mencari hal-hal baik yang dipicu oleh pandemi covid-19, dan mematuhi protokol kesehatan secara maksimal dimanapun, kapanpun.

Beberapa hal-baik yang ditimbulkan oleh pendemi covid-19 antara lain, (1) manusia menjadi lebih peduli pada kondisi kesehatan dan kebersihan diri. Pandemi mendorong orang untuk lebih memperhatikan sistem imun dengan memperhatikan pola malam, istirahat, olah raga, dan berjemur; (2) Menurut Business insider, emisi nitrogen dioksida berkurang. Di China, penutupan pabrik selama dua bulan menurunkan emisi sampai dengan 30 persen. Di beberapa negara di Eropa seperti Italia Utara, Inggris, dan Spanyol, tingkat polusinya juga mengalami penurunan hampir 50 persen. Demikian juga Jakarta. Di Jakarta, kualitas udara meningkat menjadi berada pada tahap sedang pada kisaran Indeks Standar Pencermar Udara (ISPU) 60 – 90 setelah sebelumnya pada angka ISPU antara 101 – 150; (3) Harus #DiRumahAja merupakan saat yang tepat untuk berkumpul bersama keluarga; (4) Meningkatnya kepedulian dan soloidaritas antar sesama manusia. Selama pendemi COVID-19 nampak jelas sekali bagaimana manusia saling peduli. Berbagai bantuan sangat menonjol aktivitasnya, tidak hanya bagi yang terpapar dan tenaga medis, namun juga bagi mereka yang terdampak secara ekonomi. Terkait dengan aktivitas ekonomi secara menyeluruh, kearifan lokal “Gotong Royong” muncul kembali, tercermin pada program “jaga tangga” (menjaga



tetangga), membeli dari warung-warung sebelah. Ekonomi kerakyatan yang akhir-akhir ini nyaris kurang terdengar seolah menggema lagi; dan (5) Era baru, yakni era yang sarat dengan teknologi informasi atau era digital hadir lebih cepat. Terdapat kemajuan yang luar biasa dalam hal penguasaan dan kemampuan untuk memanfaatkan teknologi khususnya teknologi informasi dalam kehidupan sehari-hari. Yak...pandemi COVID-19 memaksa masyarakat belajar dengan cepat. Era yang pdalam kondisi normal barangkali akan terjadi tiga atau empat tahun lagi telah hadir saat ini. Tingkat melek tekonologi mengalami kenaikan yang sangat signifikan.

Kalau dalam ilmu manajemen, dikenal suatu alat analisis yang sangat terkenal sebagai dasar pengambilan keputusan. SWOT, ya ..SWOT, yakni Strength (Kekuatan) – Weaknesses (kelemahan) - Oppprtunities (Peluang) -Threaths (Ancaman). SWOT merupakan salah satu teknik perencanaan dengan menggabungkan sisi positif dan negatif, internal dan eksternal. Sebagai salah satu instrumen perencanaan, analisis SWOT merupakan pendekatan yang klasik. Yakni, menggunakan kerangka kerja kekuatan dan kelemahan yang merupakan faktor internal, dan peluang serta ancaman yang merupakan faktor eksternal.

Positif – negatif. David Cooperrider, dalam bukunya *Introduction to Appreciative Inquiry (AI)* (1995), memperkenalkan pendekatan SOAR sebagai alternatif pendekatan SWOT. SOAR? Strength – Opportunities- Aspirations, dan Results. SOAR menjadi alternatif pola pikir SWOT yang sudah sangat mapan. Hal mendasar yang membedakan pendekatan SWOT dan SOAR adalah dalam pendekatan SOAR beranggapan bahwa faktor kekurangan dan ancaman dapat memunculkan perasaan negatif bagi para anggota organisasi. Perasaan negatif tersebut selanjutnya mendegradasi motivasi untuk melakukan yang terbaik. Dalam pendekatan SWOT, hal-hal positif yang menimbulkan optimisme maupun hal-hal negatif yang mungkin menakutkan, semua dipertimbangkan. Namun, manusia cenderung memberikan perhatian lebih pada hal-hal negatif (weaknesses, threats) yang terkadang menyebabkan demotivasi, pesimisme, atau mungkin apatis. Dengan fokus pada hal-hal yang baik diharapkan mampu memotivasi diri. Dengan menitikberatkan pada kelebihan atau kekuatan yang kita miliki, diharapkan mampu menciptakan energi positif yang dapat menciptakan aura optimis. Dengan berpikir positif, kita didorong untuk bertindak, untuk melakukan sesuatu yang positif sehingga tetap produktif. *Positive thinking lead us to positive doing.*

Be Transformative

Tidak hanya terkait dengan persoalan pandemi covid – 19, namun juga setelahnya, seterusnya. Tidak berarti mengabaikan kelemahan maupun ancaman, namun berpikir positif yang mendorong munculnya tindakan-



tindakan positif akan menciptakan energi positif yang besar untuk keluar dari berbagai persoalan. Baik sebagai individu maupun bangsa, mari kita berimajinasi, “bermimpi” dan merancang masa depan yang lebih baik. Imajinasi, mimpi, dan harapan....ketiga hal ini akan mendorong orang untuk melakukan inovasi-inovasi.

Saya setuju dengan ungkapan bahwa hal yang pasti di dunia ini adalah ketidakpastian. Konsekwensinya, orang selalu dituntut untuk mampu beradaptasi, untuk berubah setiap saat, dan mendorong terjadinya perubahan. *To adapt-to transform-be transformative*. Pandemi covid-19 memaksa kita untuk berubah, untuk berrevolusi dengan segera. Berbagai pembatasan mobilitas memaksa kita untuk segera beradaptasi dengan kebiasaan baru, cara bersosialisasi, cara bekerja, dan lain sebagainya. Perubahan yang sangat signifikan dalam hal cara kita bekerja, berpikir, dan bertindak tentu tidak akan berhenti serta-merta dengan berakhirnya pandemi COVID-19. Sebaliknya, hal tersebut merupakan tonggak kehidupan baru yang akan berlangsung dalam jangka panjang. Adaptasi adalah cara seseorang mengatasi tekanan situasi untuk bertahan hidup. Ketidakmampuan beradaptasi berisiko mengalami tekanan, “keterlindasan”, tidak mampu bertahan. Dalam kasus saat ini, individu menyesuaikan diri dengan perubahan karena pandemi COVID-19. Kesiediaan untuk beradaptasi ini selanjutnya mendorong seseorang untuk berubah, bertransformasi. Maka dapat dikatakan bahwa beradaptasi dan bertransformasi adalah satu kesatuan. Transformasi merupakan perubahan cara hidup (*the way of life*), perubahan cara hidup untuk bertahan dan mengikuti arus perubahan. Selain yang persisten adalah ketidakpastian, saat ini kita masuk pada era *new normal* akibat pandemi COVID-19, maka beradaptasi dan bertransformasi adalah keharusan. Dimulai dari diri kita sendiri. Adaptasi dan transformasi yang kita lakukan akan berdampak luas. Mungkin kita berpikir, “kalau aku sendiri yang berubah, aku sendiri yang berperilaku, bagaimana bisa membawa perubahan bagi masyarakat?” Ahhh..tidak juga, kan ada banyak “aku”. *Just do it!* Salah satu faktor yang mempengaruhi seseorang untuk berperilaku adalah kelompok referensi. Bisa jadi apa yang aku, aku, dan aku lakukan dapat menginspirasi orang lain untuk melakukan hal yang sama. Sederhana bukan? Cukup memulainya dari diri kita sendiri dengan “positive thinking, then positive doing”, siap beradaptasi dan bertransformasi. Maka, kita akan menjadi pribadi yang transformatif.

Salam Sehat, Tuhan Memberkati



PERUBAHAN ADALAH PELUANG

Maryati Sri Rejeki

Alumni Prodi Akuntansi FEB Unika Soegijapranata

Saat memasuki malam tahun baru 2020, hal yang terlintas adalah hal-hal baru apa yang muncul ditahun 2020. Covid -19 mungkin hanya penyakit lokal di China yang tidak disangka akan menjadi masalah global. Bagi orang-orang yang selalu berinovasi dan berubah cepat dalam segala keadaan akan sangat dengan cepat dan gesit menghadapi perubahan.

Bagi kebanyakan orangpun menjadi kaget dan bingung terhadap perubahan drastis dampak dari Covid -19. Semua aspek berubah terutama bisnis ekonomi dari lini terkecil sampai raksasa. Bisnis rumahan pun mau tidak mau berubah. Saat dunia usaha tidak gesit bergerak berubah kearah digitalisasi dan online dan terperangkap pada cara-cara manual otomatis akan gulung tikar.

Ada banyak ramalan dan pandangan-pandangan dari para pakar ekonomi dunia bagaimana dunia bisnis akan bergerak saat terjadinya Covid -19.

Hal yang sederhana tetapi bisa menjadi referensi dari buku “Rich Dad, Poor Dad” yang ditulis oleh Robert T. Kiyosaki bahwa “setiap masa/periode selalu ada perpindahan kekuasaan dan juga kekayaan”. Artinya apa perhatikanlah dengan teliti periode ini, masa = periode = waktu = berubah yang artinya adalah “PELUANG”, probabilitasnya adalah 50% sukses dan 50% gagal.



Setiap proses bergerak membutuhkan waktu

Setiap perubahan selalu terjadi pada rentang waktu, tidak terjadi tiba-tiba ada “PROSES” untuk terjadi nya “PERUBAHAN”. Kita bisa mengubah perubahan berproses menjadi PELUANG yang menghasilkan kesuksesan, sepanjang bisa membaca situasi dan keadaan,



Bagaimana kita bisa mengubah PERUBAHAN cepat ini menjadi PELUANG dan tetap eksis dimasa pandemic ini ?

1. Memahami PROSES apa yang telah berubah. Saat kita menerima hal-hal baru seperti teknologi baru dalam bentuk apapun, yang perlu dipikirkan, hal-hal apa yang bisa dijadikan modal untuk kemajuan bisnis dan ekonomi. Saat teknologi Android ditemukan banyak orang bergerak cepat untuk memikirkan bisnis online, walaupun infrastruktur belum sempurna. Tapi jelas tehnologi ini berdampak pada perubahan gaya hidup, dan aspek kehidupan lainnya. Saat pandemic dan kontak fisik menjadi sangat terbatas, dan dituntut bekerja dari rumah. Menjadi peluang yang sangat besar untuk bisa bekerja secara online.. Saat kita tidak tanggap dan pihak lain gesit beradaptasi dengan perubahan orang-orang inilah yang meraup keuntungan berlipat kali ganda. Sebab Hukum Ekonomi Demand VS Supply. Saat anda melihat bahwa proses berubah dan melihat demand/permintaan meningkat saat itu anda mengetahui PELUANG. Perubahan yang paling menonjol adalah perubahan perilaku konsumen saat pandemic. Hal ini harus diperhatikan (semua serba online, tidak bisa dilakukan outdoor, bisnis rumahan semakin meningkat, membangun bisnis melalui networking).
2. Perhatikan masa / waktu kepemimpinan. Setiap periode kepemimpinan di negara manapun anda berada atau tinggal, Anda harus mengenal penguasa daerah/area lokasi berbisnis. Setiap pemimpin selalu mempunyai kebijakan-kebijakan yang tidak lepas dari perubahan. Contoh Kepala desa diganti saja pasti ada perubahan kebijakan yang dibuat baik hal-hal tidak penting sampai pada hal-hal sangat penting yang berdampak pada bisnis dan ekonomi. Kita harus menyiapkan strategi-strategi bisnis saat siapa yang akan berkuasa. Contoh bagi perusahaan ekspor-import harus perhatikan pemimpin yang berkaitan dengan bidang bisnis, supaya bisa cepat mengatasi perubahan entah itu jalur transportasi, quota yang tersedia, pilihan negara tujuan, komoditi yang akan tinggi permintaan, daerah-daerah baru yang menyediakan pasokan komoditi, perundang-undangan/ regulasi yang dikeluarkan akibat dampak dari Covid 19. Bagi pedagang kecil, industri rumahan ataupun industry raksasa selalu ada cara untuk bisa bergerak cepat untuk perubahan-perubahan yang cepat terjadi melalui komunitas. Penting untuk membangun komunitas yang kuat untuk selalu memberi support maupun pandangan/gagasan untuk pemimpin daerah untuk membuat kebijakan yang positif mendukung semua



pelaku bisnis. Saat dunia menjadi global batasan-batasan menjadi berkurang, hal ini menjadi kesempatan untuk membangun kekuatan ekonomi yang berkesinambungan. Kemampuan kolektif komunitas menjadi kekuatan yang ampuh untuk bisa merubah regulasi pemerintah/pemimpin daerah yang stagnan.

Grab artikel menulis tentang 5 Perubahan Kebiasaan Masyarakat Indonesia Selama Pandemi Covid – 19:

1. Jadi sering belanja online, banyak bisnis yang bisa dibangun antara lain bisnis penyedia internet, computer (software, hardware, jaringan), Handphone, transportasi/ekspedisi driver, kendaraan, aplikasi dan lain sebagainya.
2. Jadi suka makanan sehat, hal ini mendorong bisnis rumahan menyediakan makanan sehat, catering, berkebun, beternak, media tanam, pupuk dsb.
3. Tambah suka ngemil, muncul banyak jenis makanan ringan yang dibuat.
4. Makan siang lebih banyak. Selain menu utama ada tambahan menu kudapan karena waktu makan siang lebih banyak. Ini data dari Grabfood yang terlaris, data ini bisa digunakan sebagai referensi untuk bisnis baru dimasa pandemic.

3 Menu GrabFood Terlaris	
Sebelum COVID-19 (Oktober 2019)	Saat COVID-19 (Maret 2020)
#1) Ayam Goreng	#1) Ayam Goreng
#2) Bubble Tea	#2) Es Kopi
#3) Pisang Goreng	#3) Aneka Mie

5. Tambah suka berbagi, hal ini dibuktikan dari jumlah pelanggan yang memberikan tip kepada mitra pengantaran GrabFood pada Maret 2020 meningkat sebanyak **38%** dibandingkan bulan sebelumnya, dan besaran tip yang diberikan meningkat sebanyak **63%**. Jadi, masyarakat Indonesia tidak hanya memberikan tipping lebih sering, namun besarnya juga bertambah!

Selain 5 hal diatas data dari Grab yang banyak muncul dampak dari covid-19 adalah berkebun karena banyak orang bekerja di rumah, lebih fleksibel memungkinkan orang untuk menyalurkan hobi dengan berkebun enatah itu merawat tanaman hias atau menanam sayur untuk kebutuhan pribadi maupun menjadi lahan bisnis baru.



Hal-hal diatas bisa menjadi peluang bisnis baru yang mumpuni, dari 5 hal diatas saja akan banyak muncul multiflier efek pada kegiatan ekonomi, ada banyak perubahan yang memunculkan peluang-peluang bisnis untuk bisa memenuhi permintaan akibat pandemic.

Dilain pihak akibat pandemic adalah PHK dan ditutupnya bidang-bidang bisnis yang sangat tergantung dari kontak fisik, seperti pariwisata, penerbangan, perhotelan. Tetapi dibalik kondisi seperti diatas, adaptasi terhadap lingkungan dan disiplin dalam pengelolaan sumber daya yang dimiliki akan bisa bertahan menghadapi dampak buruk dari covid.

Setiap hal ada masanya, tidak ada satupun terhindar dari WAKTU, manfaatkanlah kesempatan-kesempatan sebagai PELUANG untuk mendapatkan keuntungan. Tidak salah kalau pepatah mengatakan Waktu adalah Uang. Investasikan waktu untuk belajar hal-hal baru, ilmu-ilmu baru untuk bisa cepat adaktif. Saat ini ada banyak media online yang bisa memberi banyak ilmu keahlian seperti FB, Instagram, Youtube dan tersedia aplikasi gratis yang bisa dimanfaatkan. Seraplah semua perubahan dan selalu berpikir positif kemana perubahan bergerak. Saat ini Fleksibilitas adalah kata yang tepat untuk bisa menerima perubahan yang cepat. Sikap mau berubah pun adalah hal awal dulu yang perlu dengan kesadaran untuk mengubah pandangan /gagasan-gagasan lama yang tidak sesuai dengan jamannya. Ilmu-ilmu baru selalu muncul tetapi hukum dasar tidak pernah bergeser.

Jadi untuk bisa bertahan dimasa pandemic ini adalah terima perubahan ini dan berusaha mencari peluang-peluang baru yang tetap membuat maju bergerak. Berdayakan seluruh potensi yang sudah dimiliki dengan maksimal. Bangun komunitas dimana berada supaya eksistensi keberadaan ekonomi dan bisnis menjadi kuat dan tidak punah.

C = Cobalah hal-hal baru

O = Obyektif melihat data saat ini

R = Refleksikan gagasan-gagasan baru melalui program nyata.

O = Olah seluruh sumber daya yang dimiliki dengan maksimal

N = Nilai sebuah perubahan adalah peluang /celah untuk bergerak.

A = Amati dengan detil setiap perubahan untuk bisa melihat peluang.

Salam sehat dan tetep semangat selalu ada hal-hal baik dibalik keadaan yang tidak baik. Jaga diri dan keluarga Anda.



RESAH: REFLEKSI UNTUK “BERUBAH”

Shandy Jannifer Matitaputty

Dosen Prodi Perpajakan FEB Unika
Soegijapranata

Hari-hari hidup kita adalah terbatas. Ayub menggambarkan hidup manusia bagaikan bunga yang berkembang kemudian layu, ibarat bayang-bayang yang akan segera lenyap. Menurut data *WHO (World Health Organization)* harapan hidup manusia rata-rata adalah bekisar 73,4 tahun, sedangkan bagi masyarakat Indonesia menurut data BPS (Badan Pusat Statistik), adalah sekitar 71,4 tahun. Sebagian orang menggunakan seperempat usia tersebut untuk pendidikan dan persiapan memasuki dunia kerja, dimana pada usia-usia tersebut sebagian besar belum benar-benar bergelut untuk dapat bertahan dan menang atas kehidupan.

“Time Flies and people change” adalah ungkapan yang sering diucapkan oleh mereka yang pada suatu titik melihat begitu cepatnya kehidupan berlari. Baru sekejap saja melihat anak kecil belajar berjalan tiba-tiba mereka sudah menggenggam ijazah sekolah pertamanya, baru saja meletakkan kepala untuk bersandar tiba-tiba pagi telah kembali datang dan kita harus kembali mengejar ritme tanggung jawab yang tidak mungkin menunggu. Cepatnya waktu berjalan, rutinitas yang terus berputar, terkadang menempatkan kita pada suatu kebutaan untuk menyadari berbagai hal telah berubah begitu cepat. Alam berubah wajah, pola pemerintahan berubah arah, minat dan budaya masyarakat mulai bergeser, manusia pun berubah. Namun perubahan manusia yang sudah menua ini hanya sebatas fisik. Sayangnya rutinitas tetap sama, pemikiran masih tetap belia. *Do people change?*

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) ubah atau ber-ubah dimaknai sebagai menjadi lain (berbeda) dari semula, bertukar (beralih, berganti) menjadi sesuatu yang lain, atau berganti arah. Sedangkan perubahan adalah bentuk kata benda dari berubah, yang dimaknai sebagai keadaan berubah; peralihan; pertukaran. Pengertian ini kemudian menjadi indikator/ ukuran apakah sesuatu atau seseorang mengalami perubahan atau tidak. Indikator perubahan alam sering dikaitkan dengan siklus iklim, fenomena penyakit maupun kualitas dan kuantitas sumber daya alam. Perubahan budaya seringkali dapat dilihat dari menjadi berbedanya gaya bicara, pola kekerabatan, ataupun



tatakrama dan sikap terhadap adat dan sesepuh. Sementara perubahan manusia mencakup bergantinya bentuk fisik, perilaku maupun polapikir.

Perubahan besar saat ini harus kita rasakan karena adanya pandemi covid-19. Pandemi ini membawa berbagai perubahan baik dalam budaya relasi, system kerja, shock ekonomi, standar kesehatan dan berbagai hal yang mungkin tidak terekspose. Jaga jarak, tidak bersalaman, penggunaan masker tiba-tiba menjadi kebiasaan baru. Sistem kerja online, koordinasi online, pertemanaan online, promosi dan jualan online menjadi hal basic yang harus dikuasai untuk bertahan. Perubahan jam kerja, penurunan penghasilan hingga alih profesi pekerjaan pun terjadi pada sektor dan pekerja yang sebelumnya mungkin tidak membayangkan hal ini. Semua hal ini tentu menuntut manusia untuk ikut berubah dan menyesuaikan diri.

Secara ekonomi, pandemi memberikan shock yang menciptakan krisis. Krisis adalah kondisi dimana kelangkaan mengakibatkan kesulitan bagi sebagian besar orang yang tidak mampu memenuhi kebutuhannya. Kita dapat belajar mengatasi krisis melalui kisah nabi Yusuf. Ketika ia memiliki kekuasaan seorang raja, hikmat yang ia miliki membuatnya menyadari dan menyiapkan diri dan negerinya menghadapi krisis. Saat kelimpahan terjadi di negrinya, ada cadangan yang dikhususkan untuk menghadapi krisis dalam jangka waktu yang sama. Tujuh tahun negeri Mesir mengalami kelimpahan, selama tujuh tahun itu pula Yusuf menimbun segala bahan makanan dan menyimpannya. Kita mengenal istilah “roda berputar”. Sejak usia sekolah dasar kita telah diperkenalkan paribahasa ini, yang berarti telah sejak awal sebenarnya kita pun tau bahwa masa-masa krisis pasti akan tiba. Hal ini semestinya membawa kita pada kemampuan untuk “mencadangkan” secara rutin.

Kegiatan mencadangkan secara rutin sehingga ketika krisis kita memiliki cukup perlu dibedakan dengan kegiatan menimbun yang baru dilakukan ketika krisis atau tanda-tanda krisis terjadi. Perbedaan yang jelas adalah pada waktu dan tujuan. Perbedaan pertama adalah waktu, Nabi Yusuf mulai mengumpulkan sejak masa-masa kelimpahan secara rutin, “maka Yusuf mengumpulkan segala bahan makanan ketujuh tahun kelimpahan yang ada di tanah Mesir, lalu disimpannya di kota-kota; z hasil daerah sekitar tiap-tiap kota disimpan di dalam kota itu” (Kitab Kejadian 41: 48)” bukan perbuatan mendadak dan bukan dilakukan ketika krisis terjadi. Kemampuan untuk “menahan diri” ketika masa kelimpahan adalah salah satu kunci bertahan bahkan menjadi berkat ketika masa kekeringan datang. Bukan orang sembarangan yang memiliki kemampuan “menahan diri” dalam masa kelimpahan, hal ini sejalan dengan teori konsumsi yang dikemukakan James Duesenberry dalam bukunya *Income, Saving and The Theory of Consumer Behavior*. Ia mengungkapkan bahwa pola



konsumsi seseorang cenderung dipengaruhi oleh pendapatan tertinggi yang pernah diperolehnya selain dipengaruhi oleh lingkungannya. Ketika pendapatan seseorang turun, ia tidak dapat dengan mudah beradaptasi dengan mengurangi pengeluarannya sebesar proporsi penurunan pendapatan. Hal ini karena pola konsumsinya masih dipengaruhi oleh pendapatan tertinggi yang pernah ia terima, penurunan konsumsi cenderung dilakukan dengan perlahan bahkan memilih menjual aset lancar dan mengambil tabungan yang dimiliki demi mempertahankan pola konsumsinya. Disisi lain, seseorang lebih mudah menaikkan pengeluarannya ketika terjadi peningkatan pendapatan. Ketika pendapatan seseorang turun dan kemudian mulai naik kembali, ia akan dengan cepat menyesuaikan kembali peningkatan pengeluarannya hingga seperti pengeluaran ketika pendapatan tertinggi yang pernah diperolehnya. Hal ini menunjukkan hanya orang-orang dan lembaga yang memiliki lingkungan yang baik dan memiliki kemampuan “menahan diri” lah yang dapat mencadangkan dengan cukup untuk masa krisis. Pemahaman akan teori dan pola konsumsi masyarakat juga dibutuhkan pemangku kebijakan. Struktur ekonomi kita menunjukkan faktor penggerak utama ekonomi adalah konsumsi masyarakat. Konsumsi memainkan peranan penting, hingga saat ini lebih dari 50 persen Perekonomian Indonesia digerakkan oleh konsumsi masyarakat. Perlu adanya analisis yang cepat terkait pola konsumsi dan kemungkinan perubahan pola konsumsi baik oleh pemerintah maupun pemimpin lembaga dan organisasi sebelum perberlakuan kebijakan. Ketika konsumsi menurun drastis, efek pada roda perekonomian akan sangat terasa, kebijakan perlu melihat upaya peningkatan konsumsi dari masyarakat ekonomi menengah keatas serta peralihan pola konsumsi *offline* ke konsumsi *online*.

Perbedaan ke-dua pencadangan seperti yang dilakukan Nabi Yusuf dengan penimbunan barang-barang penting yang dilakukan oknum tak bermoral ketika pandemi adalah tujuan yang dimiliki. Nabi Yusuf mengumpulkan dan menimbun dikatakan untuk menjadi persediaan, supaya negeri Mesir tidak binasa oleh kelaparan yang muncul. Pengumpulan dilakukan bukan untuk mencari keuntungan semata, namun untuk “memelihara”, bahkan dituliskan bukan sekedar negeri Mesir yang terpelihara berkat tindakan Yusuf, namun juga bangsa-bangsa lain disekitarnya. Hal ini tentu sangat berbeda dengan penimbunan ketika krisis untuk pencarian keuntungan pribadi. Kita telah mengenal pentingnya mempersiapkan diri untuk perubahan kondisi. Kita juga menyadari bahwa tidak ada sesuatu yang tetap. Perubahan adalah hal yang selalu dan pasti terjadi. Kemampuan adaptasi menjadi kunci *survive* atas setiap perubahan.



Kondisi pandemi menguji kemampuan adaptasi kita. Kita dituntut untuk dengan cepat beradaptasi. Kegagalan adaptasi akan membawa akibat yang lebih besar secara mental, ekonomi maupun kesehatan. Manusia sesungguhnya dilahirkan dengan kemampuan adaptasi yang luar biasa. Dari Nabi Yusuf kita juga dapat belajar kemampuan adaptasi. Terlahir sebagai anak bungsu yang diperlakukan spesial, begitu disayangi orang tuanya melebihi saudara-saudaranya lalu dijual dan menjadi pelayan. Sekian lama menjadi pelayan, ia menjadi orang kepercayaan, lalu berubah kembali kondisinya sebagai tahanan hingga akhirnya begitu berkuasa seperti Raja. Ketika dia menjadi pelayan, ia tidak terjebak dalam memorinya sebagai anak kesayangan, ia mampu melakukan perannya sebagai pelayan dengan baik hingga menjadi kepercayaan tuannya. Ketika difitnah dan dipenjara, ia kembali dapat menjadi kesayangan kepala penjara hingga akhirnya ia mampu memimpin suatu negeri. Kemampuan adaptasi akan menentukan menjadi seperti apa kita. Beberapa penelitian menunjukkan tentang kemampuan adaptasi seseorang setidaknya dipengaruhi oleh kondisi fisik, kepribadian, proses belajar, lingkungan, agama serta budaya. Agama dan budaya merupakan hal dasar pribadi yang telah begitu dekat dengan kita. Kondisi fisik dan kepribadian mungkin adalah hal yang sulit diubah. Sedangkan proses belajar dan lingkungan adalah hal yang dapat kita pilih.

Lingkungan pergaulan/ keluarga/ pertemanan/ masyarakat terdekat kita terbukti mempengaruhi cara pikir maupun kebiasaan dan sikap seseorang. Sama halnya pola konsumsi dipengaruhi oleh lingkungan seperti yang diungkapkan James Dusenberry. Lingkungan juga mempengaruhi pola pikir, dan lingkungan pun mempengaruhi bagaimana kita merespon perubahan situasi. Hal ini pernah diteliti oleh Zimbardo pada penelitiannya yang berjudul *"Stanford Prison Experiment"*. Penelitian ini dilakukan dengan membuat suatu experiment dimana 24 mahasiswa berperan sebagai sipir penjara dan tahanan. Penelitian ini menemukan hasil bahwa lingkungan adalah faktor penting yang menentukan perilaku seseorang.

"Seorang manusia terdiri dari kumpulan sifat baik dan buruk. Kita adalah makhluk yang bergantung pada situasi. Jika lingkungan di sekeliling kita baik, maka kita cenderung berbuat baik. demikian pula sebaliknya," (<https://www.ui.ac.id/lingkungan-berperan-penting-dalam-membentuk-perilaku-manusia/>)

Kesadaran akan hidup yang begitu singkat dan akan segera lenyap, pengetahuan akan segala sesuatu yang terus berubah dan akan datangnya masa-masa krisis, serta pemahaman bahwa lingkungan kita mempengaruhi siapa kita membawa kepada perenungan: "Bagaimana semestinya waktu yang begitu singkat itu kita jalani, akankah kita



mengisinya dengan kegelisahan seperti yang ditulis oleh Ayub?" Pilihan terbaik namun mungkin bukanlah yang termudah adalah kemauan menerima perubahan dan meninggalkan zona nyaman.

"Baiklah orang bijak mendengar dan menambah ilmu, dan baiklah orang yang berpengertian memperoleh bahan pertimbangan." (Amsal 1:5). Ayat tersebut menunjukkan hanya orang bijaklah yang mampu "mendengar", mendengar hingga menambah ilmu yang berarti lebih dari sekedar mendengar namun mendengarkan. Mendengarkan atau *Syama /Syema* adalah kata kerja ibrani yang kemudian digunakan untuk kata "taat atau patuh". Mendengarkan memuat sikap memperhatikan dengan sungguh-sungguh.

Mendengarkan apa saja? Atau apakah yang patut kita dengarkan? Jawaban sederhananya adalah: "Hal yang menghasilkan perubahan budi". Roma 12: 2 tertulis "Janganlah kamu menjadi serupa dengan dunia ini, tetapi berubahlah oleh pembaharuan budimu, sehingga kamu dapat membedakan manakah kehendak Allah: apa yang baik, yang berkenan kepada Allah dan yang sempurna". Kita perlu memilih lingkungan kita terlebih lingkungan terdekat kita, karena disana kita mendengarkan banyak hal yang membentuk siapa kita. "Keberuntungan" luar biasa diperoleh Raja Mesir dan Negerinya karena saat itu sang raja mendengarkan perkataan Yusuf. Siapa yang sering kita dengarkan akan begitu mempengaruhi hidup kita, ketika pandemi menciptakan krisis yang harus kita hadapi mari "berikan" pendengaran kita untuk mereka yang membuat kita mampu beradaptasi. Disisi lain, jagai ucapan kita, jangan kita menjadi orang-orang yang "merusak" sesamanya karena perkataan kita yang sembrono, kosong ataupun menyakitkan.



COVID 19: BERKAH DALAM DUKA

Harie Moeljono

Mahasiswa Magister Akuntansi
FEB Unika Soegijapranata

COVID-19 membawa berkah dalam duka. Agaknya ungkapan ini dapat menggambarkan keadaan pandemi COVID-19 yang melanda hampir seluruh negara di dunia saat ini. Di tengah-tengah kesulitan pasokan obat, sistem kesehatan yang mulai kolaps, dan tenaga kesehatan yang banyak bertumbangan seiring dengan lonjakan tajam kasus konfirmasi dan kematian akibat COVID-19 ini, ada setitik berkah yang nampak boleh kita syukuri, yaitu senjata untuk dapat menang melawan pandemi-pandemi yang akan datang, yaitu pengalaman.

Orang bijak mengatakan, pengalaman adalah guru yang paling berharga. Bertolak dari ungkapan ini, pengalaman kita dalam menghadapi pandemi COVID-19 ini harus dapat ditelaah, disarikan, dan ditinjau ulang, sehingga dapat membuahkan kesiapan untuk menghadapi kondisi serupa atau bahkan lebih buruk di masa yang akan datang.

Kerjasama antar bangsa dalam menanggulangi COVID-19 ,dimulai dengan saling bekerjasama melakukan pembatasan aktivitas masyarakat,saling berbagi metode pengobatan dan percepatan penyebarluasan vaksinasi. Di dalam negeri dilakukan dengan meningkatkan kapasitas rumah sakit, penyediaan jejaring rumah sakit dalam bentuk rumah singgah bagi pasien terkonfirmasi gejala ringan, maupun upaya kolektif masyarakat, baik dalam bentuk penggalangan dana kemanusiaan serta upaya preventif, yaitu saling berbagi informasi terkait pengobatan, pencegahan, dan informasi terkait pemenuhan kebutuhan pasien melalui berbagai sosial media. Adanya upaya-upaya kolektif ini tentunya merupakan amunisi kita dalam menghadapi pandemi. Namun demikian, nampaknya pemecahan masalah pandemi COVID-19 ini membutuhkan penyelesaian yang jauh lebih komprehensif dan melibatkan seluruh *stake holders*, mengingat kompleksitas masalah yang ada di lapangan.

Dibawah komando Satgas COVID-19, pemerintah telah mengerahkan seluruh daya upaya untuk menjamin penanggulangan COVID-19 dapat terlaksana secara efektif dan efisien . Diperlukan dukungan dari masyarakat , terutama dari pelaku bisnis di bidang kesehatan, mulai dari pihak pabrik obat, *supplier* alat kesehatan dan penunjang medis, serta rumah sakit sebagai garda terdepan dalam penanggulangan wabah ini.



Ketersediaan fasilitas layanan kesehatan yang memadai adalah kunci keberhasilan penanganan pandemi COVID -19. Kami yang bekerja di sektor pelayanan rumah sakit, sangat mendukung pemerintah dalam memberikan pengobatan, baik pada pasien COVID dan non COVID terutama dalam menghadapi *surge capacity*. Penambahan jumlah kapasitas ruang isolasi COVID-19 baik tempat tidur rawat inap maupun tempat tidur ICU , merupakan prioritas yang kami jalankan.

Sejak ditunjuk menjadi rumah sakit rujukan COVID-19 pada bulan April 2020 , rumah sakit kami langsung membentuk Satgas COVID-19 internal rumah sakit yang bertugas mempersiapkan kebutuhan pasien COVID-19, mengintegrasikan pelayanan pasien COVID-19 dan menyebarkan informasi kepada keluarga, serta memastikan ketersediaan sarana prasarana yang dibutuhkan pasien COVID-19 di rumah sakit kami. Adapun beberapa langkah penting telah kami lakukan dalam upaya peningkatan mutu layanan pasien COVID dan Non-COVID di rumah sakit

1. Menyiapkan nakes yang kompeten dengan kesehatan yang prima
2. Mengupayakan agar rumah sakit kami tidak menjadi sumber penularan
3. Meningkatkan kapasitas perawatan
4. Melengkapi alkes dan menyediakan obat-obatan yang dibutuhkan pasien COVID

Sebagai garda depan, nakes kami harus selalu siap. Agar tetap sehat, langkah yang kami lakukan adalah : menyediakan asupan vitamin dan makanan bergizi tambahan untuk nakes , melengkapi dengan Alat Pelindung Diri (APD) sesuai level pelayanan serta melakukan edukasi terkait cara penggunaan dan pelepasan APD sesuai standar. Disiplin ketat kami terapkan dalam penggunaan masker, kami buat larangan bagi mitra (karyawan) mencopot masker selama bekerja dan saat di tempat umum diluar rumah sakit. Kami juga sempat mengalami kesulitan dalam pengadaan APD yang disebabkan oleh lonjakan permintaan APD dan pembatasan aktivitas perdagangan, yang membuat APD langka di pasaran. Namun dengan kesigapan tim pengadaan rumah sakit dan kalkulasi yang cermat serta *trend watching* yang tepat, seluruh kebutuhan alat perlindungan nakes dapat terpenuhi. Beruntung pengadaan obat-obatan tidak mengalami kendala yang berarti. Selain itu kami juga melakukan pengaturan beban kerja dan realokasi tenaga kesehatan di bidang yang lebih dibutuhkan untuk memastikan alokasi pelayanan dilakukan tepat guna dan tepat sasaran.

Sebagai upaya pemutusan rantai penyebaran virus di rumah sakit ,kami mengaplikasikan beberapa terobosan, salah satunya adalah rekayasa *engineering*. Rekayasa *engineering* kami lakukan untuk mengantisipasi



penularan COVID-19 yang secara *airborne* ,dengan cara menata ulang sirkulasi udara di ruangan perawatan , ruang perkantoran dan ruang publik di rumah sakit. Dengan penataan ruang yang optimal, serta rekayasa ventilasi udara yang kami lakukan, terbukti mengurangi angka *intra-hospital infection* pada mitra- mitra kami. Hal ini juga ditunjang dengan penataan zonasi pasien serta pemisahan jalur pasien masuk melalui IGD. Dengan memanfaatkan *smart hospital ecosystem* kami melakukan pemilahan prehospital melalui aplikasi pendaftaran *online* rumah sakit untuk pasien – pasien COVID dan Non-COVID, sehingga penularan yang bersumber perawatan di rumah sakit dapat diminimalisir.

Menghadapi lonjakan pasien COVID -19, langkah yang kami ambil adalah melakukan renovasi ruangan untuk menambah ruang isolasi COVID-19 dan juga ruang ICU isolasi COVID-19. Hal ini dilakukan dengan terencana, terarah, dan terkoordinasi sehingga waktu pengerjaan dapat dipersingkat. Ketersediaan ruang perawatan juga harus ditunjang dengan ketersediaan alat bantu pernafasan sebagai peralatan vital dalam perawatan pasien COVID-19. Kami melakukan penambahan beberapa alat *high flow nasal cannula* (HFNC) serta Ventilator untuk memenuhi kebutuhan alat bantu pernafasan. Selain dengan anggaran rumah sakit, penambahan alat kesehatan ini juga mendapatkan bantuan dari pihak eksternal. Donasi dari Djarum Foundation berupa tambahan HFNC sebanyak 8 unit, telah banyak membantu pelayanan kami. Terima kasih kepada Djarum Foundation.

Krisis ekonomi akibat pandemi COVID-19 juga kami rasakan .Sejak terjadinya outbreak Covid-19, kami mengalami penurunan jumlah pasien Non-COVID 19. Keengganan pasien untuk berobat ke rumah sakit karena takut tertular COVID -19 menjadi faktor utama penurunan kunjungan pasien rumah sakit. Penurunan pendapatan dan peningkatan kebutuhan dana untuk renovasi dan dana pembelian alkes sangat mengganggu cashflow kami. Kami antisipasi kebutuhan dana dengan sumber dana internal maupun eksternal. Kami melakukan koordinasi dengan *supplier* dan vendor untuk mendapatkan kelonggaran pembayaran, beruntung disambut dengan baik. Untuk mencukupi kebutuhan dana, kami juga mendapatkan penambahan plafond kredit bank sehingga operasional kami tidak terkendala masalah pendanaan. Dengan kecukupan dana opererasionil , pelayanan berjalan dengan baik, serta hak-hak mitra dapat kami penuhi. Selama pandemi COVID-19 kami berhasil menghindari pilihan *lay-off* mitra, maupun pemotongan imbal jasa mitra. Kami telah berhasil memenuhi kewajiban kami atas pemenuhan hak-hak mitra kami.

Keberhasilan pengaturan keuangan rumah sakit, tidak terlepas dari campur tangan pemerintah. Adanya penjaminan pasien COVID-19 oleh



pemerintah melalui kementerian kesehatan (kemenkes) menjadi sumber pembiayaan terpenting dalam perawatan pasien. Tanpa adanya jaminan perawatan dari kemenkes, dapat dipastikan tingkat hospitalisasi pasien akan jauh lebih rendah, serta kualitas pelayanan yang diberikan tidak optimal. Hal ini disebabkan oleh beban pembiayaan yang berasal dari penggunaan regimen obat serta pemeriksaan penunjang yang dibutuhkan pasien COVID-19 sangat tinggi. Tarif INACBG's tentunya tidak dapat mengakomodir kebutuhan ini, di sisi lain seperti kita tahu dengan GDP Indonesia yang berada di angka 56.9 juta per tahun tentunya bukan hal yang mudah bagi masyarakat untuk melakukan pembiayaan secara mandiri.

Insentif pajak masa pandemi COVID-19 yang diberikan oleh pemerintah juga turut meringankan beban keuangan kami. Pembebasan PPN obat dan Alkes untuk penanganan Covid-19 telah mengurangi beban biaya obat dan beban biaya alkes. Pph 21 yang ditanggung pemerintah bagi karyawan dengan kriteria gaji tertentu, juga sangat membantu bagi mitra kami, mengingat di masa pandemi ini banyak kebutuhan tambahan yang harus dipenuhi oleh masyarakat. Insentif bagi nakes yang merawat pasien COVID-19 yang diberikan oleh pemerintah, memberi semangat bagi nakes kami karena merasa mendapat perhatian dari pemerintah. Selain itu, insentif pajak berupa pengurangan angsuran pph ps 25 juga sangat membantu kami dalam alokasi keuangan rumah sakit.

Kinerja keuangan rumah sakit juga terbantu dengan adanya kelancaran pembayaran BPJS di tahun 2020, beruntung kinerja keuangan rumah sakit semakin membaik di kuartal IV, jumlah pasien Non-COVID mulai berangsur normal di akhir tahun 2020.

Di awal tahun 2021 ada kabar baik ,pemerintah berhasil mendapatkan vaksin, nakes mendapatkan prioritas sebagai penerima vaksin pertama. Di pertengahan tahun 2021, varian Delta yang muncul pertama kali di India mulai masuk ke Indonesia ,menyebabkan terjadinya *second wave* COVID-19. Hal ini diperparah dengan adanya beberapa hari besar keagamaan yang menyebabkan adanya kerumunan dan peningkatan interaksi masyarakat. Kedua hal ini menyebabkan peningkatan jumlah pasien COVID-19, yang menyebabkan antrian pasien di IGD rumah sakit. Lonjakan jumlah pasien ini, menyebabkan kamar perawatan tidak mencukupi, beberapa pasien terpaksa mengantri dan diberikan perawatan sementara di IGD selama beberapa jam, bahkan beberapa hari. Beberapa pasien terpaksa mendapatkan perawatan diatas kursi roda sementara menunggu untuk mendapatkan tempat di ruang perawatan IGD. Antrian pasien di IGD ini dengan cepat dapat kami atasi dengan gerak cepat tim Sarana Prasarana kami menyulap garasi



ambulance yang berada disamping IGD menjadi penampungan sementara yang lebih layak bagi pasien-pasien COVID-19.

Lonjakan kasus pada *second wave* ini juga berdampak pada mitra rumah sakit. Sekitar 25% mitra rumah sakit kami tertular COVID-19. Berkat vaksinasi yang telah diterima, mitra kami yang tertular hanya menunjukkan gejala ringan dan seluruhnya membaik setelah beberapa hari dirawat dan isolasi mandiri. Untuk mitra yang terkena COVID-19 kami juga menyiapkan hotline yaitu pemantauan oleh Dokter Umum secara berkala sebagai bentuk tanggung jawab kami akan keselamatan mitra-mitra kami, meskipun berdasarkan hasil pelacakan oleh HRD, rata-rata penularan pada mitra kami disebabkan oleh *cluster* rumah tangga. Selain itu untuk mengakomodasi kebutuhan perawatan mitra, kami menyiapkan satu lantai gedung perawatan rawat inap dan satu *hall* untuk digunakan sebagai ruang perawatan mitra dan sebagai ruang isoman bagi mitra-mitra kami yang tertular, yang tidak memiliki fasilitas isolasi mandiri di rumah agar tidak terjadi penularan dilikungan keluarga mereka.

Usai berhasil mengurangi antrian pasien di IGD, kembali kami dihadapkan pada masalah baru, yaitu kelangkaan pasokan oksigen. Ancaman terjadinya kematian pasien akibat tidak terpenuhinya kebutuhan oksigen sangat mengkhawatirkan kami. Saat itu kami hanya memiliki satu pemasok oksigen liquid. Segera kami memutuskan menambah Silo penampung oksigen liquid yang disupply oleh vendor lain. Juga kami menggunakan oksigen tabung sebagai pengganti. Oksigen tabungpun langka di pasaran, tim pengadaan kami harus antri diberbagai kota untuk bisa mengisi tabung oksigen medis yang kami butuhkan.

Dalam keadaan genting seperti ini, keputusan investasi harus diambil dengan segera untuk menjamin *patient safety*. Tanpa mempertimbangkan kelayakan investasi, kami juga membeli beberapa oksigen generator sebagai *backup* penyediaan oksigen. Investasi yang cukup besar ini kami lakukan demi keselamatan pasien, karena bagi kami keselamatan pasien adalah nomor satu, kelayakan investasi tidak lagi menjadi pertimbangan. Bersyukur kami memiliki manajemen yang bisa bergerak cepat, membuat keputusan yang tepat disaat menghadapi persoalan keselamatan pasien.

Dunia tentunya berharap agar pandemi covid-19 ini segera berakhir, namun tugas kami di bidang pelayanan kesehatan tidak akan pernah berakhir. Pengalaman dalam menangani pandemi COVID-19 bersama stateholder secara multidisiplin ini tentunya akan menjadi bekal berharga baik bagi tenaga kesehatan, manajemen rumah sakit, supplier, vendor dan pemerintah untuk menghadapi bila ada pandemi dimasa yang akan datang. Bagi kami yang bergerak dalam pelayanan kesehatan di rumah



sakit, pengalaman menghadapi pandemi ini mengajarkan kami untuk memberikan pelayanan sepenuh hati dengan perencanaan, persiapan dan eksekusi yang terukur, untuk memastikan pasien mendapatkan pelayanan terbaik sesuai dengan nilai *patient safety*.



MENGURAI PANDEMI COVID-19 DAN MEMAJUKAN EKONOMI MELALUI NILAI-NILAI PATRIOTISME DAN NASIONALISME

Hudi Prawoto

Dosen Prodi Akuntansi FEB Unika Soegijapranata

Sudah berjalan lebih dari satu tahun pandemi covid-19 di Indonesia belum menunjukkan tanda-tanda akan berakhir. Kebijakan tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) , Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) Mikro maupun Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) Darurat, pada prinsipnya semua kebijakan ini bertujuan untuk memutus mata rantai penyebaran covid-19.

Kebijakan tersebut baik langsung maupun tidak langsung akan berpengaruh kurang baik terhadap sektor retail, pariwisata serta sektor usaha lainnya yang berkaitan. Bagaimana tidak, pembatasan mobilitas orang secara otomatis akan mengurangi orang untuk keluar rumah. Jika hal ini terjadi maka belanja secara langsung ke tempat usaha bisnis retail juga akan berkurang, perjalanan wisata pun juga ditunda atau bahkan dibatalkan. Kalau hal ini betul-betul terjadi, maka semua tempat perbelanjaan atau mall maupun tempat objek wisata menjadi sepi.

Kalau mall sudah sepi pengunjung maka akan mengalami persoalan serius karena usaha ini sangat besar sekali biaya tetapnya. Jika biaya tetap sudah tidak bisa lagi ditanggung oleh perusahaan maka keputusan yang tepat adalah usaha tersebut harus ditutup karena tidak mungkin perusahaan menanggung kerugian terus menerus. Rentetan masalah dengan tutupnya mall atau bisnis retail, akan berpengaruh terhentinya usaha para pemasok barang, dan pada akhirnya pabrikapun juga bisa tutup.

Sektor pariwisata yang diharapkan menjadi sektor andalan di Indonesia juga mengalami persoalan yang sama yaitu sepi pengunjung. Kalau sudah sepi pengunjung, maka dampak yang paling dirasakan adalah anjloknya penghasilan. Kalau penghasilan yang diperoleh lebih kecil dari biaya operasionalnya maka keputusan yang logis adalah usaha ini juga akan ditutup. Bisa dibayangkan sektor usaha ikutan dari objek wisata ini banyak sekali, seperti: pedagang cendera mata, kuliner dan usaha lainnya juga akan mengalami nasib yang sama yaitu usaha akan ditutup



Redupnya usaha sektor pariwisata ini juga berpengaruh besar pada bisnis perhotelan, biro perjalanan wisata, produksi cinderamata maupun armada angkutannya juga akan mengalami keadaan yang sama merosotnya usaha karena penghasilan yang diperoleh menurun secara drastis. Bisa dibayangkan, tingkat hunian hotel di Yogyakarta pada lebaran haji tahun 2021 hanya antara 5 sampai 7 persen dibandingkan pada musim lebaran tahun 2020 masih bisa mencapai 10 sampai dengan 25 persen (Antara, 2021).

Jika bisnis retail dan sektor pariwisata semakin buruk keadaannya, maka pihak manajemen pasti akan membuat langkah-langkah yang bisa menyelamatkan usahanya melalui keputusan merumahkan sebagian karyawan atau bahkan melakukan pemutusan hubungan kerja karena perusahaan sudah tidak mampu lagi menanggung beban tetap termasuk gaji dan upah karyawannya.

Keadaan tersebut jelas akan menimbulkan bertambahnya jumlah pengangguran. Sebenarnya penyebab bertambahnya jumlah pengangguran tidak hanya karena pandemi covid-19 saja, namun sebelumnya sudah didahului era digitalisasi dan sistem pemasaran online yang memangkas tenaga kerja disemua bagian. Persoalan pengangguran ini tidak bisa dianggap enteng karena banyaknya pengangguran akan mengakibatkan pendapat masyarakat menurun, dan jika pendapatan masyarakat menurun maka daya beli masyarakatpun juga akan menurun dan pada akhirnya akan mengakibatkan pertumbuhan ekonomi yang kurang baik.

Jika keadaan tersebut berlangsung lama, maka persoalan besar menghadang bangsa ini karena banyaknya pengangguran akan diikuti meningkatnya tindakan kriminal yang pada akhirnya akan mengganggu roda ekonomi dan kehidupan secara menyeluruh. Jika kondisi ini terjadi dan tidak bisa dikendalikan maka tatanan berbangsa dan bernegara akan roboh dan negara akan mengalami *chaos*.

Untuk mengatasi persoalan nasional tersebut tidak hanya semata-mata mencari solusi dampak pandemi covid-19 semata, namun kita perlu mengidentifikasi secara mendalam akar masalahnya sehingga solusi yang diajukan betul-betul bisa mengurai akar masalah tersebut. Harus diakui secara jujur bahwa sudah banyak usulan untuk mengatasi persoalan tersebut namun kebanyakan masih bersifat jangka pendek dan rentan terhadap timbulnya persoalan baru.

Ada 3 (tiga) masalah utama bangsa ini, yaitu: pertama, landasan ideologi bangsa masih dalam batas dibaca dan dihafal saja dan belum dijalankan sesuai dengan makna yang sebenarnya; kedua, rapuhnya mempertahankan jatidiri bangsa sehingga mudah sekali merubah



landasan konstitusi yang sebenarnya dasar penyusunannya diambil dari wujud konkrit bangsa ini; ketiga, kita gagal menjalankan *tagline* dalam berbangsa yang sangat indah sekali yaitu Bhineka Tunggal Ika atau *Unity in Diversity* atau “berbeda-beda tetapi tetap satu jua”.

Kita bisa menghafal dan mengucapkan Pancasila sejak kecil sampai saat ini. Namun, sebagai ideologi dalam bermasyarakat, berbangsa dan bernegara apakah sudah kita jalankan dengan baik dan benar. Nilai-nilai yang terkandung dalam Pancasila mestinya akan membentuk karakter bangsa yang lebih mengedepankan kepentingan umum di atas kepentingan pribadi sehingga bangsa ini akan memiliki akhlaq yang baik dalam berinteraksi sosial serta menjunjung tinggi nilai-nilai kejujuran.

Terciptanya rasa keadilan, tidak ada diskriminasi dalam segala hal, tidak ada penindasan antara satu dengan lainnya serta peduli terhadap sesama secara otomatis akan mendorong setiap pribadi mudah untuk bersatu. Perbedaan itu bukan menjadi penghalang untuk bersatu namun sebagai anugerah dari Tuhan yang harus dijaga sebagai aset bangsa. Jika keadaan ini bisa diwujudkan maka persoalan bangsa bisa dimusyawarahkan bersama-sama sehingga keadilan sosial bisa diwujudkan.

Pertentangan antara mana yang didahulukan antara mengatasi persoalan ekonomi dan pandemi juga menjadi perdebatan yang berlarut-larut yang pada akhirnya sudah lebih dari satu tahun pandemi covid-19 ini keadaannya semakin mengkhawatirkan dan masalah ekonomi juga belum beranjak membaik. Tidak bisa dipungkiri lagi, keadaan yang kurang kondusif ini menimbulkan kekhawatiran negara sahabat yang pada akhir-akhir ini memulangkan warga negaranya. Kalau keadaannya sudah seperti ini, apa yang mesti harus kita lakukan?

Mestinya setiap elemen bangsa ini punya rasa cinta tanah air dan punya jiwa patriot untuk ikut terlibat dalam mengatasi persoalan bangsa. Tanggalkan sifat egomu yang merasa kelompokmu paling benar, partaimu paling baik, sukumu paling berjasa, dan tanggalkan semua atribut-atribut semu yang pada akhirnya akan menjerumuskan bangsa ini menuju perpecahan dan pada akhir akhir menghancurkan tatanan dalam bermasyarakat, berbangsa dan bernegara yang sudah diwariskan para pendiri bangsa.

Jangan sekali-kali memperdebatkan tentang Pancasila karena sudah final jadi ideologi bangsa, kembalikan landasan konstitusi yaitu Undang-Undang Dasar 1945 sebagaimana aslinya, pakailah baju Bhineka Tunggal Ika sebagai manifestasi menjalankan amanah para pendiri Negara Kesatuan Republik Indonesia.



Kenapa penulis menekankan dan mengingatkan kembali bahwa ketiga warisan para pendiri negara kita itu harus dijaga dan dipertahankan, karena alasan historis yang tidak boleh dilupakan serta setiap individu punya tanggungjawab untuk melaksanakan amanah yang diberikan oleh para pendiri negara untuk diperjuangkan dan dijalankan serta diwujudkan.

Negara Kesatuan Republik Indonesia ini berdiri karena Rahmat dari Tuhan Yang maha Esa, adanya rasa senasib sepenanggungan karena dijajah Belanda, atas perjuangan dari berbagai suku, ras, golongan dengan agama, serta atas perjuangan bersama-sama dari seluruh lapisan masyarakat yang meliputi tokoh agama, cendekiawan, tokoh masyarakat, tentara rakyat serta para pejuang kemerdekaan setelah 3 abad lebih dijajah Belanda.

Himbauan Jasmerah (jangan sekali-kali melupakan sejarah) dari Bung Karno mestinya menjadi pengingat bagi setiap elemen bangsa untuk selalu mengingat, menghormati serta menghargai perjuangan para pendiri negara dalam membebaskan diri dari para penjajah. Disamping itu, menjunjung tinggi, menjaga serta mempertahankan landasan ideologi, landasan konstitusi serta semboyan bangsa Indonesia juga menjadi kewajiban setiap warga negara Indonesia.

Pemikiran Bung Hatta tentang membangun tatanan ekonomi nasional yaitu yang besar yang menyangkut kepentingan hidup orang banyak wajib dikuasai negara, yang kecil namun banyak diusahakan melalui koperasi dan diantara keduanya diusahakan oleh swasta mestinya dijalankan karena sesuai dengan amanat yang tertulis dalam Undang-Undang Dasar 1945. Namun pemikiran yang luar biasa ini justru diacak-acak oleh orang-orang yang tidak amanah sehingga kondisi negara menjadi seperti sekarang ini.

Pengalaman pahit tersebut jangan sampai terulang lagi, artinya putra-putra terbaik bangsa yang sekitar 8,5% tamat kuliah (Kompas, 2021) yang berjumlah sekitar 22.950.000 orang berdasarkan sensus penduduk tahun 2020, harus bisa menjadi motor penggerak bangsa untuk menjadi bangsa yang maju, mandiri, santun dan bermartabat.

Sekitar 23 juta orang ini harus bisa bersatu mengajak seluruh komponen anak bangsa termasuk cebong dan kampret untuk berlomba-lomba dalam memajukan bangsa dan negara yang kita cintai ini. Kelompok masyarakat ini juga harus menjadi teladan dalam bersikap dan bertindak sebagaimana karakteristik kaum cendekiawan yang mengedepankan sikap kritis dan objektif namun santun dalam penyampaian. Kaum intelektual ini juga harus bisa menjadi panutan bagi masyarakat umumnya akan sifat mandiri dan pantang menyerah sebagaimana sifat



yang diwariskan para pendiri negara dalam memperjuangkan kemerdekaan.

Selain hal tersebut, kelompok kaum terpelajar ini juga ikut mengkampanyekan kebiasaan membaca informasi yang objektif, sahih dan dapat dipertanggungjawabkan baik itu media mainstream maupun media alternatif. Jika kebiasaan yang baik ini menjadi bagian dari kebiasaan hidup setiap anak bangsa maka mereka tidak akan mudah terprovokasi adanya informasi yang bisa menyulut keonaran, pertikaian dan bahkan bisa menimbulkan perpecahan.

Kekuatan dari orang-orang terpelajar ini tidak bisa dianggap remeh. Mereka juga bisa menjadi garda terdepan dalam mengkampanyekan investasi melalui surat berharga negara. Hanya dengan cara inilah kita bisa berangsur-angsur mengurangi ketergantungan hutang luar negeri. Selain itu, barisan kaum terdidik ini juga diharapkan bisa jadi motor penggerak tumbuhnya koperasi pertanian, produksi dan pemasaran. karena koperasi di Indonesia masih didominasi koperasi simpan pinjam.

Kenapa koperasi penting sekali perlu ditumbuh kembangkan, karena bentuk badan usaha ini memiliki nilai-nilai yang bersumber dari kearifan lokal bangsa Indonesia yang memiliki karakteristik kekeluargaan yang sangat tinggi. Disamping itu, koperasi mengajarkan kesadaran untuk ikut berpartisipasi, demokrasi, keadilan dalam pembagian hasil, semangat untuk saling memajukan dengan dicirikan pemberian balas jasa yang terbatas serta setiap anggota didorong untuk mandiri.

Di dalam Undang-Undang Tentang Perkoperasian Nomor 25 Tahun 1992, ada prinsip Koperasi yang mengajak untuk terus maju melalui kerjasama antar koperasi serta pendidikan koperasi yang berkelanjutan. Nilai-nilai positif koperasi yang lain juga tercermin dalam pengaturan pembagian sisa hasil usaha tidak hanya semata-mata dinikmati anggota, pengurus dan karyawan namun koperasi juga punya kewajiban menyisihkan sisa hasil usaha untuk dana sosial dan pendidikan serta dana pembangunan daerah kerja.

Oleh karenanya, tidak ada alasan bangsa ini tidak bisa keluar dari persoalan pandemi covid-19 dan terhambatnya pertumbuhan ekonomi. Kita sudah punya aset berharga sebagaimana uraian tersebut di atas, sekali lagi **“*Tanggalkan sifat egomu yang merasa kelompokmu paling benar, partaimu paling baik, sukumu paling berjasa, dan tanggalkan semua atribut-atribut semu yang pada akhirnya akan menjerumuskan bangsa ini menuju perpecahan dan pada akhir akan menghancurkan tatanan dalam bermasyarakat, berbangsa dan bernegara yang sudah diwariskan para pendiri bangsa.*”**



MENIKMATI TRANSFORMASI HIDUP: SEBUAH REFLEKSI

Agnes Arie Mientarry Christie

Dosen Prodi Perpajakan
FEB Unika Soegijapranata

Awal Pandemi

Tahun 2020, tahun angka kembar yang cantik membawa sebuah harapan akan kondisi yang cantik dan kehidupan yang lebih baik, semangat baru dan harapan-harapan baru yang ingin diraih pada tahun 2020. Namun semangat itu teralihkan dengan adanya pemberitaan media yang mulai merebak baik di televisi maupun berita-berita *offline* maupun *online* mengenai munculnya virus Covid-19 yang dengan cepat merajalela diluar negeri terutama di China tepatnya di kota Wuhan, kota dimana pertama kali kasus tersebut ditemukan. Hari demi hari kasus semakin bertambah dengan cepat dan menyebar ke negara-negara lain dengan cepat pula tak terkecuali Indonesia yang mengkonfirmasi kasus Covid-19 pertama kali pada 2 Maret 2020 (detik.com)

Bekerja Dari Rumah (*Work From Home*) dan Peran Ganda

Hari itu Senin, awal minggu ke-3 perkuliahan semester genap tahun ajaran 2019/2020, kabar bahwa wabah Covid-19 mulai merebak di Indonesia secara umum termasuk di wilayah Jawa Tengah, kekawatiran mulai melanda, virus yang banyak membawa korban diluar negeri dan belum ditemukan juga obat atau penangkal virus tersebut. Hari itu juga keluarlah Surat Edaran yang berisikan ketentuan mengenai *Work From Home* (Bekerja Dari Rumah) yang dimulai Selasa keesokan harinya, segera semua persiapan yang serba mendadak untuk melakukan pekerjaan dari rumah dilakukan dengan cukup gugup karna pada awalnya kurang bisa membayangkan segala sesuatunya dilakukan dari rumah secara *online*, keputusan mengenai WFH juga berbarengan dengan keputusan sekolah anak-anak bahwa sekolah juga dilakukan dari rumah dan secara online juga, karena memang begitulah anjuran Pemerintah yang harus dilakukan mengingat kasus semakin hari semakin bertambah, sebuah perubahan mendadak yang tidak pernah diduga sebelumnya, bahwa dengan BDR dan anak-anak Sekolah Dari Rumah (*School From Home*) maka tak pelak selain tugas dan tanggung jawab sebagai dosen ada pula tambahan tugas baru serta tanggung jawab baru pula, karena selain sebagai dosen harus merangkap pula sebagai “Guru” bagi si sulung yang sedang ditengah masa Ujian Akhir Kelulusan Tingkat Sekolah Dasar dan juga “Guru” bagi si bungsu yang



memang masih sangat butuh pendampingan, namun harapan bahwa bahaya virus Covid-19 tersebut akan segera berlalu dalam waktu yang tidak begitu lama tetap ada, harapan bahwa penyebaran virus ini paling hanya sekedar beberapa minggu atau bulan saja.

Tuntutan Akan *Update* Kemampuan Dalam Teknologi

Selama Bekerja Dari Rumah (BDR) perkuliahan yang semula diselenggarakan dalam bentuk *offline* tiba-tiba dipaksa untuk dilakukan secara *online* melalui cyber.unika.ac.id sebuah *platform* yang awalnya tidak wajib dilakukan oleh kami para dosen dan mahasiswa mendadak menjadi suatu keharusan dan wajib untuk dilakukan. Kursus kilat penggunaan cyber segera dilakukan agar perkuliahan tidak terganggu, cukup beruntung karena termasuk dalam generasi yang masih cukup mampu untuk menyerap perkembangan teknologi dengan baik meski tidak mudah pula, akan tetapi kendala terjadi pada beberapa rekan dosen senior yang berasal dari praktisi yang sebagian besar adalah pensiunan, bisa dibayangkan cukup sulit menyerap perkembangan teknologi serta tuntutan universitas mengenai penyelenggaraan perkuliahan secara online, tak urung sebagai pihak yang bertanggung jawab pada operasional Program Studi mau tak mau harus *mem-back up* perkuliahan mereka, sehingga jam mengajar seolah menjadi berlipat.

Perkuliahan yang awalnya sangat menyenangkan dilakukan secara *offline* dengan berinteraksi secara langsung dengan mahasiswa, dengan komunikasi secara langsung, saling menatap dan dengan mudah membaca *gesture* tubuh mahasiswa jika memahami ataupun tidak memahami materi yang kita sampaikan, sambil kadang diselingi guyon ataupun *curcol* mendadak harus dilakukan secara *online*, dimana oleh pihak universitas untuk tatap muka secara langsung diminta menggunakan *Big Blue Button* (BBB) yang tersedia dalam cyber.unika.ac.id. Semua serba mendadak, dosen yang mendadak harus mumpuni dalam pengoperasian cyber, mahasiswa yang mendadak harus paham dengan penggunaan cyber untuk mengikuti perkuliahan, demikian pula dengan pihak tim IT *support* yang pastinya dibuat super sibuk dengan penyediaan server dan jaringan yang mampu memadahi kebutuhan yang ada.

Kondisi Mahasiswa

Jika melihat dari sisi yang lain, yakni mahasiswa, mewabahnya virus Covid-19 ini yang telah menjadi pandemi di seluruh dunia sangat berpengaruh pula pada mereka dalam hal proses belajar mengajar. Di awal perkuliahan *online* mereka dituntut untuk segera memahami pengoperasian cyber agar dapat mengikuti perkuliahan dengan baik. *Handphone* dan *Laptop* yang sebelumnya merupakan kebutuhan



sekunder bagi mahasiswa karena untuk mengerjakan tugas masih bisa menggunakan tulisan tangan secara manual atau mengerjakan pada rental maupun tempat *fotocopy* yang banyak menyediakan perangkat komputer yang dapat disewa, mendadak menjadi suatu kebutuhan primer bagi mahasiswa karena semua kegiatan perkuliahan dan tugas pun dilakukan secara *online*, ini tentu tidak mudah bagi sebagian mahasiswa yang kurang mampu dalam penyediaan kedua perangkat tersebut yang cukup memadai bagi kebutuhan proses perkuliahan. Belum lagi mengenai kebutuhan akan kuota, kuota yang awalnya hanya sekedar untuk komunikasi semata mendadak dibutuhkan pula untuk perkuliahan *online* yang membutuhkan banyak kuota disetiap minggunya. Gejolak “protes” pun melanda, hal ini semata mungkin karena sedikit banyak pandemi mulai berpengaruh pada perekonomian sebagian mahasiswa sedangkan kebutuhan akan kuota berlipat sejak dilakukan kuliah *online*. Gerakan “Nyengkuyung” pun dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang diprakarsai oleh beberapa teman cukup dapat membantu beberapa mahasiswa dalam mencukupi kebutuhan akan kuota. Gerakan yang berawal dari hati membawa harapan baik bahwa sungguh berada dalam sebuah Keluarga Besar yang hangat.

Kehilangan Rekan Kerja

04 Agustus 2020, diterima kabar bahwa seorang rekan kerja yang sekaligus Pimpinan Fakultas terpapar oleh virus yang sungguh mengerikan ini. Akhirnya dalam lingkaran terdekat ada yang terkena juga virus mematikan ini dan cukup membuat mental *down* terutama pada lingkup struktural fakultas yang selama seminggu sesudahnya sejak mendengar beliau mulai sakit dan langsung masuk Rumah Sakit dan ditangani langsung secara serius sungguh membuat hati bergejolak, antara sedih teman sakit, antara khawatir turut terpapar, namun juga harus menenangkan teman-teman yang khawatir pula dan memberikan informasi yang tepat agar tidak makin membuat kian resah. Hari demi hari perkembangan yang tidak menentu dan minimnya informasi di masa awal pandemi sungguh membuat frustrasi. Beberapa teman juga harus menjalani isolasi mandiri yang telah kontak erat dengan pimpinan kami tersebut, hingga akhirnya kabar bahwa beliau akhirnya dipanggil menghadap Tuhan. *Shock*, itulah yang dirasakan seluruh warga Fakultas dan terutama para pimpinan Fakultas yang selain merasakan sedih, juga beratnya melakukan isolasi mandiri, dan berujung pada salah satu diantaranya terkonfirmasi pula oleh virus tersebut hingga masuk ke Rumah Sakit. Mental semakin *down*, komunikasi dalam pengambilan keputusan terkendala karena sungguh membuat hati berkecamuk, dan disaat pada titik rendah tersebut dukungan Keluarga Besar Fakultas Ekonomi dan Bisnis sungguh luar biasa...



Dukungan perhatian melalui tanda kasih bagi teman-teman yang melakukan isolasi mandiri, tanda kasih melalui pemenuhan kebutuhan keluarga yang berduka dan sedang menjalani isolasi mandiri datang dari Keluarga yang sungguh hangat, tidak saja dari teman-teman dosen dan tenaga kependidikan, kasih dari mahasiswa, kasih dari para alumni, sungguh semakin menguatkan, sapaan-sapaan semangat dan dukungan akan setiap kebutuhan bagi saudara yang membutuhkan bantuan disaat isolasi mandiri maupun kebutuhan akan donor plasma, kebutuhan akan penyediaan obat, informasi, dan sarana prasarana lainnya. Dan disaat segala daya dan upaya telah dilakukan, semua hanya bisa diserahkan kepadaNya Sang Pencipta segala skenario Hidup, terutama disaat semakin hari semakin banyak teman, saudara dan keluarga yang mulai terpapar virus yang mewabah ini, dan itulah yang dilakukan oleh Keluarga Besar Fakultas Ekonomi dan Bisnis; **doa**, yang didaraskan tiap malam sejak pimpinan kami berpulang hingga kini, hingga saat ini, disaat tulisan ini tertoreh.

Perubahan Tanggung Jawab

November 2020, tanggung jawab yang semula ada di pengelolaan Program Studi, beralih pada pengelolaan kemahasiswaan yang mau tidak mau, suka tidak suka, harus diemban ditengah situasi dan kondisi yang sangat tidak nyaman, kepergian pimpinan Fakultas telah membawa dampak perubahan besar pada struktur dibawahnya dan mengubah banyak hal. Meskipun telah banyak bergelut dengan berbagai kegiatan kemahasiswaan dan memang disitulah *passion* berada, namun secara khusus mendampingi mahasiswa dengan seluk beluknya ternyata tidaklah mudah. Menghadapi gaya komunikasi para kaum milenial, sekaligus menjembatani gaya komunikasi mereka dengan para *baby boomers* bukan merupakan hal yang gampang, belum lagi upaya untuk mengubah *mind set* mahasiswa akan kegiatan-kegiatan yang biasa dilakukan secara *offline* dan tiba-tiba harus diubah bentuknya dan dilaksanakan secara *online* kadang cukup melelahkan. Hati kian berkecamuk saat menghadapi banyaknya mahasiswa yang kehilangan anggota keluarga mereka hingga mengakibatkan sulitnya mereka dalam memenuhi kebutuhan membayar biaya perkuliahan, dan hal itu juga sejalan dengan meningkatnya jumlah pengajuan rekomendasi pengajuan beasiswa yang berlipat kali jumlahnya dari sebelumnya. Sungguh melelahkan hati karna tidak banyak yang bisa dilakukan, namun semua seolah sirna saat menghadapi semangat-semangat muda dan karakter-karakter penuh idealisme yang menyeruak, sungguh menjadi energi tersendiri, penghilang lelah hati.



Dinamika Bertransformasi

Berbagai gejolak dinamika hidup yang beruntun terus menerus seolah marathon yang tak tau entah kapan ujungnya karena pandemi ini. Kita seolah diminta untuk sejenak merefleksikan diri kita masing-masing akan rencana Tuhan atas kita, menata kembali cara hidup kita, cara pandang kita, gaya hidup kita dan pola pikir kita, sudahkan kita bersyukur atas apa yang ada pada kita. Dukungan keluarga memang sangat dibutuhkan pada masa seperti saat ini, baik dukungan keluarga dirumah maupun keluarga di kantor. Kejadian luar biasa yang tak pernah kita duga sebelumnya ini memang membutuhkan kebijakan yang luar biasa, ketersediaan hati yang luas dan luar biasa pula, menikmati setiap proses yang ada, apapun perubahan itu, entah perubahan terencana maupun perubahan tak terduga dan mendadak secara tiba-tiba seperti saat pandemi yang melanda saat ini, sehingga hikmah yang ada disetiap peristiwa dapat menjadi nikmat yang dikaruniakan Tuhan bagi kita. Mari kita nikmati setiap transformasi hidup kita dalam Nama Tuhan Yesus. Amin...



SEMESTA YANG PULIH SUARANYA

Angelina Ika Rahutami

Dosen Prodi Manajemen
FEB Unika Soegijapranata

“There is a subtle mystery in each of the movements and sounds of this world. The initiate will capture what is being said when the wind blows, the trees sway, water flows, flies buzz, doors creak, birds sing, or in the sound of strings or flutes, the sighs of the sick, the groans of the afflicted...” (Ali Al-Khawwas)

Hari ini adalah bulan ke lima belas, dalam masa pandemi COVID-19. Ada yang berbeda, kita membuka jendela kamar. Cerewet burung yang biasanya tidak terdengar, tetiba bernyayi riang, dan entah kenapa bunga Cempaka mengeluarkan bau yang luar biasa harum. Ketika pagi itu, saya beranjak memacu mobil di jalan tol antara Jogja dan Semarang, langit yang berbeda pula yang menemani saya. Awan seperti berarak, putihnya berombak di birunya langit. Kiri kanan jalan Tol yang sepi, terlihat padi yang mulai berbulir, dan beberapa petani yang merawatnya. Kenapa saya beru menikmatinya sekarang ya? Hal yang tidak dijumpai bertahun-tahun, karena langit lebih banyak berwarna abu-abu.

Semangat ekologi yang terlupakan

Aliran ekonomi, antara produksi dan konsumsi, rupanya tidak hanya menghasilkan pertumbuhan ekonomi, namun juga menyisakan jejak yang tidak serta merta disadari. Selama ini tidak banyak di antara kita yang memasukkan unsur ekologi dalam perhitungan ekonomi. Sekian decade lalu, ekologi merupakan kata yang tidak terlalu penting dalam perputaran ekonomi. Ekologi adalah relasi antara organisme hidup dan lingkungan tempat kita bertumbuh. Kata ekologi lebih banyak disukai oleh aktivis lingkungan dibandingkan oleh ekonom. Munculnya konsep ekonomi hijau, kemudian menjadi penggerak orang mulai menaruh perhatian pada lingkungan sebagai bagian dari ekonomi. Secara umum, degradasi lingkungan sejalan dengan pertumbuhan ekonomi. Kegiatan produksi dan konsumsi menyisakan pola cuaca yang bermain tidak pasti, kota-kota seperti tersedak, samudera luas seperti mati terombang-ambing dengan minyak dan barang-barang yang tidak tercerna olehnya. Percaya tidak percaya, kerusakan lingkungan terkait erat dengan degradasi kemanusiaan. Selama abad 20, Indonesia mengalami peningkatan suhu rata-rata udara di permukaan tanah 0,5 derajat celsius. Jika



dibandingkan periode tahun 1961 hingga 1990, rata-rata suhu di Indonesia diproyeksikan meningkat 0,8 sampai 1,0 derajat celsius antara tahun 2020 hingga 2050.

Ketika Pandemi COVID-19 Tiba

Ketika pandemi COVID-19 tiba, orang-orang di seluruh belahan dunia mulai melakukan penguncian diri dan aktivitas. COVID-19 telah membawa beberapa dampak terhadap lingkungan dan iklim baik secara positif maupun negatif. Karena pembatasan pergerakan dan perlambatan aktivitas sosial dan ekonomi yang signifikan, kualitas udara telah meningkat di banyak kota dengan pengurangan polusi air di berbagai belahan dunia. Mobilitas yang semakin berkurang, pabrik-pabrik yang tidak mengeluarkan asap, membuat kualitas udara menjadi jauh lebih baik. Citra satelit menunjukkan adanya penurunan signifikan pada tingkat global nitrogen dioksida (NO₂) dan emisi CO₂. Barcelona Institute for Global Health menyatakan bahwa hampir setiap kota di seluruh dunia mencatat rekor terendah dalam polusi.

Polusi suara yang dihasilkan pabrik pun berkurang secara signifikan. Sampah yang ditemukan di pantai dan taman, pun jauh berkurang. Dan semua fenomena alam ini tampaknya disambut dengan sorak-sorai oleh satwa liar maupun tumbuhan. Beberapa media masa menceritakan adanya satwa yang berjalan-jalan dengan santai di kota-kota. Di Florida dilaporkan bahwa penutupan pantai menyebabkan 39 persen peningkatan keberhasilan bagi penyu untuk berkembangbiak. Tumbuhan mulai lebih sering berbunga dan berbuah.

Namun di lain pihak COVID-19 juga menimbulkan dampak negatif terhadap lingkungan. Hal ini terjadi karena peningkatan penggunaan APD (misalnya masker wajah, sarung tangan, dan lain-lain), pembuangannya yang sembarangan, dan timbulnya limbah rumah sakit dalam jumlah besar berdampak negatif terhadap lingkungan. Beberapa ekosistem sudah terlanjur tergantung pada manusia. Pembatasan mobilitas dan aktivitas ternyata juga menyebabkan terganggunya kegiatan konservasi dan penelitian. Di belahan bumi yang lain, penangkapan ikan ilegal pun semakin marak karena orang miskin tetap perlu makan. Berarti pernyataan alam sedang “beristirahat” dari manusia selama pandemi tidaklah terlalu tepat.

Benarkah alam sedang beristirahat?

Dampak positif COVID-19 bagi semesta adalah alam seperti menyembuhkan diri, ketika manusia mengunci diri atau membatasi mobilitasnya. Apakah ini berarti sebaiknya manusia dimusnahkan saja



dari muka bumi? Atau ini hanyalah sementara? Bumi akan kembali sakit, akibat keserakahan manusia dan kapitalisme?

Pemusnahan manusia tentu saja tidak dapat dilakukan untuk menyelamatkan alam. Bila dilihat dari kacamata ekonomi, maka kita akan menemukan bahwa sebenarnya kunci dari semua hal adalah keseimbangan. Equilibrium. Bila dalam konsep pareto optimal, maka kurva keseimbangan itu sedang bergeser. Pergeseran kurva keseimbangan ini bisa menyebabkan *better off* namun bisa juga *worse off*. Pertanyaannya adalah bagaimana membuat ekuilibrium semesta ini tetap baik dan bahkan *better off*?

Secara teoritis, struktur ekonomi memainkan peran kunci dalam bagaimana dampak ekonomi diterjemahkan ke dalam perubahan tekanan lingkungan. Permintaan bahan bakar fosil untuk transportasi jauh berkurang karena pembatasan transportasi. Akibatnya emisi polusi udara menurun. Permintaan listrik juga menurun, terutama dalam produksi, karena perusahaan tutup sementara. Di sisi lain, sektor jasa, yang termasuk di antara yang paling parah terkena pandemi cenderung menghasilkan lebih sedikit emisi dan menggunakan lebih sedikit bahan baku daripada kebanyakan sektor industri. Hal ini menunjukkan bahwa pengurangan tekanan lingkungan secara keseluruhan dalam jangka pendek lebih kecil daripada pengurangan PDB.

Selanjutnya adalah apakah setelah selesai dengan Pandemi, kita akan kembali menjadi menghilangkan unsur lingkungan, unsur ekologi pada perilaku kita sebagai agen ekonomi?

Laudato Si, si Bintang Penunjuk

Bila dilihat dari aspek makro, maka kebijakanlah yang akan mampu menahan arus keserakahan dan menyeimbangkannya dengan aturan-aturan lingkungan. Namun, bila kita sebagai agen ekonomi, secara individu pun, kita perlu mengubah perilaku kita. Perilaku yang lebih hijau. Sebenarnya, gereja telah menyediakan bintang penunjuk arah yang begitu menarik yaitu Laudato Si. Ensiklik Laudato Si merefleksikan asal-usul dan ketidakadilan yang sedang berlangsung dari krisis ekologis.

Pada 2015, Paus Fransiskus dalam Laudato Si kita mengingatkan bahwa: "Semuanya saling berhubungan. Waktu dan ruang tidak independen satu sama lain. Bhawa atom atau partikel subatom tidak dapat dianggap terpisah. Sama seperti aspek yang berbeda dari planet ini – fisik, kimia dan biologi – saling terkait. Demikian juga spesies hidup adalah bagian dari jaringan yang tidak akan pernah kita jelajahi dan pahami sepenuhnya".



Aktivitas perekonomian harus berjalan secara integral dengan menghormati dimensi manusia dan sosial. Tantangan ini tidak mudah karena kita berada dalam sistem global.

Salah satu hal yang sederhana adalah konsep ekonomi berbagi. Ekonomi berbagi pada tingkat terkecil yaitu dengan keluarga dan tetangga kiri kanan. Contoh yang paling mudah adalah saya menanam di kebun saya yang kecil. Menanam dengan menggunakan plastik-plastik bekas minyak yang saya lubangi, kantung terigu yang saya gunting, besek bekas ayam goreng. Menanam apa pun tanpa menimbulkan sampah plastik baru dari polybag. Hasilnya hanya sekedar saya nikmati sendiri, atau pun kalau sisa maka akan saya bagi dengan tetangga terdekat saya. Andai menanam ini dilakukan tetangga kanan saya, dan membaginya lagi. Kemudian tetangga kiri saya, kemudian membaginya lagi. Terus menjadi lebih besar, sampai akhirnya satu RT saya. Maka bayangkan berapa plastik bekas yang menjadi berguna. Berapa penghematan yang dilakukan. Berapa klorofil yang menyerap karbondioksida dan mengeluarkan oksigen. Proses proses yang sederhana sebenarnya.

Mari Berubah

Secara langsung atau tidak langsung, pandemi mempengaruhi kehidupan manusia dan ekonomi global, yang pada akhirnya mempengaruhi lingkungan dan iklim. Ini mengingatkan kita bagaimana kita telah mengabaikan komponen lingkungan dan memaksakan perubahan iklim yang disebabkan oleh manusia. Selain itu, respon global COVID-19 juga mengajarkan kita untuk bekerja sama memerangi ancaman terhadap umat manusia. Meskipun dampak COVID-19 terhadap lingkungan bersifat jangka pendek, upaya terpadu dan kesadaran personal akan mampu memberi arti bagi perbaikan lingkungan.

Pemulihan ekologis tidak boleh dipandang sebagai “*blessing in disguise*”, sesuatu yang jatuh dari langit karena dampak COVID-19. Mari berubah. Mari bergerak. Pemulihan ekonomi dan ekologis harus direspon secara holistik untuk membangun kembali masyarakat dengan lebih menghormati rumah kita bersama. Rumah kita bersama: Ibu Bumi.

Unika
SOEGIJAPRANATA



ISBN 978-623-7635-66-6



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



SURAT TUGAS

Nomor : 00332//ST/FEB/VIII/2021

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata memberikan tugas kepada:

Nama : **T e r l a m p i r**

Status : Tenaga Pendidik / Dosen, Tenaga Kependidikan dan Mahasiswa
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unika Soegijapranata Semarang

Tugas : Penulis Buku Berubah Seiring Waktu : Antologi Pemikiran Ekonomi
dan Bisnis Pada Era Covid-19

Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Unika Soegijapranata Semarang

Waktu : Bulan Juli 2021

Keterangan : Harap melaksanakan tugas dengan baik dan penuh tanggung
jawab, serta memberikan laporan setelah melaksanakan tugas.



Semarang, 01 Agustus 2021

Dekan,

DRS. THEODORUS SUDIMIN, MS
NPP : 058.1.1990.074

Lampiran Surat Tugas
 Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
 Nomor : 00332/F.2.2/ST/FEB/VIII/2021
 Tanggal : 01 Agustus 2021

**DAFTAR PENULIS DAN JUDUL ARTIKEL
 BUKU "BERUBAH SEIRING WAKTU"**

No	Nama Penulis	Judul Artikel
1	Rini Hastuti	PAJAK: KUNCI MEMULIHKAN KEUANGAN PUBLIK
2	Ahmadi Yogi Pratama	PENGARUH KEBIJAKAN PEMERINTAH TERHADAP COVID-19
3	Apelina Teresia	DILEMA KENAIKAN TARIF CUKAI ROKOK DI MASA PANDEMI
4	Karl Anggara	INSENTIF PAJAK, BERKAH ATAU ...??
5	Kornelius Hartono	PENGARUH PANDEMI COVID-19 TERHADAP PEREKONOMIAN DI INDONESIA
6	Sara	GENERASI MUDA JEMBATAN MEMBAIKNYA PEREKONOMIAN INDONESIA
7	Bayu Prestianto	PERUBAHAN SOSIAL DAN POLA KONSUMSI DI MASA PANDEMI, ANCAMAN ATAU PELUANG?
8	Dr. Berta Bakti Retnawati, Msi	PANDEMI COVID-19 DAN RESHAPING CONSUMER BEHAVIOUR
9	Felicia Aprilian Indraswari	STRATEGI PERUSAHAAN DALAM BERTAHAN DITENGAH PANDEMI COVID-19
	Gabriela Vialetta	
10	Agung Sugiarto.,SE.,MM.,M.Ec.Dev.,Ak.,CA.,CPA.,MAPPI (Cert).,CRBC	MEMPERTAJAM DAYA PREDIKSI DI MASA PANDEMI
11	Gumilang Widiatmo	PERANAN "GIG ECONOMY" MENGHADAPI PANDEMI COVID-19
12	Erwin Lilik Hartanto, SE	DAMPAK PANDEMI COVID 19 MEMUKUL USAHA KULINER
13	Veronica Kusdiartini	KEJUJURAN, UJUNG TOMBAK KEKUATAN BISNIS DIMASA PANDEMI COVID 19
14	St. Vena Purnamasari	KETIKA TAK ADA KATA "KEMBALI"
15	Fiona Puspitasari	FMCG DI ERA COVID-19: INOVASI ATAU ADAPTASI?

16	Posmaria Sitohang, SE, MSi	MANAJEMEN RESILIENSI DIBUTUHKAN DI ERA NORMALITAS BARU
17	Dyah Titisari A	KOLABORASI DI MASA PANDEMI ADALAH KUNCI
18	Kartika Maria Yosephine Sumargo	MILENIALS INDONESIA MEWUJUDKAN DIGITALISASI EKONOMI KREATIF
19	Gabriella Kyara Ajeng Shandradewi	EKONOMI DIGITAL SEBAGAI KESUKSESAN KAUM MILENIAL
20	Elisabeth Sania Aprillia Santoso	INVESTOR MILENIAL DAN DIGITALISASI INDUSTRI KREATIF
21	Dr. Elizabeth Lucky Maretha Sitinjak	INVESTASI SAHAM: OLD AND NEW NORMAL
22	Chatarina Yekti Prawihatmi	MENCIPTAKAN EKOSISTEM KEWIRAUSAHAAN BAGI MAHASISWA
23	Emeraldza Egi Widjaja	ENTREPRENEUR'S STARTERKIT: GAGASAN PEMULIHAN PEREKONOMIAN INDONESIA
24	M. Widyanto	AYO (TETAP) BELI PRODUK UMKM DI MASA PANDEMI !
25	Rustina Untari	TERPAKSA MENJADI DIGITAL ENTREPRENEUR
26	Maria Mariana	MENCINTAI DAN MENGGUNAKAN PRODUK LOKAL
27	Maria Y.D. Hayu Agustini	PERGESERAN DIGITAL DAN TRANSFORMASI PEMASARAN DI ERA VIRTUAL UNTUK UMK
28	B.Junianto Wibowo, M.Sc	MEMPERTAHANKAN USAHA KECIL DAN MIKRO OLAHAN MAKANAN DI TENGAH PANDEMI
29	M Devatia Putri Nilamsari	SIKAP: KUNCI BERTAHAN PELAKU UMKM DI MASA PANDEMI COVID-19
30	Widuri Kurniasar	TETULUNG LAN NYENGKUYUNG
31	Dian Nala Damayanti Hari Tripanto Silitonga	PENERAPAN REMOTE AUDIT SAAT PANDEMIC COVID-19
32	H. Sri Sulistyanto	BLESSING IN DISGUISE
33	Amadea Thirza M. Bella Klarissa Jimmy Christofer	TRANSFORMASI AKUNTAN PADA ERA COVID-19
34	Stephana Dyah Ayu Ratnaningsih	PEMBENTUKAN KARAKTER AKUNTAN MELALUI PEMBELAJARAN DARING
35	Yusni Warastuti	RESET KEUANGAN PAROKI IMBAS COVID-19
36	Stefani Lily Indarto	AUDITOR DAN MITIGASI RISIKO KECURANGAN DI ERA NEW NORMAL
37	Linggar Yekti Nugraheni	PANDEMI COVID-19: QUO VADIS PROFESI AKUNTAN?
38	Theodorus Sudimin	PENDIDIKAN MORAL DI MASA PANDEMI COVID-19
39	Y. Wisnu Djati Sasmito	PEMIKIRAN EKSTRIM: PARADIGMA BARU PENDIDIKAN
40	Vinsensia Retno Widi Wisayang, SE, MM	BERBASIS SISTEM DAN KREATIFITAS DI NEW NORMAL

41	Sih Mirmaning Damar Endah	"BAD EDUCATION" DI MASA PANDEMI
42	Novia Uut Puspitasari	MENJAGA HARAPAN
43	Agnes Advensia Christmastuti	BELAJAR DARI OMA WENNY
44	MG Westri Kekalih Susilowati	BE POSITIVE, ADAPTIVE DAN TRANSFORMATIVE
45	Maryati Sri Rejeki	PERUBAHAN ADALAH PELUANG
46	Shandy Jannifer Matitaputty	RESAH: REFLEKSI UNTUK "BERUBAH"
47	Harie Moeljono	COVID 19: BERKAH DALAM DUKA
48	Hudi Prawoto	MENGURAI PANDEMI COVID-19 DAN MEMAJUKAN EKONOMI MELALUI NILAI-NILAI PATRIOTISME DAN NASIONALISME
49	Agnes Arie Mientarry Christie	MENIKMATI TRANSFORMASI HIDUP: SEBUAH REFLEKSI
50	Angelina Ika Rahutami	SEMESTA YANG PULIH SUARANYA



Semarang, 01 Agustus 2021
 Dekan,

DRS. THEODORUS SUDIMIN, MS
 NPP : 058.1.1990.074