

Perubahan Paradigma Pendidikan Dan Ekonomi Di Masa Pandemi

COVID-19

Peluang, Tantangan, Dan Strategi



Editor:

Dr. Muhammad Hasan, S.Pd., M.Pd.

Thamrin Tahir | Muhammad Hasan | Ilham Thaief |
Tuti Supatminingsih | Muhammad Dinar | Rahmatullah | Mustari |
M. Ihsan Said Ahmad | Inanna | Syamsu Rijal | Nurdiana |
Nurjannah | Andi Tenri Ampa | Muhammad Ilyas Thamrin Tahir |
Andi Sawe Riesso | Nur Arisah | Nur Fatwa | Muhammad Azis |
Fajriani Azis | Atirah | Andika Isma | Muhammad Imam Ma'ruf |
Diah Retno Dwi Hastuti | Rahim Darma | Darmawan Salman |
Slamet Santosa

**PERUBAHAN PARADIGMA
PENDIDIKAN DAN EKONOMI
DI MASA PANDEMI COVID-19:
PELUANG, TANTANGAN, DAN STRATEGI**

UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i Penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv Penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

**PERUBAHAN PARADIGMA
PENDIDIKAN DAN EKONOMI
DI MASA PANDEMI COVID-19:
PELUANG, TANTANGAN, DAN STRATEGI**

Thamrin Tahir | Muhammad Hasan | Ilham Thaief |
Tuti Supatminingsih | Muhammad Dinar | Rahmatullah
| Mustari | M. Ihsan Said Ahmad | Inanna | Syamsu
Rijal | Nurdiana | Nurjannah | Andi Tenri Ampa |
Muhammad Ilyas Thamrin Tahir | Andi Sawe Riesso |
Nur Arisah | Nur Fatwa | Muhammad Azis | Fajriani
Azis | Atirah | Andika Isma | Muhammad Imam Ma'ruf |
Diah Retno Dwi Hastuti | Rahim Darma | Darmawan
Salman | Slamet Santosa

Penerbit



CV. MEDIA SAINS INDONESIA
Melong Asih Regency B40 - Cijerah
Kota Bandung - Jawa Barat
www.penerbit.medsan.co.id

**PERUBAHAN PARADIGMA PENDIDIKAN DAN
EKONOMI DI MASA PANDEMI COVID-19:
PELUANG, TANTANGAN, DAN STRATEGI**

Thamrin Tahir | Muhammad Hasan | Ilham Thaief |
Tuti Supatminingsih | Muhammad Dinar | Rahmatullah |
Mustari | M. Ihsan Said Ahmad | Inanna | Syamsu Rijal |
Nurdiana | Nurjannah | Andi Tenri Ampa | Muhammad Ilyas
Thamrin Tahir | Andi Sawe Riesso | Nur Arisah | Nur Fatwa |
Muhammad Azis | Fajriani Azis | Atirah | Andika Isma |
Muhammad Imam Ma'ruf | Diah Retno Dwi Hastuti | Rahim
Darma | Darmawan Salman | Slamet Santosa

Editor :

Muhammad Hasan

Desain Cover :

Rintho Rante Rerung

Tata Letak :

Harini Fajar Ningrum

Ukuran :

xiv, 184 hlm, Uk: 15,5 x 23 cm

ISBN :

978-623-6882-26-9

Terbitan Pertama :

November 2020

Hak Cipta 2020, Pada Penulis

Isi diluar tanggung jawab penerbit

Copyright © 2020 by Media Sains Indonesia

All Right Reserved

Hak cipta dilindungi Undang-Undang. Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit atau Penulis.

PENERBIT MEDIA SAINS INDONESIA

(CV. MEDIA SAINS INDONESIA)

Melong Asih Regency B40 - Cijerah

Kota Bandung - Jawa Barat

www.penerbit.medsan.co.id

KATA PENGANTAR

Puji syukur Kami panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat, hidayah dan kasih sayangnya kepada Kami, sehingga Kami dapat menyelesaikan buku ini.

Buku ini telah kami susun dengan semaksimal mungkin dan mendapatkan bantuan dan pertolongan dari berbagai pihak sehingga dapat memperlancar dalam proses pembuatan buku ini. Untuk itu, kami mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dan terlibat dalam pembuatan buku ini. Terlepas dari semua itu, Kami tentunya menyadari sepenuhnya bahwa masih terdapat banyak kekurangan, oleh karena itu, Kami dengan tangan terbuka menerima segala saran serta kritik dari para pembaca sehingga Kami dapat menyempurnakan buku ini di kemudian hari.

Kami berharap semoga buku ini dapat memberikan manfaat maupun inspirasi bagi pembaca, khususnya dalam kontribusi membantu pemerintah dalam memberikan pandangan-pandangan akademik dalam menghadapi pandemi Covid-19.

Makassar, 04 November 2020

Program Studi Pendidikan Ekonomi
Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Makassar

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
PENGANTAR EDITOR	ix
BAB 1 Perilaku Ekonomi Sebagai Modal Sosial Di Masa Pandemi Covid-19: Perspektif Sosiologi Pasar dan Sosiologi Konsumsi	1
A. Perilaku Ekonomi sebagai Perilaku Sosial: Perspektif Sosiologi dan Ekonomi.....	1
B. Perilaku Konsumsi di Era Revolusi Industri 4.0: Disrupsi Pasar	7
C. Perilaku Ekonomi dan Modal Sosial	15
D. Penutup.....	24
E. Daftar Pustaka	25
BAB 2 Ketidaksiapan Siswa Dalam Melakukan Pembelajaran Daring Di Masa Pandemi Covid-19 Serta Dengan Dampaknya	29
A. Fakta.....	29
B. Faktor-Faktor Pemicu Ketidaksiapan Siswa dalam melakukan Pembelajaran Daring di Masa Pandemi Covid-19.....	32
C. Dampak Covid-19 pada Proses Belajar di Sekolah	38
D. Dampak pada Proses Penilaian Siswa	41
E. Dampak pada Lulusan Sekolah.....	42
F. Langkah Strategis dan Solusi bagi Dunia Pendidikan Indonesia.....	43
G. Daftar Pustaka	46
BAB 3 Pembelajaran Ekonomi Inovatif Dalam Situasi Pandemik Covid-19.....	49
A. Pendahuluan	49
B. Landasan Teori dan Konsep	54
C. Metodologi Penelitian	61
D. Analisa	61
E. Kesimpulan	67

F. Rekomendasi	68
G. Daftar Pustaka	69
BAB 4 Perubahan Paradigma Pendidikan Ekonomi Formal dan Pendidikan Ekonomi Informal: Transformasi Pendidikan Ekonomi Menghadapi Adaptasi Kebiasaan Baru.....	71
A. Pandemi Covid-19 dan Perubahan Perilaku Ekonomi.....	71
B. Pendidikan Ekonomi Formal: Positivisme dan Teori Ekonomi Mikro.....	73
C. Pendidikan Ekonomi Informal: Membangun Peran Keluarga	81
D. Penutup.....	91
E. Daftar Pustaka	92
BAB 5 Pendidikan Ekonomi, Literasi Ekonomi, dan Pembangunan Ekonomi: Membangun Budaya Kewirausahaan di Era Adaptasi Baru.....	95
A. Kewirausahaan dan Pembangunan Ekonomi.....	95
B. Kewirausahaan di Era Ekonomi Berbasis Pengetahuan.....	97
C. Budaya Literasi dan Budaya Kewirausahaan.....	101
D. Pendidikan Ekonomi dan Budaya Kewirausahaan: Mengintegrasikan Literasi Baru ke dalam Pendidikan Kewirausahaan.....	104
E. Penutup.....	107
F. Daftar Pustaka	110
BAB 6 Kekuatan Pendidikan Ekonomi Menghadapi Masa Pandemi Covid-19: Bagaimana Kabar Wirausaha di Masa Pandemi Covid-19?.....	113
A. Pendahuluan	113
B. Keberadaan Covid-19.....	115
C. Kekuatan Pendidikan Ekonomi Menghadapi Masa Pandemi Covid-19.....	117

D. Pendidikan Ekonomi dan UMKM.....	118
E. Wirausaha Masa Pandemi Covid-19	122
F. Daftar Pustaka	126
BAB 7 Optimalisasi Jejaring Sosial Facebook Sebagai Alternatif Strategi Pemasaran Pelaku Bisnis Selama Masa Pandemi Covid-19	129
A. Pendahuluan	129
B. Tinjauan Literatur	133
C. Pembahasan	138
D. Kesimpulan	149
E. Daftar Pustaka	150
BAB 8 Teknologi Hijau: Solusi Ketahanan Pangan Perkotaan Secara Berkelanjutan di Masa Pandemi Covid-19?	157
A. Pertanian Kota: Isu Ketahanan Pangan Dan Ruang Terbuka Hijau.....	157
B. Revolusi Hijau dan Teknologi Hijau	161
C. Ketahanan Pangan Perkotaan dalam Pandemi Covid 19	166
D. Teknologi Hijau: Konsep Pertanian Kota dalam Mendukung Ketahanan Pangan Secara Berkelanjutan	171
E. Daftar Pustaka	177

PENGANTAR EDITOR

Pandemi Covid-19 sudah menjadi isu global yang telah menimbulkan dampak yang besar hampir di segala bidang termasuk di ekonomi, sosial, politik, budaya dan pendidikan, serta telah menimbulkan tekanan sosial ekonomi masyarakat. Hampir di seluruh negara mengalami masalah yang dilematis antara menyelamatkan perekonomian negaranya atau keselamatan hidup warganya, yang tentu saja negara tersebut pastinya akan menyelamatkan warga negaranya.

Namun hal ini memberikan konsekuensi terhadap pertumbuhan ekonomi yang mengalami penurunan yang telah berdampak pada kehidupan sosial termasuk di negara-negara di ASEAN dan khususnya di Indonesia. Kebijakan *lockdown* di beberapa negara telah menghentikan beberapa bidang ekonomi, sehingga memiliki efek yang sangat signifikan bagi perputaran uang. Diperkirakan separuh lebih aktivitas di bidang ekonomi terhenti karena pandemi Covid-19 ini.

Negara Indonesia pun juga harus menghadapi peningkatan jumlah pengangguran, kondisi kinerja yang menurun, aktivitas ekonomi yang melambat dan penyebaran virus yang masih terus meningkat. Pandemi ini juga memberikan dampak yang sangat besar pada dunia pendidikan yang dimana membuat kita terpaksa belajar secara daring serta terbatasnya kondisi infrastruktur yang terbatas seperti kuota yang mahal, sinyal yang belum merata, serta perangkat yang belum sesuai dalam proses belajaran.

Berdasarkan kajian terhadap dampak Covid-19 terhadap bidang pendidikan dan ekonomi, khususnya dalam hal terjadinya transformasi paradigma pendidikan dan ekonomi, sehingga terciptalah buku ini yang disusun menjadi delapan bab yaitu:

BAB I. Perilaku Ekonomi sebagai Modal Sosial di Masa Pandemi Covid- 19: Perspektif Sosiologi Pasar dan Sosiologi Konsumsi, yang disusun oleh Thamrin Tahir dan Muhammad Ilyas Thamrin Tahir. Disrupsi yang terjadi pada pasar di era Revolusi Industri 4.0 menjadikan perilaku ekonomi baik diantara penjual maupun pembeli tidak lagi dibatasi oleh ruang dan waktu. Hubungan interaksi ini merupakan bentuk dasar terbangunnya modal sosial yang salah satu dimensinya adalah kepercayaan. Kepercayaan adalah sumbu dalam berinteraksi sosial. Pengusaha-pengusaha selalu mengisahkan perjalanan suksesnya diawali dengan membangun kepercayaan relasi. Kepercayaan dari pelanggan memegang poin serta peranan penting dalam pasar di era Revolusi Industri 4.0. Pepatah klasik Bugis Makassar mengatakan bahwa “nainya tau malempuk-é manguruk manak-i tau sugi-é”, yang berarti bahwa orang yang jujur sewarisan dengan orang kaya, orang jujur tidaklah sulit memperoleh kepercayaan dari orang kaya karena kejujurannya.

BAB 2. Ketidaksiapan Siswa dalam Melakukan Pembelajaran Daring di Masa Pandemi Covid-19 serta dengan Dampaknya, yang disusun oleh Ilham Thaief, Muhammad Dinar, M. Ihsan Said Ahmad, Syamsu Rjal, dan Andi Sawe Riesso. Dalam penanganan dampak Covid-19 pada dunia pendidikan, seluruh *stakeholders* harus bahu membahu. Kondisi ini tidak boleh terlepas pandang dari kebijakan pemerintah dan pelaksanaannya operasionalisasi di lapangan. adapun hal- hal yang wajib dilakukan oleh semua *stakeholders* pendidikan adalah; Peran pemerintah sangat penting dan fundamental, Orang tua harus menyadari dan mengetahui bagaimana cara membimbing anak-anak mereka dalam belajar, karena pada dasarnya rumah merupakan tempat pertama dan utama untuk mendidik anak, Melalui pembelajaran daring harus menjadi penyadaran bagi guru bahwa peran

mereka saat ini sebagai guru yang hanya mentransfer pengetahuan melalui mesin. Media untuk mendapatkan ilmu pengetahuan saat ini sudah banyak, jadi guru sangat penting untuk menguasai teknologi untuk bisa di transfer ke siswa, dan Sekolah sebagai lembaga penyelenggara pendidikan harus bersiaga memfasilitasi perubahan apapun menyangkut pendidikan siswanya. Pendidikan tingkah laku harus menjadi pijakan kuat ditengah perkembangan teknologi dan arus percepatan informasi. Program-program pendidikan yang dilakukan sekolah harus benar-benar disampaikan kepada siswa, terlebih dengan media daring tetap saja pihak sekolah harus benar-benar memperhatikan etika sebagai lembaga pendidikan

BAB 3. Berdamai Dengan Covid-19: Perubahan Paradigma Pendidikan dan Ekonomi di Masa Pandemi Covid-19 “(Pembelajaran Ekonomi Inovatif dalam Situasi Pandemi Covid 19), yang disusun Nur Fatwa. Inovasi dalam menjalankan tridharma perguruan tinggi perlu diterapkan agar menciptakan output yang baik. Perubahan revolusi industri pendidikan 4.0 yang melibatkan unsur teknologi merupakan suatu tantangan bagi perguruan tinggi saat ini. Pemanfaatan teknologi dan informasi dapat meningkatkan akses dan kualitas pendidikan di Indonesia khususnya pada tingkat pendidikan tinggi. Sistem pembelajaran saat ini belum mengoptimalkan pemanfaatan teknologi informasi dikarenakan metode penyampaian pembelajaran bersifat *sinkronus face to face* yaitu ceramah, diskusi kelompok, dan presentasi.

BAB 4. Perubahan Paradigma Pendidikan Ekonomi Formal dan Pendidikan Ekonomi Informal: Transformasi Pendidikan Ekonomi menghadapi Adaptasi Kebiasaan Baru, yang disusun oleh Muhammad Hasan, Nur Arisah, Nurdiana, Nurjannah, dan Andi Tenri Ampa. Pandemi Covid-19 menjadi masalah besar yang mengejutkan

semua pihak. Dampaknya menyentuh semua lapisan masyarakat. Sektor terdampak pun sangat luas meliputi formal dan informal, golongan kaya maupun miskin. Bahkan dampak ekonominya mengancam dunia dengan resesi dan inflasi. Namun demikian, harapan tentu harus tetap dibangun, khususnya dalam membangun literasi ekonomi keluarga di masa Pandemi Covid-19

BAB 5. Pendidikan Ekonomi, Literasi Ekonomi, dan Pembangunan Ekonomi: Membangun Budaya Kewirausahaan Di Era Adaptasi Baru, yang disusun oleh Muhammad Azis dan Fajriani Azis. Pada era industri 4.0, tugas pekerjaan yang bersifat manual berulang sederhana akan digantikan oleh robot dan mesin, tenaga kerja (manusia) akan mengambil alih tugas yang terkait dengan manajemen, oleh karenanya memerlukan keterampilan pribadi yang lebih kuat seperti komunikasi, koordinasi, dan keterampilan lunak lainnya untuk mengambil alih tanggung jawab dan pengambilan keputusan (Haeffner & Panuwatwanich, 2018). Terdapat beberapa kompetensi yang dibutuhkan untuk mempersiapkan era industri 4.0 di antaranya adalah kemampuan memecahkan masalah (*problem solving*), beradaptasi (*adaptability*), kolaborasi (*collaboration*), kepemimpinan (*leadership*), dan kreatifitas serta inovasi (*creativity and innovation*). Kecakapan era 4.0 adalah kemampuannya dalam menangani persoalan yang kompleks melalui kecakapan non-rutin dan kecakapan sosial

BAB 6. Kekuatan Pendidikan Ekonomi menghadapi Masa Pandemi Covid19: *Bagaimana Kabar Wirausaha di Masa Pandemi Covid-19?* yang disusun oleh Atirah, Tuti Supatminingsih, Mustari, Rahmatullah dan Inanna. Pelaku dunia usaha atau pelaku UMKM ditengah pandemi Covid-19 harus bisa memanfaatkan teknologi sosial media untuk tetap menjalankan bisnis atau usaha. Dengan demikian segala sesuatu yang dahulunya didapatkan dengan cara transaksi langsung bisa diubah

dalam bentuk transaksi secara sosial media hal ini semata-mata mengubah tantangan menjadi sebuah peluang untuk mendapatkan keuntungan maksimal.

BAB 7. Optimalisasi Jejaring Sosial Facebook sebagai Alternatif Strategi Pemasaran Pelaku Bisnis Selama Masa Pandemi Covid-19, yang disusun oleh Andika Isma dan Muhammad Imam Ma'Ruf. Keberadaan pandemi Covid-19 memengaruhi segala aspek kehidupan manusia, termasuk pada kegiatan bisnis. Para pelaku bisnis terpaksa harus mencari solusi terbaik guna menghindari kerugian yang lebih besar akibat kebijakan-kebijakan dalam memutus rantai penyebaran Covid-19, tetapi dengan hadirnya Facebook sebagai jejaring sosial dengan pengguna terbesar dunia mampu menjadi alternatif strategi pemasaran karena di dalamnya terdapat dua fitur, yakni *Facebook Marketplace* dan *Facebook Ads* yang sangat tepat digunakan oleh pelaku bisnis selama masa pandemi Covid-19 ini. Selain itu, Facebook juga berkomitmen dalam membantu pelaku bisnis melawati masa pandemi Covid-19 dengan meluncurkan "Pusat Sumber Informasi Bisnis Covid-19" sebagai sumber informasi tambahan mengenai bagaimana cara mempersiapkan diri dan mengelola bisnis guna menghadapi gangguan Covid-19

BAB 8. Teknologi Hijau: Solusi Ketahanan Pangan Perkotaan Secara Berkelanjutan di Masa Pandemi Covid 19?, yang disusun oleh Diah Retno Dwi Hastuti, Rahim Darma, Darmawan Salman, dan Slamet Santosa. Dengan adanya pandemi Covid 19 yang memaksa terjadinya penutupan perbatasan, karantina, menimbulkan gangguan pasar dan rantai pasok yang memicu terjadinya kerawanan pangan, terutama pada kelompok masyarakat tertentu. Penerapan pembatasan sosial pun berdampak pada akses petani ke pasar sehingga terbuangnya bahan pangan. Berbeda dengan kelompok masyarakat menengah ke atas yang melakukan pembelian berlebihan

akibat rasa panik dan penimbunan makanan serta respons kebijakan terkait perdagangan terhadap pandemi, khususnya pembatasan apapun pada ekspor, dapat menyebabkan naiknya harga dan meningkatkan volatilitas harga dan membuat pasar internasional menjadi tidak stabil.

Makassar, 04 November 2020

Editor

BAB 1

Perilaku Ekonomi Sebagai Modal Sosial Di Masa Pandemi Covid-19: Perspektif Sosiologi Pasar dan Sosiologi Konsumsi

Oleh:

Thamrin Tahir, Muhammad Ilyas Thamrin Tahir

A. Perilaku Ekonomi sebagai Perilaku Sosial: Perspektif Sosiologi dan Ekonomi

Beberapa kajian yang dilakukan oleh Ekonom terkait tentang pertumbuhan ekonomi (misalnya, Solow, 1956; Swan, 1956) dan berbagai perubahan teknis dalam memahami pertumbuhan ekonomi (misalnya, Romer, 1990; Grossman dan Helpman, 1991; Aghion dan Howitt, 1992, Aghion dan Durlauf, 2005) menempatkan peran interaksi sosial yang masih sangat terbatas dan perilaku ekonomi hanya didasarkan pada pemaksimalan utilitas agen-agen homogen yang terlepas dari interaksi sosial. Namun saat ini, perubahan teknologi dan pertumbuhan ekonomi dipahami dalam kerangka sosial-ekonomi yang terdiri dari agen yang berinteraksi (Cowan dan Jonard, 2004). Menurut perspektif sistem, inovasi muncul dalam sistem kompleks yang terdiri dari aktor yang berinteraksi

dan berbagi pengetahuan serta sumber daya seperti perusahaan, pelanggan, lembaga penelitian, universitas, dan pemerintah (Lundvall, 1992). Pemahaman ini didukung oleh sejumlah besar penelitian tentang interaksi sosial yang menekankan peran interaksi interpersonal dan jaringan hubungan dalam memahami bagaimana sistem ekonomi berfungsi, dengan menghasilkan norma, sanksi dan kepercayaan (Granovetter, 1985).

Ilmu ekonomi melihat dan mempelajari individu, kelompok dan masyarakat dari aspek produksi, konsumsi dan distribusi. Tiga kata kunci ini merupakan konsep dasar yang dikembangkan oleh ilmu ekonomi dalam ranah sosial. Produksi merupakan rangkaian kegiatan untuk mengolah bahan mentah menjadi barang jadi yang siap pakai. Tujuan produksi adalah menciptakan atau menghasilkan barang. Sedangkan distribusi merupakan rangkaian kegiatan untuk mengantarkan barang yang selesai diolah dan siap pakai ke tangan konsumen. Hal ini dapat dilakukan secara langsung kepada konsumen atau melalui pasar. Terakhir, konsumsi yaitu kegiatan menggunakan barang hasil produksi sesuai dengan kebutuhan.

Berdasarkan tiga kata kunci produksi, konsumsi dan distribusi, ilmuwan ekonomi menformulasikan berbagai asumsi dan teori tentang berbagai permasalahan di seputar produksi, seperti teori penawaran dan permintaan (*supply and demand*) yang membicarakan

lalu-lintas barang yang dipengaruhi oleh tingkat penawaran dan permintaan.

Hubungan antara produksi, distribusi dan konsumsi berlangsung dalam hubungan yang kompleks dan sangat bervariasi. Penawaran dan permintaan merupakan hubungan timbal-balik yang menjadi mekanisme utama dalam bertransaksi. Dari mekanisme transaksional tersebut kemudian tercipta mekanisme tentang harga. Mekanisme penawaran dan permintaan dan mekanisme harga bukanlah variabel yang masing-masing berdiri sendiri, akan tetapi terintegrasi dalam media yang disebut dengan mekanisme pasar (*market mechanism*).

Sementara ilmu sosiologi melihat dan mempelajari individu, kelompok dan masyarakat dari aspek: perilaku, orientasi dan interaksi. Perilaku sebagai tindakan aktual dimotivasi oleh kesadaran atau orientasi yang tidak berdiri sendiri, dipengaruhi oleh faktor luar seperti pranata nilai atau budaya. Di sisi lain, individu sebagai makhluk sosial secara alamiah akan melakukan interaksi dengan individu lainnya. Dalam berinteraksi, setiap individu mengembangkan berbagai bentuk komunikasi yang merepresentasikan orientasi dalam dirinya. Pola ini dapat terlihat dalam hubungan kelompok seumur (*peer group*).

Berbagai pola dan sistem interaksi ekonomi tersebut sesungguhnya berawal dari hubungan yang sederhana antara individu dan masyarakat (interaksi sosial) dalam

rangka memenuhi kebutuhan terhadap hasil produksi atau jasa. Kelangkaan barang yang dibutuhkan (*scarcity*) menjadi motor utama di balik interaksi yang menggerakkan proses ekonomi ini; mulai dari tingkatan yang sederhana dalam bentuk kegiatan ekonomi subsisten, seperti penjualan langsung kepada pemakai di area produksi, atau transaksi antara pembeli dan penjual di sebuah warung kecil, hingga bergerak menjadi tingkatan yang sangat maju, seperti ekspor-impor antarnegara.

Apabila proses ekonomi sesungguhnya berawal dari interaksi sosial, maka terdapat beberapa pertanyaan mendasar. Apakah ekonomi itu sesungguhnya adalah fenomena sosial atau semata-mata gejala ekonomi dan terpisah dari aspek sosialnya? Atau saling berkaitan satu dengan lainnya?

Masyarakat dinamis adalah masyarakat yang bergerak terus menerus, mengikuti perkembangan dan perubahan. Pergerakan itu disertai dengan berbagai macam aktivitas dan perilaku. Perilaku masyarakat mencerminkan bagaimana keterhubungan antara anggota dalam suatu masyarakat tertentu, baik hubungan ke dalam maupun ke luar. Dalam hubungan kemasyarakatan perilaku individu dapat digolongkan dalam dua pembagian besar, yaitu perilaku sosial dan perilaku ekonomi.

Kehidupan masyarakat merupakan satu sistem, maka bidang ekonomi hanya sebagai salah satu bagian atau subsistem saja. Oleh karena itu, dalam memahami aspek kehidupan ekonomi masyarakat, maka perlu dihubungkan antara faktor ekonomi dengan faktor lain dalam kehidupan masyarakat tersebut. Faktor-faktor tersebut antara lain; faktor kebudayaan, kelompok solidaritas, dan stratifikasi sosial. Faktor-faktor tersebut mempunyai pengaruh yang langsung terhadap perkembangan ekonomi. Pada faktor kebudayaan, terdapat nilai yang mendorong perkembangan ekonomi, akan tetapi ada pula nilai yang menghambat perkembangan ekonomi. Demikian pula dengan kelompok solidaritas, dalam hal ini yakni keluarga dan kelompok etnis, keluarga terkadang mendorong pertumbuhan ekonomi, tetapi terkadang pula memperlambat. Baik ekonomi maupun sosiologi merupakan disiplin ilmu dengan tradisi ilmu yang mapan. Munculnya ekonomi sebagai disiplin ilmu dapat terlihat dari fenomena ekonomi sebagai suatu gejala bagaimana cara orang atau masyarakat memenuhi kebutuhan hidup mereka terhadap jasa dan barang langka yang diawali oleh proses produksi, konsumsi dan pertukaran. Sosiologi ekonomi mempelajari berbagai macam kegiatan yang sifatnya kompleks dan melibatkan produksi, distribusi, pertukaran dan konsumen barang dan jasa yang bersifat langka dalam masyarakat. Jadi, fokus analisis untuk

sosiologi ekonomi adalah pada kegiatan ekonomi, dan mengenai hubungan antara variabel-variabel sosiologi yang terlihat dalam konteks non-ekonomis.

Damsar (2009) menyatakan perilaku ekonomi yang dimaksud dalam sosiologi ekonomi adalah tidak hanya terbatas pada aktor (pelaku) individu saja, tetapi juga mencakup perilaku ekonomi yang lebih luas, seperti penetapan harga dan institusi-institusi ekonomi, yang ada dalam suatu jaringan hubungan sosial. Sedangkan yang dimaksud dengan jaringan hubungan sosial adalah suatu rangkaian hubungan yang teratur atau hubungan sosial yang sama diantara individu atau kelompok. Di bagian lain, Damsar (2009) menyebutkan perilaku ekonomi berkaitan dengan semua aktivitas orang dan masyarakat yang berhubungan dengan produksi, distribusi, pertukaran dan konsumsi barang dan jasa.

Dalam perspektif sosiologi pasar, konsumsi yang biasanya dibahas dalam kerangka bidang studi ilmu-ilmu ekonomi, kini Kita bahas dari segi sosiologi; yaitu sosiologi konsumsi. Terdapat persamaan dan perbedaan antara perilaku konsumen dan perilaku pembeli antara ilmu ekonomi dan ilmu sosiologi. Dalam mengkaji hal tersebut, tidaklah telalu sulit, sebab konsumen dan pembeli memang berbeda. Pembeli belum tentu konsumen, dan kadang-kadang konsumen tidak perlu membeli. Konsumsi adalah perilaku mempergunakan barang-barang konsumsi.

Realitas sosial pada hakikatnya adalah segala macam kenyataan yang hidup di tengah masyarakat yang dialami atau dilakukan oleh kebanyakan orang dan bukan oleh satu atau dua orang individu saja. Orang yang melakukan konsumsi lazimnya disebut konsumen. Dalam hal ini sosiologi melihat perilaku konsumen pada umumnya bukan satu orang konsumen saja.

Kegiatan konsumsi itu tidak hanya terbatas pada kegiatan makan-minum dalam arti sesungguhnya, akan tetapi meliputi segala macam kegiatan pemenuhan kebutuhan. Konsumsi dapat digunakan kedalam 2 jenis yaitu: konsumsi untuk konsumsi dan konsumsi untuk produksi. Sehubungan dengan hal tersebut, timbul sebuah pertanyaan elementer yang menarik untuk Kita kaji bersama, yaitu bagaimanakah perilaku konsumsi di era Revolusi Industri 4.0?

B. Perilaku Konsumsi di Era Revolusi Industri 4.0: Disrupsi Pasar

Saat ini tengah terjadi disrupsi (*disruption*) dalam kehidupan kita. Zaman sekarang disebut era disrupsi. Revolusi Industri 4.0 mendorong terjadinya disrupsi dalam berbagai bidang. Era disrupsi terjadi ketika suatu inovasi baru masuk ke pasar dan menciptakan efek disrupsi yang cukup kuat sehingga mengubah struktur pasar yang sebelumnya. Fenomena efek disrupsi dapat Anda temukan lingkungan sekitar, misalnya Anda dapat

menemukan adanya antara becak, bentor dan ojek pangkalan menjadi ojek online, pete-pete, taksi konvensional, dan taksi argo menjadi taksi online, media cetak menjadi media online atau situs berita dan berbagai mall atau pasar menjadi *marketplace* atau toko online (*e-commerce*), dan digitalisasi lainnya.

Terjadinya perubahan pola konsumsi masyarakat pada prinsipnya merupakan sebuah konsekuensi dari berkembangnya sektor *e-commerce* yang merupakan salah satu bentuk dari *disruptive innovation*. Konsep ini seringkali didefinisikan sebuah usaha yang menciptakan pasar baru melalui inovasi terkini yang berdampak pada berkurang hingga matinya lini usaha lain di bidang yang sama. Dengan kondisi ini, struktur perekonomian dunia akan mengalami transformasi ke arah yang tak terduga dan sangat dinamis.

Kasali (2017) mengungkapkan bahwa terdapat 5 (lima) hal penting dalam disrupsi yaitu: (1) disrupsi berakibat terhadap penghematan banyak biaya melalui proses bisnis yang menjadi lebih simpel; (2) disrupsi membuat kualitas apapun yang dihasilkannya lebih baik ketimbang yang sebelumnya; (3) disrupsi berpotensi menciptakan pasar baru, atau membuat mereka yang selama ini tereksklusi menjadi terinklusi; (4) produk/jasa hasil disrupsi ini harus lebih mudah diakses atau dijangkau oleh para penggunanya; dan (5) disrupsi membuat segala sesuatu kini menjadi serba *smart*.

Dalam konteks ekonomi klasik, pasar selalu didefinisikan sebagai tempat bertemunya antara penjual dan pembeli, tempat terjadinya permintaan (*demand*) dan penawaran (*supply*) yang ditandai adanya proses tawar menawar antara penjual dan pembeli. Ternyata perkembangan teknologi mengakibatkan adanya pergeseran definisi tersebut, karena ponsel pun saat ini tengah menjelma menjadi “pasar-pasar” digital baru yang dengannya penjual dan pembeli dengan mudahnya melakukan transaksi bisnis.

Patut diakui bahwa bisnis belanja online atau *e-commerce* memang menawarkan kemudahan dan manfaat bagi konsumen. Menurut Benson (2007), terdapat beberapa faktor yang berpengaruh terhadap keputusan belanja online. Dari segi harga, hampir semua toko online menawarkan harga yang kompetitif. Bahkan tak jarang mereka memberi diskon besar-besaran pada hari libur nasional. Kedua, dari segi jumlah pilihan (*assortment*), calon pembeli dapat menelusuri beragam produk yang diinginkan secara cepat di internet. Situs belanja online seperti Bukalapak, Tokopedia dan Zalora menyediakan katalog yang lengkap dan mudah ditelusuri. Dari segi kenyamanan (*convenience*), calon pembeli dapat melihat-lihat produk yang diinginkan kapan saja dan dimana saja. Dari segi hiburan (*entertainment*), mengunjungi laman situs belanja online lebih menghibur dan tak melelahkan

dibanding harus berjalan berkeliling pasar atau mall untuk mencari produk.

Meskipun demikian, perlu disadari bahwa tak semua orang senang belanja online, baik karena alasan privasi, ancaman kejahatan seperti penipuan, kurangnya kepercayaan terhadap sistem online, maupun kebiasaan. Sebagian orang berpendapat pengalaman berbelanja di pasar fisik, pengalaman untuk melihat, meraba dan memegang langsung produk yang diinginkan tak tergantikan oleh pengalaman belanja online.

Di era digital seperti saat ini, masyarakat dituntut untuk bisa mengikuti perubahan yang terjadi dengan cepat. Salah satu perubahan yang cukup signifikan di era digital dan teknologi seperti sekarang adalah munculnya aplikasi mobile yang menjadi kebutuhan konsumen sehari-hari. Kebiasaan seperti ini, akhirnya mengubah perilaku para pengiklan dalam memasarkan produknya. Kegiatan berbelanja menjadi lebih mudah dan praktis tanpa harus beranjak dari tempat.

Kemajuan di era digital saat ini, berdampak pada pola hidup masyarakat sebagai konsumen. Dulu orang membeli barang harus berangkat ke toko, sekarang makin dimudahkan dengan cara pembelian secara online. Di era apapun, konsumen memutuskan belanja sesuatu, ada yang memang diputuskan secara rasional, hati-hati, dan sistematis. Tapi ada juga yang lebih mengandalkan aspek emosional. Keputusan belanja bagi yang rasional, dilalui

sesuai tahapan-tahapannya. Bagi konsumen yang memutuskan belanja atas pertimbangan emosional, perilakunya berbeda lagi. Ada konsumen yang membeli tanpa berpikir dahulu. Begitu melihat, senang, langsung ambil, atau bisa jadi tergoda belanja karena ada hadiahnya, dan sebagainya. Dalam perspektif ini, perilaku konsumen adalah proses dan aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan.

Perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Untuk barang berharga jual rendah (*low-involvement*) proses pengambilan keputusan dilakukan dengan mudah, sedangkan untuk barang berharga jual tinggi (*high-involvement*) proses pengambilan keputusan dilakukan dengan pertimbangan yang matang.

Terdapat beberapa perbandingan antara perilaku konsumen zaman dahulu dengan perilaku konsumen pada zaman digital. *Pertama*, pencarian. Dulu orang mencari produk sangat terbatas informasinya, orang hanya mendapat informasi dari iklan di pamflet, baliho, koran atau yang lainnya. Sekarang dengan adanya revolusi digital maka seorang mencari sebuah produk sangat mudah dan murah, hanya dengan bantuan mesin pencari internet maka hampir segala kebutuhan informasi produk kita dapatkan.

Kedua, pemilihan. Memilih sebuah produk tentu menjadi keniscayaan bagi konsumen sebelum mengambil keputusan untuk membeli produk, saat ini konsumen kebanyakan memilih bagus dan tidaknya produk dengan melihat di website toko. Walau terkadang memang terbatas hanya informasinya saja tetapi ini akan sangat membantu konsumen dalam memilih. Berbeda dengan dulu yang mengharuskan konsumen melihat secara langsung produk tersebut dan baru bias memilih produk yang akan dibeli, dan yang paling penting, perilaku konsumen dalam melakukan pemilihan produk di era digital ini adalah konsumen lebih mengutamakan sesuatu yang instan dan serba cepat.

Ketiga, pembelian. Aspek yang paling menonjol dari perubahan perilaku konsumen di era revolusi digital ini adalah pembelian. Seseorang dapat mendapatkan laptop, mobil, bahkan rumah hanya dengan duduk manis di depan komputer atau hanya menggunakan HP, tentunya setelah seorang itu melakukan pemesanan dengan mengirim uang sejumlah harga barang yang dibeli.

Keempat, penggunaan. Di era digital ini, karena kebiasaan orang sudah berbeda maka orang cenderung dalam menggunakan produk lebih mudah untuk bergonta-ganti, karena seiring dengan banyaknya informasi produk dari dunia maya yang melebihi batas dari kebutuhan konsumen itu sendiri.

Kelima, pengevaluasian. Banyak pengaruh seseorang kemudian merasa tidak cocok dengan produk yang dibeli, dalam mengevaluasi keputusannya seseorang biasanya meminta saran dari teman dekat atau orang yang memang sudah ahli atau terbiasa dengan produk yang dibeli, tetapi dengan adanya informasi yang tak terbatas ini, maka orang akan semakin lebih mudah dalam mengevaluasi keputusannya untuk kemudian membeli produk yang baru yakni dengan menggunakan media sosial atau media internet yang lain.

Menurut Baudrillard (1975), masyarakat konsumsi dimulai dengan membandingkan antara konsep produksi dengan konsumsi. Masyarakat konsumsi hadir sebagai sebuah kebutuhan yang berlebih yang mengarah pada kondisi *over production*. Masyarakat konsumsi mengalami krisis terlebih pada ketidakmampuan produksi untuk mengimbangi pertumbuhan kebutuhan yang terjadi secara besar-besaran. Konsumen digiring menuju era *hyper consumption* atau monopolisasi konsumsi, untuk mengimbangi monopolisasi produksi yang dilakukan oleh pasar. Begitu juga dengan nilai lebih dari produksi yang tampak diakulturasikan Baudrillard menjadi konsep nilai lebih konsumsi, dimana hadir distribusi kekayaan kepada komunitas yang lebih luas. Masyarakat membelanjakan sebagian dari surplusnya untuk menjaga agar publik berjalan normal. Kenyataan yang ada menurut Baudrillard, masyarakat melakukan konsumsi untuk

membuktikan bahwa mereka ada, dengan kata lain, masyarakat tidak lagi mengkonsumsi berdasarkan kebutuhannya, akan tetapi lebih kepada untuk menunjukkan eksistensinya (*prestige*).

Sebagai sebuah ideologi, konsumsi tak hanya ditentukan oleh keinginan dan hasrat, namun justru menentukan keinginan dan hasrat untuk mengonsumsi. Melalui lensa teori konsumsi, masyarakat membeli barang bukan karena mereka butuh, namun lebih karena barang itu menentukan identitas dirinya. Hasrat untuk mengejar identitas terus-menerus dibentuk melalui iklan. Iklan sendiri merupakan rayuan agar orang-orang dengan sukarela menjadi bagian dari rangkaian produksi massal. Konsep tentang identitas, dengan demikian, menjadi kunci dalam teori konsumsi.

Masyarakat konsumsi mendefinisikan status sosial dirinya bukan lagi dari apa yang diproduksi, melainkan dari apa yang dikonsumsi. Nilai kegunaan suatu benda secara otomatis telah bergeser pada nilai simbolik suatu benda. Peran nilai-nilai simbolik yang melekat pada benda-benda menentukan apa yang kita konsumsi karena simbol-simbol tersebutlah yang nantinya mendefinisikan siapa diri kita. Sebagai contoh, perilaku orang membeli jam tangan, tas, sepatu, dan ikat pinggang tidak lagi didasarkan pada kegunaannya. Jam tangan, tas, sepatu, dan ikat pinggang telah menjadi simbol, bagian dari fashion atau penegas penampilan formal.

Ketika sumberdaya finansial memungkinkan Kita untuk memilih segala merek jam tangan, tas, sepatu, dan ikat pinggang, Kita mulai berpikir tentang makna-makna simbolik yang diberikan jam tangan, tas, sepatu, dan ikat pinggang kepada Kita. Keputusan untuk membeli jam tangan, tas, sepatu, dan ikat pinggang bermerek didasarkan tidak hanya pada pertimbangan finansial saja, namun juga orientasi simbolik tentang identitas kita. Teori konsumsi melihat praktik konsumsi sebagai aktivitas utama manusia karena mendefinisikan siapa dirinya.

C. Perilaku Ekonomi dan Modal Sosial

Berbelanja via internet telah diterima secara luas sebagai cara pembelian produk dan jasa yang telah menjadi lebih populer di dunia internet (Bourlakis et al., 2008). Selain itu, berbelanja via internet juga memberikan informasi kepada konsumen dan pilihan untuk membandingkan produk dan harga, lebih banyak pilihan, kenyamanan, lebih mudah untuk menemukan sesuatu secara online (Butler dan Peppard, 1998). Belanja online telah terbukti memberikan kepuasan yang lebih kepada konsumen modern yang mencari kenyamanan dan kecepatan (Yu dan Wu, 2007).

Terdapat hambatan yang membuat konsumen tidak nyaman dalam berbelanja secara online di antaranya adalah adanya ketidakpercayaan dalam suatu media sehingga dapat menghambat dalam pembuatan

keputusan pembelian. Perkembangan teknologi dari tahun ke tahun semakin pesat. Kenyamanan internet adalah salah satu dampak pada keinginan konsumen untuk membeli secara online (Wang et al., 2005). Belanja online lebih memudahkan karena buka 24 jam sehari dan 7 hari Minggu (Hofacker, 2001; Wang et al., 2005).

Sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya, perilaku konsumen adalah proses dan aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan. Dalam proses tersebut ketertarikan konsumen dalam membeli sesuatu secara online sangat ditentukan aspek kepercayaan (*trust*). Perilaku ekonomi yang didasari oleh aspek kepercayaan merupakan salah satu aspek non ekonomi yang mampu mendukung keberhasilan ekonomi.

Kepercayaan konsumen dalam berbelanja online terjadi karena konsumen yang mulai terangsang oleh kebutuhannya dan rasa ingin tahu semakin banyak dalam pencarian informasi untuk mendapatkan yang diinginkan. Yang menjadi perhatian utama pemasar adalah sumber-sumber informasi yang menjadi acuan konsumen dan pengaruh yang kuat tiap sumber tersebut terdapat keputusan pembelian (Kotler dan Keller, 2009).

Pertimbangan yang dilakukan oleh seseorang dalam pembelian online ini adalah sebelum melakukan keputusan dalam berbelanja yang dilakukan adalah

mengakses website yang dituju untuk melihat seberapa banyak orang melakukan aktivitas secara *online shopping* pada web yang dituju. Karena popularitas website yang digunakan juga sangat mempengaruhi dalam hal melakukan pembelian. Semakin tinggi popularitas web ataupun media sosial maka seseorang semakin percaya dan lebih yakin terhadap web tersebut. Kepercayaan seseorang tidak hanya dilihat dari popularitas, ini juga dilihat dari keahlian penjual *online shopping* yang mampu menjamin tingkat keamanan bertransaksi dan pasca transaksi sampai barang diterima sampai tujuan.

Mackie (1998) menyebutkan bahwa kunci sukses pebisnis Cina dalam tataran global antara lain disebabkan oleh dua faktor, yaitu (1) kepercayaan internasional pada xinyong (kepercayaan) yang berfungsi sebagai perekat yang mengikat transaksi perdagangan; dan (2) guanxi (hubungan pribadi) sebagai alat untuk mereduksi biaya transaksi dalam bisnis yang dilakukan dalam berbagai situasi dimana perlindungan hukum untuk pelaksanaan kontrak sering tidak dapat diandalkan. Bila dikaitkan dengan konsep modal sosial, maka kedua faktor tersebut merupakan elemen-elemen dari modal sosial. Artinya, pemanfaatan modal sosial merupakan salah satu kunci sukses pebisnis Cina dalam tataran global.

Schwartz (1994) yang mengacu pada Fukuyama (1995) berpendapat bahwa terdapat empat nilai yang melekat pada modal sosial yaitu (1) universalisme yakni

nilai tentang pemahaman terhadap orang lain, apresiasi, toleransi serta proteksi terhadap manusia dan makhluk ciptaan Tuhan lainnya; (2) *benevolence* yakni nilai tentang pemeliharaan dan peningkatan kesejahteraan orang lain; (3) *tradition* yakni nilai yang mengandung penghargaan, komitmen dan penerimaan terhadap tradisi dan gagasan budaya tradisional; (4) *comformity* yakni nilai yang mengandung keselamatan, kehormatan, kestabilan masyarakat dalam berhubungan dengan orang lain dan memperlakukan diri.

Putnam (1993) dan Fukuyama (1995) menyebutkan bahwa modal sosial tidak terletak pada individu, tetapi pada kelompok, komunitas, bahkan pada tingkat negara (*state*). Lebih lanjut Putnam (1993) menyebutkan bahwa hubungan sosial adalah cerminan dari kerjasama dan koordinasi antar warga yang didasari oleh ikatan sosial yang aktif dan bersifat resiprokal (timbal balik). Putnam (1993) juga menyebut bahwa kepercayaan, norma dan jaringan sosial cenderung saling memperkuat (*self reinforcing*) dan bersifat kumulatif.

Winter (2000) mengidentifikasikan modal sosial menjadi enam dimensi, yakni: (1) kebiasaan (tipe perjanjian: formal dan informal), (2) tujuan bersama (antar institusi saling hormat menghormati), (3) hubungan dalam pergaulan (*trust* dan *reciprocity*) saling membangun secara bersama, (4) modal sosial sebagai perantara (kepercayaan dapat membangun sistem kedekatan antar

individu), (5) intensitas hubungan (intensitas hubungan antar individu merupakan kekayaan dan keuntungan ganda dalam masyarakat), dan (6) lokasi sosial (menjalin hubungan kekerabatan (tetangga) dengan baik dapat membangun sumberdaya modal sosial).

Menurut Grootaert (1998), modal sosial mempunyai enam dimensi, yakni: (1) jumlah keanggotaan, (2) tingkat keberagaman anggota kelompok/organisasi, (3) intensitas pertemuan, (4) tingkat pengambilan keputusan, (5) besarnya tingkat kontribusi (uang dan tenaga), dan (6) orientasi masyarakat. World Bank melihat bahwa modal sosial memiliki dimensi, sebagai berikut: (1) jaringan/ikatan hubungan dan kelompok/organisasi, (2) solidaritas dan kepercayaan, (3) kegotong royongan (*collective action and cooperations*), (4) komunikasi dan informasi, (5) inklusi dan kohesi sosial dalam masyarakat, dan (6) kebijakan dan pemberdayaan (Grootaert, 1998).

Haddad dan Maluccio (2000) membagi modal sosial kedalam tiga dimensi, yakni: (1) tingkat partisipasi rumah tangga dalam kelompok, (2) fungsi kelompok bagi rumah tangga, dan (3) tingkat kepercayaan rumah tangga dalam kelompok. Modal sosial dapat dilihat dari tiga tipe ikatan hubungan atau koneksi (*type of networks*). Pertama, modal kekerabatan, yaitu ikatan hubungan yang berkaitan dengan hubungan kekerabatan (emosional tinggi) yakni: hubungan antar anggota keluarga, teman dekat, dan tetangga. Kedua, modal pergaulan yaitu

tingkat kekerabatan relatif lebih jauh seperti: teman kerja, dan kolega. Ketiga, hubungan kelembagaan, yaitu ikatan hubungan lebih renggang lagi dibandingkan kedua ikatan hubungan di atas. Hubungan kelembagaan hanya dapat terjadi pada ikatan hubungan secara formal (*formal institutions*) baik untuk kepentingan individu maupun kepentingan masyarakat luas. Berkenaan dengan itu, menurut Edwards (2004) bahwa modal sosial dapat berkontribusi dalam meningkatkan keakraban dan kebersamaan dalam kehidupan masyarakat. Apalagi seorang individu atau kelompok masyarakat dalam menjalinkan interaksi sosial dapat mengembangkan nilai-nilai atau norma-norma yang mereka miliki di masyarakat baik antar sistem jaringan bonding, bridging maupun sistem jaringan dengan struktur yang terbuka dan komunikatif.

Pada perilaku ekonomi di era Revolusi Industri 4.0, terdapat dua dimensi untuk menganalisis tingkat kepercayaan yaitu dimensi yang mampu membangun *trust* seseorang yaitu dengan dimensi *trust believe* dan *trust intention* (McKnight, Kacmar, & Choudhury, 2002).

Satu atau lebih karakteristik seseorang yang menguntungkan untuk menumbuhkan rasa percaya kepada suatu kelompok lain hal ini disebut *trust believe*, atau dengan kata lain bahwa penilaian konsumen atau pihak yang yakin terhadap *online shop* (pihak yang dipercaya) dimana dengan adanya karakteristik yang

diciptakan maka pembeli akan mempercayai keberadaannya. Pendapat McKnight, Kacmar, & Choudry (2002) terkait elemen yang dapat membangun *trust* terdiri di antaranya adalah *benevolence*, yaitu kebaikan penjual sangat dipercaya dan berniat baik kepada pelanggan. Pelanggan memberikan pelayanan dan kepuasan yang sangat menguntungkan antara kedua belah pihak. Penjual tidak hanya mengejar keuntungan namun memberikan perhatian kepada kepuasan para konsumennya. Indikator dalam *benevolence* ini adalah empati, perhatian, daya tangkap dan kepercayaan seseorang. Komitmen dalam hal ini *integrity* adalah harapan pelanggan dari penjual. Selain itu ketepatan waktu dan komitmen serta kehandalan dalam menjalani usaha adalah harapan penjual, dimana penjual selalu berusaha untuk menjamin kepuasan dan keamanan penjual dalam melakukan transaksi sehingga pelanggan merasa kesetiaan, keterkaitan, kejujuran dan kehandalan. Dimensi kepercayaan yang lain adalah melalui kompetensi yang spesifik mampu mempengaruhi jaminan kepuasan pelanggan dalam kegiatan jual beli atau transaksi.

Ketergantungan kepercayaan akan ada pada seseorang terhadap seseorang dilihat dari segi situasi dan kondisi yang diharapkan disebut *trust intention*, dengan kata lain kepercayaan konsumen. McKnight, Choudhury & Kacmar (2002) menyatakan bahwa elemen pada *trust intention* adalah kesediaan pelanggan bergantung pada

penyedia barang sampai dengan sanggup menerima resiko dan hal-hal yang mengakibatkan dampak negatif yang akan terjadi disebut dengan *willingness to depend*. Setelah kepercayaan tersebut ada pada konsumen maka keberlanjutannya adalah konsumen memberikan informasi yang bersifat pribadi seperti identitas atau biodata pribadi, informasi-informasi diberikan untuk mendukung transaksi serta kesanggupan mengikuti permintaan dan saran dari penjual.

Rasa percaya adalah dasar dari perilaku moral dimana modal sosial dibangun. Moralitas menyediakan arahan bagi kerjasama dan koordinasi sosial dari semua aktivitas sehingga manusia dapat hidup bersama dan berinteraksi satu dengan lainnya. Membangun rasa percaya adalah bagian dari proses kasih sayang yang dibangun sejak awal dalam suatu keluarga. Sepanjang adanya rasa percaya dalam perilaku dan hubungan kekeluargaan, maka akan terbangun prinsip-prinsip resiprositas dan pertukaran (Bordieu, 1986; Fukuyama, 1995).

Rasa percaya merupakan alat untuk membangun hubungan yang dapat menekan biaya transaksi, yaitu biaya yang muncul dalam proses pertukaran dan biaya untuk melakukan kontak, kontrak dan kontrol. Rasa saling percaya dapat menekan biaya pemantauan (*monitoring*) terhadap perilaku orang lain agar orang tersebut berperilaku seperti yang diinginkan. Casson dan

Godley (2000), mendefinisikan rasa percaya sebagai menerima dan mengabaikan kemungkinan bahwa sesuatu akan tidak benar. Rasa percaya memudahkan terjalannya kerjasama. Semakin tebal rasa saling percaya semakin kuat kerjasama yang terbangun antar individu.

Rasa saling percaya dapat dibangun namun dapat pula hancur. Rasa percaya yang berkelanjutan terbangun dari adanya interaksi personal yang berulang-ulang (*personalized trust*), pengetahuan terhadap populasi maupun insentif-insentif yang diperoleh (*generalized trust*) dan tidak dapat dibangun tanpa menunjukkan kebenaran. Sifat rasional manusia yang terbatas (*bounded rationality*) berpengaruh pada usaha membangun rasa saling percaya tersebut. Oleh karena itu, batas rasionalitas manusia harus diperluas melalui komunikasi dan ketersediaan informasi yang dapat dipercaya. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa rasa percaya secara nyata dan positif berhubungan dengan keberhasilan pencapaian indikator kesejahteraan ekonomi melalui proses produksi yang lebih efisien.

Pretty dan Ward (2001) mengemukakan bahwa, adanya hubungan saling percaya merupakan unsur pelicin bagi terjadinya kerjasama. Adanya kepercayaan akan mengurangi biaya-biaya transaksi antar orang sehingga menghambat sumberdaya. Dengan adanya kepercayaan maka tidak perlu investasi material untuk mengawasi orang lain, karena orang akan bertindak

sesuai dengan yang diharapkan bersama. Kepercayaan juga menimbulkan kewajiban sosial (*social obligation*), dengan mempercayai seseorang akan menimbulkan kepercayaan kembali dari orang tersebut (resiprositas). Untuk membangun kepercayaan dibutuhkan waktu panjang, tetapi modal kepercayaan bisa juga runtuh dengan mudah dalam kaitan dengan resiprositas dan pertukaran. Lebih lanjut Pretty & Ward (2001) mengemukakan bahwa adanya hubungan-hubungan sosial yang dilandasi oleh prinsip resiprositas dan pertukaran akan menumbuhkan kepercayaan, karena setiap pertukaran akan dibayar kembali (*repaid and balanced*).

D. Penutup

Disrupsi yang terjadi pada pasar di era Revolusi Industri 4.0 menjadikan perilaku ekonomi baik diantara penjual maupun pembeli tidak lagi dibatasi oleh ruang dan waktu. Hubungan interaksi ini merupakan bentuk dasar terbangunnya modal sosial yang salah satu dimensinya adalah kepercayaan. Kepercayaan adalah sumbu dalam berinteraksi sosial. Pengusaha-pengusaha selalu mengisahkan perjalanan suksesnya diawali dengan membangun kepercayaan relasi. Kepercayaan dari pelanggan memegang poin serta peranan penting dalam pasar di era Revolusi Industri 4.0. Pepatah klasik Bugis Makassar mengatakan bahwa “naiya tau malempuk-é

manguruk manak-i tau sugi-é”, yang berarti bahwa orang yang jujur sewarisan dengan orang kaya, orang jujur tidaklah sulit memperoleh kepercayaan dari orang kaya karena kejujurannya.

E. Daftar Pustaka

- Aghion, Philippe & Howitt, Peter. 1992. A Model of Growth through Creative Destruction, *Econometrica. Econometric Society*, 60(2), 323-351.
- Aghion, P & Durlauf, S (eds.). 2005. *Handbook of Economic Growth*. Amsterdam: Elsevier. Available from: Elsevier books.
- Baudrillard, Jean. 1975. *The Mirror of Production*. St. Louis, Telos Press.
- Benson. 2007. *From Business Strategy to ITaction, Right Decisions for a Bottonline*. New Jersey: Jhon wiley andsons, Inc.
- Bourlakis, M., Papagiannidis, S. and Fox, H. 2008. E-consumer Behaviour: Past, Present and Future Trajectories of an Evolving Retail Revolution. *International Journal of E-Business Research*, 4(3), 64-67.
- Butler, P. and Peppard, J. 1998. Consumer Purchasing on the Internet: Processes and Prospects. *European Management Journal*, 16(5), 600-610.
- Bourdieu, P. 1986. The Forms of Capital. In: Richardson, J., *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. Westport, CT: Greenwood: 241-58.
- Casson M, Godley A. 2000. *Cultural Factors in Economic Growth*. Germany. Springer-Verlag Berlin-Heidelberg.

- Cowan, R., and N. Jonard. 2004. Network Structure and The Diffusion of Knowledge. *Journal of Economic Dynamics and Control*, 28(8), 1557-1575.
- Damsar. 2009. *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Kencana.
- Edwards, RW. 2004. *Measuring Social Capital: An Australian Framework and Indicators*. Australia: Australian Bureau of Statistics.
- Fukuyama, Francis. 1995. *Trust: The Social Virtues and The Creation of Prosperity*. New York: The Free Press.
- Granovetter, M. S. 1985. Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91(3), 481-510.
- Grossman, Gene M., and Elhanan Helpman. 1991. Trade, Knowledge Spillovers, and Growth. *European Economic Review*, 35(2-3), 517-26.
- Grootaert, C. 1998. Social Capital: The Missing Link? Sosial Capital Initiative. *Working Paper No.3* World Bank.
- Haddad, Lawrence dan John Maluccio. 2000. *Social Capital and Household Well-being in South Africa: Pathways of Influence*. New York: Prepared for presentation at the study of African economies. International Food Policy Research Institute.
- Hofacker, C.R. 2001. *Internet Marketing, 3rd ed.* New York: Wiley.
- Kasali, Rhenald. 2017. *Disruption*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid Satu*. Erlangga : Jakarta.
- Lundvall, B. A. (ed.). 1992. *National Systems of Innovation: Towards a Theory of Innovation and Interactive Learning*. London: Pinter Publishers.

- Mackie, Jamie A.,C. 1998. Business Succes Among Southeast Asian Chines', in Robert H. Wefner (Ed.), *Market Cultures*, 129-46, Singapore: Institute of South-east Asian Studies.
- McKnight, D.H., Choudhury, V. and Kacmar, C. 2002. The Impact of Initial Consumer Trust on Intentions to Transact with a Web Site: A Trust Building Model. *The Journal of Strategic Information Systems*, 11, 297-323.
- Pretty, Jules, and Hugh Ward. 2001. Social capital and the Environment. *World Development*, 29, 209-227.
- Putnam, Robert D. 1993. *Making Democracy Work: Civic Tradition in Modern Italy*. Princeton: Princeton University Press.
- Romer, P. 1990. Endogenous Technological Change. *Journal of Political Economy*, 98, 71-102.
- Schwartz, S. H. 1994. Are there Universal Aspects in the Structure and Contents of Human Values? *Journal of Social Issues*, 50, 19-45.
- Solow, R.M. 1956. A Contribution to the Theory of Economic Growth. *The Quarterly Journal of Economics*, 70, 65-94.
- Swan, T.W. 1956. Economic Growth and Capital Accumulation. *Economic Record*, 32, 334-361.
- Wang, C.L., Ye, L.R., Zhang, Y. and Nguyen, D.D. 2005. Subscription to Fee-based Online Services: What Makes Consumer Pay for Online Content?. *Journal of Electronic Commerce Research*, 6(4), 301-311.
- Winter, Ian. 2000. Towards a Theorised Understanding of Family Life and Social Capital. *Working Paper No. 21*. ISSN 1440-4761. Australia: Australian Institute of Family Studies.
- Yu, T. and Wu, G. 2007. Determinants of Internet Shopping Behavior: An Application of Reasoned Behavior Theory. *International Journal of Management*, 24(4), 744-762.
-

BAB 2

Ketidaksiapan Siswa Dalam Melakukan Pembelajaran Daring Di Masa Pandemi Covid-19 Serta Dengan Dampaknya

Oleh:

Ilham Thaief, Muhammad Dinar, M. Ihsan Said Ahmad,
Syamsu Rijal, Andi Sawe Riesso

A. Fakta

Tahun ini, Dunia sangat dikejutkan dengan mewabahnya suatu penyakit yang disebabkan oleh sebuah virus yang bernama corona atau yang lebih dikenal dengan istilah Covid-19 (*Corona Virus diseases-19*). Akibat dari virus ini, jutaan manusia terpapar virus di seluruh Dunia, bahkan sudah ratusan ribu menjadi korban meninggal dunia.

Salah satu penularan virus ini yaitu melalui kontak langsung antar manusia. Sehingga ada beberapa kebijakan yang di keluarkan oleh Pemerintah yaitu pembatasan interaksi sosial dan kebijakan *social distancing*, dan hal tersebut dapat menghambat laju pertumbuhan dan kemajuan masyarakat dalam berbagai bidang kehidupan salah satunya berdampak pada bidang pendidikan. Akibat kebijakan pembatasan interaksi social akhirnya dalam dunia pendidikan seluruh lembaga

pendidikan di setiap tingkatan kini meliburkan diri atau mengalihkan proses pembelajaran dari sekolah menjadi pembelajaran daring yang dilakukan oleh siswa di rumah.

Perubahan paradigma pembelajaran yang sangat cepat dan tidak direncanakan ke pembelajaran daring dan tanpa pelatihan, serta sedikit persiapan tentunya akan menghasilkan pengalaman belajar siswa yang buruk. Kondisi tersebut tidak kondusif untuk keberlanjutan pengembangan pendidikan dan pencapaian standar kompetensi minimal yang harus diraih oleh seorang siswa. Pengalihan pembelajaran di sekolah diharapkan akan berjalan dengan efektif dan efisien. Namun pada kenyataannya lapangan pembelajaran menjadi tidak efektif karena ketidaksiapan siswa untuk belajar online di rumah.

Sesungguhnya pembelajaran yang dilakukan secara daring memiliki beberapa kelebihan dalam penerapannya sehingga lebih mudah untuk beradaptasi dengan pembelajaran daring (Hastini et al., 2020). Namun berbagai kendala juga muncul dalam penerapannya. Pembelajaran melalui internet menjadi hal yang sulit dilakukan di beberapa daerah tertentu dengan jaringan yang tidak memadai (Hastini et al., 2020). Penggunaan kuota internet juga memunculkan pengeluaran biaya baru yang bisa menjadi masalah bagi beberapa siswa yang mengalami kesulitan finansial (Morgan, 2020). Kesuksesan dari penerapan pembelajaran daring juga tergantung dari kesiapan sekolah penyelenggara serta

guru pengajar. Tidak semua guru mampu menyampaikan keseluruhan materi dengan optimal melalui sistem pembelajaran daring (Morgan, 2020).

Penerapan kebijakan belajar di rumah membuat sebagian siswa merasa cemas dan tertekan. Banyaknya tugas yang di berikan oleh guru membuat siswa merasa stres dalam menjalani pembelajaran daring (Pakpahan, 2020). Tidak hanya itu, banyak tugas yang diberikan oleh guru juga dianggap memberatkan dan memiliki waktu pengerjaan yang singkat sehingga membuat siswa kebingungan dalam menyelesaikannya karena guru tidak pernah memberikan pembahasan materi, hanya rata-rata memberikan tugas (Zhafira, 2020).

Dengan keterbatasan fasilitas pendukung sehingga ketidaksiapan siswa belajar di rumah sehingga membuat sistem belum efektif dan keadaan tersebut mengakibatkan capaian akademik siswa tertinggal. Secara tidak langsung Covid-19 telah merubah paradigma pendidikan. Pandemi ini telah benar-benar mengganggu sistem pendidikan dan mengakibatkan pendidikan kehilangan relevansinya. Sekolah yang semula berfokus pada keterampilan akademik tradisional secara mendadak tiba-tiba harus pindah ke pembelajaran online yang lebih condong memberikan kritis dan kemampuan beradaptasi.

B. Faktor-Faktor Pemicu Ketidaksiapan Siswa dalam melakukan Pembelajaran Daring di Masa Pandemi Covid-19

Pembelajaran daring dilakukan menggunakan berbagai macam media. Media pembelajaran yang paling banyak digunakan oleh informan adalah Google Classroom (77%) dan Whatsapp (66%). Banyaknya penggunaan Google Classroom sebagai media pembelajaran daring tidak terlepas dari banyaknya fitur yang diberikan dalam aplikasi tersebut (Zhafira, 2020). Guru dapat membagikan berbagai materi dan tugas kepada siswa dengan mudah melalui Google Classroom. Whatsapp juga dianggap mudah digunakan sebagai media pembelajaran daring mengingat sebelumnya aplikasi ini juga sudah menjadi media komunikasi sehari-hari (Zhafira, 2020).

Adapun faktor-faktor pemicu ketidaksiapan siswa dalam melakukan pembelajaran Daring di masa Pandemi Covid-19 yaitu:

1) Kurangnya memahami materi

Proses penyampaian informasi terkait materi pembelajaran merupakan salah satu aspek penting yang perlu diperhatikan dalam pembelajaran daring di masa pandemi Covid-19 ini. Hal tersebut karena literatur dalam pembelajaran e-learning mengindikasikan bahwa tidak semua peserta didik akan sukses dalam memahami materi pembelajaran

online, ini dikarenakan faktor lingkungan belajar dan karakteristik peserta didik (Nakayama M, Yamamoto H, 2007). Oleh karena itu pembelajaran yang dilakukan di rumah akan membuat variabel penghambat siswa dalam memahami materi semakin banyak, kurangnya penguasaan materi ini akan membuat siswa kesulitan dalam mengerjakan tugas-tugas yang diberikan dengan waktu yang relatif singkat. Hal tersebut memunculkan kecemasan bagi siswa mengenai potensi penurunan nilai ujian hingga ketidaksiapannya dalam menghadapi tingkat berikutnya. Siswa khawatir apabila ketika pembelajaran sudah kembali normal mereka tidak bisa mempelajari materi baru dengan baik karena tidak paham dengan materi sebelumnya (Shukla, 2020). Kondisi tersebut juga dikhawatirkan dapat mempengaruhi kemampuannya setelah lulus dari sekolah, baik itu melanjutkan perkuliahan maupun bekerja.

- 2) Deadline tugas dan kesulitan mengerjakan tugas
Pemberian tugas kepada siswa merupakan salah satu tolok ukur seorang guru untuk memberikan penilaian kepada siswa seberapa tinggi pemahaman siswa tersebut terkait materi pembelajaran, selain itu pemberian tugas juga melatih kemandirian siswa untuk memecahkan masalah. Pada proses pembelajaran daring siswa akan semakin didorong untuk meningkatkan kemandiannya tersebut

dengan batas waktu yang ditentukan, untuk pemberian dan pengumpulan tugas proses pembelajaran daring akan menggunakan layanan aplikasi-aplikasi pembelajaran untuk itu siswa akan menggunakan laptop atau *smartphone*. Kemampuan laptop atau telepon pintar yang mampu mengakses internet memungkinkan siswa untuk mengikuti kegiatan belajar mengajar yang dilaksanakan dalam bentuk konferensi video maupun yang dilaksanakan dalam kelas-kelas *online* menggunakan aplikasi pembelajaran yang tersedia secara *online* (Firman & Sari, 2020).

Peningkatan mental kemandirian tersebut adalah upaya untuk mengatasi kecemasan yang dialami, untuk itu siswa berusaha untuk belajar secara mandiri agar dapat memahami materi dengan baik. Tugas-tugas yang diberikan juga segera dikerjakan sesuai kemampuan agar tidak semakin menumpuk. Kemandirian siswa memang berperan dalam terciptanya keberhasilan pembelajaran daring (Morgan, 2020). Komunikasi yang baik antara pengajar dengan siswa juga menjadi hal yang penting dalam mewujudkan pembelajaran daring yang efektif (Shukla, 2020). Adanya umpan balik positif dari pengajar juga membuat proses pembelajaran daring menjadi lebih menyenangkan bagi siswa (Pakpahan, 2020).

3) Kesulitan membeli Quota Internet

Dalam menghadapi pandemi Covid-19 peralihan yang menuju proses pembelajaran daring merupakan solusi terbaik untuk mencegah penyebaran virus tersebut. Namun, proses pembelajaran daring yang dilakukan dengan jarak jauh membutuhkan kemandirian tidak hanya dari pihak sekolah dalam penyiapan fasilitasnya, setiap siswa juga perlu menyiapkan fasilitasnya sendiri dalam menunjang proses pembelajaran. Salah satu yang menjadi tantangan adalah paket data internet yang sangat menjadi penentu pada proses belajar, kemampuan ekonomi dan latar belakang tiap siswa yang berbeda akan membuat timbulnya beberapa ketimpangan dalam proses pembelajaran. Siswa merasa cemas jika kesulitan mengikuti pembelajaran daring ketika tidak mampu membeli kuota internet. Maka dari itu salah satu dampak negatif dari program belajar dari rumah adalah guru dan siswa harus mengeluarkan uang lebih banyak untuk membeli kuota internet (Amiruddin, B. 2020). Kesulitan dalam membeli kuota dirasakan karena untuk mengakses beberapa aplikasi belajar akan menghabiskan kuota internet yang banyak, salah satu aplikasi tersebut yaitu; *video conference* melalui *zoom*. Konsumsi data untuk penggunaan *video conference* melalui *zoom* dengan kualitas video 720P selama satu jam menghabiskan data 540 MB

(Handarini et al., 2020). Hal ini memberi dampak bagi orang tua yaitu adanya penambahan biaya pembelian kuota internet, teknologi *online* pembelajaran memerlukan koneksi jaringan ke internet dan kuota oleh karena itu tingkat penggunaan kuota internet akan bertambah dan akan menambah beban pengeluaran orang tua (Dewi, 2020).

4) Akses Internet yang terbatas

Koneksi internet adalah hal utama untuk terciptanya proses pembelajaran daring yang efektif, tanpa adanya koneksi internet yang baik, tidak akan ada interaksi secara langsung antara siswa dengan guru (Hamdani, et al., 2020). Di Indonesia koneksi akses internet masih belum merata bahkan masih ada beberapa daerah yang belum memanfaatkan koneksi internet. Kondisi jaringan internet yang benar-benar masih belum merata di pelosok negeri membuat beberapa lembaga pendidikan baik Sekolah dasar maupun sekolah menengah belum dapat menikmati internet. Jika ada pun jaringan internet kondisinya masih belum mampu menunjang proses pembelajaran daring. Berbagai kendala itu membuat kecemasan bagi siswa untuk mengikuti proses pembelajaran daring, beberapa mengaku kesulitan untuk mengikuti pembelajaran karena tidak semua wilayah mendapatkan jaringan internet dengan akses lancar (Hasanah et al., 2020).

Kondisi jaringan yang tidak stabil membuat siswa takut apabila terjadi berbagai kendala teknis. Kendala teknis yang dimaksud antara lain seperti tugas yang tidak berhasil terkirim, terlambat mengikuti kelas, dan membuat kesulitan mendengarkan penjelasan guru dengan baik. Perbedaan akses teknologi yang dimiliki setiap siswa membuat beberapa siswa kesulitan dalam mengikuti pembelajaran dengan lancar (Morgan, 2020). Kesulitan tersebut semakin terasa bagi siswa yang tinggal di daerah-daerah yang tidak memiliki jaringan internet memadai (Hastini, 2020).

5) Peran orang tua.

Dalam kegiatan pembelajaran yang dilaksanakan secara online akan memaksa orang tua untuk terlibat langsung dalam kegiatan belajar anak-anaknya sehingga banyak pengalaman yang mereka rasakan ketika harus mendampingi anak untuk belajar online. Banyak orang tua mengeluh karena tidak sanggup mereka setiap hari untuk mendampingi anaknya. Salah satu alasannya yaitu mereka juga mempunyai kesibukan diluar utamanya bagi orang tua yang mempunyai pekerjaan sebagai PNS, pegawai kantoran, maupun kerjaan swasta. Selain itu kecemasan lainnya dalam pelaksanaan pembelajaran daring adalah kesiapan orang tua dalam menyiapkan alat dan sistem pembelajaran, orang tua juga perlu paham akan penggunaan

teknologi pada proses belajar jarak jauh, hal tersebut agar orang tua dapat melakukan bimbingan pada anaknya dengan baik (Purwanto et al., 2020).

C. Dampak Covid-19 pada Proses Belajar di Sekolah

Proses pembelajaran di sekolah merupakan alat kebijakan publik terbaik sebagai upaya peningkatan pengetahuan dan skill (Caroline, 1979). Selain itu banyak siswa menganggap bahwa sekolah adalah kegiatan yang sangat menyenangkan, mereka bisa berinteraksi satu sama lain. Sekolah dapat meningkatkan keterampilan sosial dan kesadaran kelas sosial siswa. Sekolah secara keseluruhan adalah media interaksi antar siswa dan guru untuk meningkatkan kemampuan integensi, skill dan rasa kasih sayang diantara mereka. Tetapi sekarang kegiatan yang bernama sekolah berhenti dengan tiba-tiba karena gangguan Covid-19. Sejauh mana dampaknya bagi proses Belajar di sekolah? Khusus untuk Indonesia banyak bukti ketika sekolah sangat mempengaruhi produktivitas dan pertumbuhan ekonomi (Baharin, 2020).

Sekarang ini, situasi Indonesia dengan negara-negara lain di belahan dunia mesti segera diatasi dengan seksama. Dalam keadaan normal saja banyak ketimpangan yang terjadi antardaerah. Kementerian Pendidikan di bawah kepemimpinan Menteri Nadiem Makarim, mendengungkan semangat peningkatan produktivitas bagi siswa untuk mengangkat peluang kerja ketika menjadi lulusan sebuah sekolah. Namun dengan

hadirnya wabah Covid-19 yang sangat mendadak, maka dunia pendidikan Indonesia perlu mengikuti alur yang sekiranya dapat menolong kondisi sekolah dalam keadaan darurat. Sekolah perlu memaksakan diri menggunakan media daring. Namun penggunaan teknologi bukan tidak ada masalah, banyak varian masalah yang menghambat terlaksananya efektivitas pembelajaran dengan metode daring (Carlsson, 2015) di antaranya adalah:

1. Keterbatasan Penguasaan Teknologi Informasi oleh Guru dan Siswa

Kondisi guru di Indonesia tidak seluruhnya paham penggunaan teknologi, ini bisa dilihat dari guru-guru yang lahir tahun sebelum 1980-an. Kendala teknologi informasi membatasi mereka dalam menggunakan media daring. Begitu juga dengan siswa yang kondisinya hampir sama dengan guru-guru yang dimaksud dengan pemahaman penggunaan teknologi.

2. Sarana dan Prasarana yang Kurang Memadai

Perangkat pendukung teknologi jelas mahal. Banyak di daerah Indonesia yang guru pun masih dalam kondisi ekonominya yang mengawatirkan. Kesejahteraan guru maupun siswa yang membatasi mereka dari serba terbatas dalam menikmati sarana dan prasarana teknologi informasi yang sangat diperlukan dengan musibah Covid-19 ini.

3. Akses Internet yang terbatas

Jaringan internet yang benar-benar masih belum merata di pelosok negeri. Tidak semua lembaga pendidikan baik Sekolah dasar maupun sekolah menengah dapat menikmati internet. Jika ada pun jaringan internet kondisinya masih belum mampu mengcover media daring.

4. Kurang siapnya penyediaan Anggaran

Biaya juga sesuatu yang menghambat karena, aspek kesejahteraan guru dan siswa masih jauh dari harapan. Ketika mereka menggunakan kuota internet untuk memenuhi kebutuhan media daring, maka jelas mereka tidak sanggup membayarnya. Ada dilema dalam pemanfaatan media daring, ketika menteri pendidikan memberikan semangat produktivitas harus melaju, namun disisi lain kecakapan dan kemampuan finansial guru dan siswa belum melaju ke arah yang sama. Negara pun belum hadir secara menyeluruh dalam memfasilitasi kebutuhan biaya yang dimaksud.

Dengan keterbatasan fasilitas pendukung sehingga ketidaksiapan siswa belajar di rumah sehingga membuat sistem belum efektif dan keadaan tersebut mengakibatkan capaian akademik siswa tertinggal. Secara tidak langsung Covid-19 telah merubah paradigma pendidikan. Pandemi ini telah benar-benar mengganggu sistem pendidikan dan mengakibatkan pendidikan kehilangan relevansinya. Sekolah yang semula berfokus pada keterampilan

akademik tradisional secara mendadak tiba-tiba harus pindah ke pembelajaran online yang lebih condong memberikan kritis dan kemampuan beradaptasi.

D. Dampak pada Proses Penilaian Siswa

Ada kerugian mendasar bagi siswa ketika terjadi penutupan sekolah. Banyak ujian yang mestinya dilakukan oleh siswa pada kondisi normal, sekarang dengan mendadak karena dampak Covid-19 maka ujian dibatalkan ataupun di tunda. Penilaian internal bagi sekolah barangkali dianggap kurang urgent tetapi bagi keluarga siswa informasi penilaian sangat penting. Ada yang menganggap hilangnya informasi penilaian siswa sangatlah berarti bagi keberlangsungan masa depan siswa. Misalkan saja target-target skill maupun keahlian tertentu siswa yang mestinya tahun ini mendapatkan penilaian sehingga berdampak treatment untuk tahun yang akan datang, maka pupus sudah bagi siswa yang telah mampu menguasai banyak keterampilan di tahun ini tetapi tidak memperoleh penilaian yang semestinya.

Kasus lain untuk mahasiswa di perguruan tinggi. Banyak perguruan tinggi di luar negeri mengganti ujian tradisional dengan alat bantu online. Ini adalah kondisi baru untuk dosen dan mahasiswa. Penilaian bagi mahasiswa bisa saja memiliki kesalahan pengukuran, tidak seperti pengukuran seperti biasa dilakukan. Penelitian di negara-negara Eropa bahwa pengusaha menggunakan penilaian yang berbeda yaitu dengan cara

kredensial pendidikan seperti halnya klasifikasi gelar dan rata-rata nilai untuk menyeleksi pelamar dari kalangan alumni perguruan tinggi.⁸ Sehingga mempengaruhi bagaimana pelamar baru dari alumni perguruan tinggi dapat kecocokan di pasar kerja dan diterima sesuai dengan upah yang diharapkan. Begitu juga di Indonesia belum ada satu perusahaan yang mengumumkan bagaimana lulusan baru universitas dapat mengikuti seleksi di pasar kerja. Namun demikian pemerintah Indonesia menawarkan kartu pra kerja untuk melatih kembali kemahiran lulusan perguruan tinggi dalam mempersiapkan lulusan universitas untuk bekerja di masa datang pasca Covid-19.

E. Dampak pada Lulusan Sekolah

Lulusan universitas ataupun pendidikan menengah yang mencari pekerjaan tahun ini mengalami gangguan yang hebat karena pandemi Covid-19. Para mahasiswa maupun siswa yang tahun ini lulus mengalami gangguan pengajaran di bagian akhir studi mereka. Dampak langsung yang dialami oleh mereka adalah gangguan utama dalam penilaian akhir yang mestinya mereka dapatkan. Namun dengan kondisi apapun mereka tetap lulus dalam kondisi resesi global yang memilukan ini. Kondisi pasar kerja yang cenderung sulit merupakan kendala baru bagi lulusan. Persaingan dipasar kerja sangat “gaduh” dan berhimpit dengan para pekerja yang juga sudah mengalami Putus Hubungan Kerja (PHK) dari

perusahaan dimana mereka bekerja. Adapun jika mereka sebagai lulusan baru Universitas maka mereka mau tidak mau akan menerima upah lebih rendah dan mereka akan mempunyai efek dalam persaingan karier (Bobonis & Morrow, 2014). Lulusan universitas yang awalnya memprediksi dirinya akan mendapatkan pekerjaan dan upah yang memadai akan tetapi kenyataan di Indonesia disebabkan karena Covid-19 mengakibatkan mereka harus berpikir ulang tentang pendidikan yang ditempuh dan mendapatkan upah yang diharapkan.

F. Langkah Strategis dan Solusi bagi Dunia Pendidikan Indonesia

Dalam penanganan dampak Covid-19 pada dunia pendidikan, seluruh *stakeholders* harus bahu membahu. Kondisi ini tidak boleh terlepas pandang dari kebijakan pemerintah dan pelaksanaannya operasionalisasi di lapangan. Firman & Sari (2020), adapun hal-hal yang wajib dilakukan oleh semua *stakeholders* pendidikan adalah:

1. Pemerintah

Peran pemerintah sangat penting dan fundamental. Alokasi anggaran yang sudah diputuskan oleh Instruksi Presiden Nomor 4 tahun 2020 tentang *refocussing* kegiatan, relokasi anggaran, serta pengadaan barang dan jasa dalam rangka percepatan penanganan Covid-19 harus segera dilaksanakan.

2. Orang Tua

Orang tua sebagai pendidik utama di rumah tangga harus menjalankan fungsinya. Meskipun demikian tetap saja bantuan guru di sekolah perlu hadir *door to door* disemua peserta didik. Ini harus membuka cakrawala dan tanggungjawab orang tua bahwa pendidikan anaknya harus dikembalikan pada *effort* orang tua dalam mendidik mental, sikap dan pengetahuan anak-anaknya.

Orang tua harus menyadari dan mengetahui bagaimana cara membimbing anak-anak mereka dalam belajar, karena pada dasarnya rumah merupakan tempat pertama dan utama untuk mendidik anak. Oleh karena itu dengan dilaksanakannya pembelajaran online dari rumah ini maka waktu anak-anak akan lebih banyak di rumah dan mereka perlu bimbingan dari para orang tuanya. Fungsi rumah saat ini menjadi bertambah yaitu sebagai sekolah, orang tua harus banyak belajar bagaimana mendidik dan memberikan ilmu pengetahuan kepada anak, sebab fungsi guru atau sekolah hanya sebagai fasilitator

3. Guru

Melalui pembelajaran daring harus menjadi kesadaran bagi guru bahwa peran mereka saat ini sebagai guru yang hanya mentransfer pengetahuan melalui mesin. Media untuk mendapatkan ilmu pengetahuan saat ini sudah banyak, jadi guru sangat

penting untuk menguasai teknologi untuk bisa di transfer ke siswa.

Langkah pembelajaran daring harus seefektif mungkin. Guru bukan membebani siswa dalam tugas-tugas yang dihantarkan dalam belajar di rumah. Jika perlu guru hadir secara gagasan dalam *door to door* peserta didik. Guru bukan hanya memposisikan sebagai pentransfer ilmu, tetapi tetap saja mengutamakan *ing ngarso sung tulada, ing madya mangun karsa, tut wuri handayani*.

4. Sekolah

Sekolah sebagai lembaga penyelenggara pendidikan harus bersiaga memfasilitasi perubahan apapun menyangkut pendidikan siswanya. Pendidikan tingkah laku harus menjadi pijakan kuat ditengah perkembangan teknologi dan arus percepatan informasi. Program-program pendidikan yang dilakukan sekolah harus benar-benar disampaikan kepada siswa, terlebih dengan media daring tetap saja pihak sekolah harus benar-benar memperhatikan etika sebagai lembaga pendidikan. Penekanan belajar dirumah kepada siswa harus benar-benar mendapat kawalan agar guru-guru yang mengajar melalui media garing tetap *smooth* dan cerdas dalam menyampaikan pelajaran-pelajaran yang wajib dipahami oleh siswa.

G. Daftar Pustaka

- Ahmad, A. B., & Ambotang, A. S. B. 2020. Pengaruh kecerdasan emosi, kecerdasan spiritual dan persekitaran keluarga terhadap stres akademik siswa sekolah menengah. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*, 5(5), 12–23.
- Amiruddin, B. 2020. Persepsi Tenaga Pendidikan Tenaga Kependidikan terhadap Program Belajar dari Rumah. *Jurnal As-Salam*, 4(1), 28-36.
- Baharin, R., Halal, R. 2020. Impact of Human Resource Investment on Labor Productivity in Indonesia. *Iranian Journal of Management Studies*, 13(1), hal. 139–164.
- Bobonis, G. J., & Morrow, P. M. 2014. Labor coercion and the accumulation of human capital. *Journal of Development Economics*. 108, hal. 32–53. <https://doi.org/10.1016/j.jdeveco.2014.01.004>.
- Carlsson, M, G B Dahl, B Ockert and D Rooth. 2015. The Effect of Schooling on Cognitive Skills. *Review of Economics and Statistics*. 97(3), 533-547.
- Caroline Hodges Persell, 1979, *Educations and Inequality, The Roots and Results of Stratification in America's Schools*. United States of America: The Free Press.
- Dewi, W. A. F. 2020. Dampak Covid-19 terhadap Implementasi Pembelajaran Daring di Sekolah Dasar. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 2(1), 55-61.
- Firman & Sari. 2020. Pembelajaran Online di Tengah Pandemi Covid-19. *Indonesian Journal Of Educational Science (IJES)*, Volume 02 No 02.
- Hamdani, A. R., & Priatna, A. 2020. Efektifitas Implementasi Pembelajaran Daring (Full Online) Dimasa Pandemi Covid-19 pada Jenjang Sekolah Dasar di Kabupaten Subang. *Didaktik: Jurnal Ilmiah PGSD STKIP Subang*, 6(1), 1-9.

- Handarini, O. I., & Wulandari, S. S. 2020. Pembelajaran Daring sebagai Upaya Study From Home (SFH) Selama Pandemi Covid 19. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)*, 8(3), 496-503.
- Hasanah, A., Lestari, A. S., Rahman, A. Y., & Daniel, Y. I. 2020 *Analisis aktivitas belajar daring mahasiswa pada pandemic Covid-19*.
- Hastini, L. Y., Fahmi, R. & Lukito, H. 2020. Apakah pembelajaran menggunakan teknologi dapat meningkatkan literasi manusia pada generasi Z di Indonesia?. *Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA)*. Vol. 10 (1), 12-28.
- Morgan, H. 2020. Best Practices for Implementing Remote Learning During a Pandemic. *The Clearing House: A Journal of Educational Strategies, Issues and Ideas*, 93(3), 134-140.
- Nakayama M, Yamamoto H, & S. R. 2007. The Impact of Learner Characteristics on Learning Performance in Hybrid Courses among Japanese Students. *Elektronik Journal E-Learning*, Vol.5(3).1.
- Pakpahan, R & Fitriani, Y. 2020. Analisa Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Pembelajaran jarak jauh di tengah pandemi Virus Corona Covid-19. *JISAMAR: Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 4(2), 30-36.
- Purwanto, A., Pramono, R, Asbari, M., Hyun, C.C., Wijayanti, L. M., & Putri, R.S. 2020. Studi Eksploratif Dampak Pandemi COVID-19 Terhadap Proses Pembelajaran Online di Sekolah Dasar. *Edupsycouns: Journal pf Education, Psychology and Counseling*, 2(1), 1-12.
- Saifuddin, A. 2019. *Psikologi agama: Implementasi psikologi untuk memahami perilaku beragama*. Jakarta: Prenadamedia Group
- Shukla, T., Dosaya, D., Nirban, V. S., & Vavilala, M, P, 2020. Factors Extraction of Effective Teaching-Learning in Online and Conventional Classrooms.

*International Journal of Information and Education
Technology*, 10(6), 422-427.

Zhafira, N. H. Ertika, Y. & Chairiyaton. 2020. Persepsi mahasiswa terhadap perkuliahan Daring sebagai Sarana Pembelajaran Selama masa karantina Covid-19. *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen*, 4(1), 37-45.

BAB 3

Pembelajaran Ekonomi Inovatif Dalam Situasi Pandemik Covid-19

Oleh:

Nur Fatwa

A. Pendahuluan

Pelaksanaan pengajaran sebelum pandemik Covid-19 masih menggunakan *traditional teaching* yaitu *Teacher Center Learning* (TCL). Pasca pandemik Covid 19, terjadi perubahan besar terhadap pola pengajaran di beberapa Universitas di Indonesia. Pada masa pandemik, proses pengajaran tidak dapat dilakukan dengan metode *traditional teaching* melainkan pengajaran berbasis revolusi industri 4.0 dengan melibatkan teknologi. Dilihat dari sisi pembelajaran Ekonomi Inovatif, negara Indonesia masih mengejar ketertinggalan dari negara lain. Contoh negara yang sukses secara pendidikan dan ekonomi adalah negara Finlandia. Indikator yang membuat negara Finlandia memiliki tingkat kesejahteraan yang tinggi, dikarenakan pemberian sejumlah manfaat sosial oleh pemerintah (Sahlberg, 2011). Finlandia merupakan salah satu negara yang memiliki pendidikan berkualitas tinggi

di dunia yaitu peringkat pertama untuk Human Capital Index yang dikeluarkan World Economic Forum.

Kemajuan tersebut merupakan proses yang panjang yang dimulai dari perbaikan sistem pendidikan yang berdampak terhadap ekonomi. Sejarah dari negara Finlandia yaitu pada abad ke-20 mengalami kemunduran ekonomi. Runtuhnya Uni Soviet pada tahun 1990 mengakibatkan Finlandia mengalami masa resesi yang buruk. Masa resesi yang buruk ini tercermin pada tingkat pengangguran yang naik dari 3% menjadi 18% dan pendapatan per kapita yang turun 13% dalam periode yang sama. Resesi tersebut mendorong pemerintah Finlandia untuk melakukan investasi dalam bidang pendidikan sebagai langkah untuk meningkatkan ekonomi. Strategi yang dilakukan adalah penerapan sistem edukasi yang baik, tidak menerapkan sistem konvensional seperti di negara lain pada umumnya. Penerapan sistem tersebut terlihat pada para siswa dan guru yang mencoba untuk berinovasi dalam mengembangkan ide dengan pendekatan memenuhi indikator yang telah ditentukan pada sebuah kurikulum. Penerapan sistem edukasi ini menghasilkan sumber daya manusia profesional, terdepan, dan berkualitas sehingga Finlandia dapat bangkit dengan pesat dari masa resesi. (Mardjuki dkk, 2017).

Strategi yang dilakukan di negara Finlandia dapat juga dilakukan di Indonesia. Beberapa kampus telah dilengkapi infrastruktur yang memadai dalam

menjalankan aktivitas perkuliahan dengan mengikuti keberhasilan dari negara Finlandia. Untuk keadaan pandemik Covid 19, strategi perkuliahan pendidikan ekonomi berubah menjadi sistem online. Terdapat hambatan dalam kemajuan pendidikan di Indonesia yaitu dari faktor Sumber Daya Manusia (SDM) yang tidak siap untuk melakukan perubahan pengajaran. Kondisi proses pengajaran yang seharusnya dilakukan di masa Pandemi Covid 19 adalah kemampuan dua arah antara tenaga pengajar dan mahasiswa dengan menggunakan strategi *Student Centered Learning* (SCL). Saat ini terdapat fasilitas aplikasi yang dapat membantu komunikasi antara mahasiswa dan tenaga pengajar secara online. Penerapan pembelajaran menggunakan aplikasi untuk memberikan atmosfer pembelajaran tanpa sekat.

Pembelajaran online tetap diwajibkan mengikuti panduan dari regulatori yang mengatur sistem pendidikan di Indonesia. Pelaksanaan pembelajaran diperbolehkan melakukan inovasi, akan tetapi tetap menerapkan dasar hukum Capaian Pembelajaran (CP) yang dinyatakan di dalam Peraturan Presiden Nomor 8 Tahun 2012 tentang Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (KKNI) yaitu kerangka penjenjangan kualifikasi kompetensi yang dapat menyandingkan, menyetarakan, dan mengintegrasikan antara bidang pendidikan dan bidang pelatihan kerja serta pengalaman kerja dalam rangka pemberian pengakuan kompetensi kerja sesuai dengan struktur pekerjaan di berbagai sektor (Pasal 1 ayat 1). Selanjutnya

di dalam pasal 1 ayat 2 peraturan tersebut, CP dinyatakan sebagai kemampuan yang diperoleh melalui internalisasi pengetahuan, sikap, keterampilan, kompetensi, dan akumulasi pengalaman kerja. KKNI pada sistem pendidikan tinggi dinyatakan dalam Undang-Undang Republik Indonesia nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi yang selanjutnya disingkat UU Dikti 12/2012. Pasal 29 UU Dikti 12/2012 menyatakan bahwa:

1. Kerangka Kualifikasi Nasional merupakan penjenjangan capaian pembelajaran yang menyetarakan luaran bidang pendidikan formal, nonformal, informal, atau pengalaman kerja dalam rangka pengakuan kompetensi kerja sesuai dengan struktur pekerjaan di berbagai sektor.
2. Kerangka Kualifikasi Nasional sebagaimana dimaksud pada ayat (1) menjadi acuan pokok dalam penetapan kompetensi lulusan pendidikan akademik, pendidikan vokasi, dan pendidikan profesi.
3. Penetapan kompetensi lulusan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) ditetapkan oleh Menteri.

Pasal 35 ayat 2 UU Dikti 12/2012 menyatakan bahwa kurikulum pendidikan tinggi dikembangkan oleh setiap perguruan tinggi dengan mengacu pada standar nasional pendidikan tinggi untuk setiap program studi yang mencakup pengembangan kecerdasan intelektual, akhlak mulia, dan keterampilan. Peraturan tersebut merupakan landasan hukum untuk merumuskan CP,

terutama ketentuan yang tercantum dalam salah satu standar yakni Standar Kompetensi Lulusan (SKL). Kriteria minimal tentang kualifikasi kemampuan lulusan yang mencakup sikap, pengetahuan, dan ketrampilan yang dinyatakan dalam rumusan capaian pembelajaran.

Berdasarkan peraturan tersebut, walaupun saat ini dalam situasi pandemi Covid 19, tenaga pengajar tetap dituntut untuk melakukan inovasi pembelajaran dalam mentransformasikan, mengembangkan, menyebarluaskan ilmu pengetahuan, teknologi melalui pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. Strategi pembelajaran dapat mengacu kepada peraturan UU No. 12 Tahun 2012 pasal 1 ayat 9. Peraturan tersebut membahas inovasi yaitu melakukan pembaharuan persiapan pembelajaran Rancangan Pembelajaran Semester (RPS) untuk mata kuliah yang diampu, melakukan bimbingan tugas akhir karya mahasiswa, bidang penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat dengan melibatkan unsur teknologi dalam pelaksanaannya.

Pelaksanaan pengajaran di Indonesia saat ini adalah transfer pengetahuan dari dosen ke mahasiswa, menerima pengetahuan secara pasif, proses pembelajaran dan penilaian dilakukan terpisah, menekankan pada jawaban yang benar saja, sesuai dengan pengembangan ilmu dalam satu disiplin saja, iklim belajar individual dan kompetitif, perkuliahan merupakan bagian terbesar dalam proses pembelajaran, dan cenderung penekanan

pada penguasaan *hard skill* mahasiswa. Pembelajaran di Indonesia masih bersifat klasikal sehingga lulusan perguruan tinggi kurang berdaya saing secara global. Keadaan tersebut menggambarkan kondisi pendidikan Indonesia yang mengalami ketertinggalan dari negara lain. Keadaan tersebut terjadi sebelum masa pandemi Covid 19 dan pasca pandemi Covid 19.

Dari latar belakang dan rumusan masalah diatas maka pertanyaan penelitian dalam tulisan ini adalah:

“Bagaimana menciptakan sistem pendidikan ekonomi yang baik dan berdampak positif terhadap perekonomian di Indonesia?”

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis dan praktis menyangkut ide atau gagasan tentang bagaimana investasi pada bidang pendidikan ekonomi dapat memberikan dampak positif terhadap perekonomian suatu negara. Penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai rujukan tentang bagaimana menciptakan sebuah sistem edukasi baru yang menyesuaikan diri dengan keadaan pasca pandemi Covid 19 sehingga dapat menghasilkan sumber daya manusia yang unggul dan pada akhirnya dapat menumbuhkan perekonomian Indonesia.

B. Landasan Teori dan Konsep

Hal utama dalam konsep pendidikan adalah tujuan yang ingin dicapai. Pelaksanaan kegiatan akan menjadi suatu bentuk kesungguhan dalam melaksanakan

pelayanan publik yang baik dan sebagai penguatan unsur tri dharma perguruan tinggi yang merupakan tugas utama bagi seorang tenaga pengajar yaitu melaksanakan pendidikan, pengajaran dan pengabdian kepada masyarakat. Strategi dan isi pembelajaran berhubungan dengan seleksi pengalaman belajar yaitu pengalaman belajar seperti apa yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan yang hendak dicapai dalam proses pembelajaran. Langkah selanjutnya adalah mengorganisasikan pengalaman belajar, yaitu bagaimana pengalaman belajar tersebut dapat diorganisasikan dengan efektif. Langkah yang terakhir adalah penilaian dan evaluasi, yaitu bagaimana kita menentukan apakah tujuan tersebut telah tercapai (Usmar, 2017).

Ralp Tyler memberikan pengembangan kurikulum (*Curriculum developer*), telah menanamkan perlunya hal yang lebih rasional, sistematis, dan pendekatan yang berarti dalam tugas mereka. Ralp Tyler juga menguraikan dan menganalisis sumber-sumber tujuan yang datang dari anak didik, mempelajari kehidupan kontemporer, mata pelajaran yang bersifat akademik, filsafat dan psikologi belajar. Ralp Tyler juga mengusulkan sebuah model pengembangan kurikulum yang komprehensif, yaitu dengan merekomendasikan kepada pengembang kurikulum untuk mengidentifikasi tujuan umum dengan mengumpulkan data dari tiga sumber. Sumber yang dimaksud adalah berasal dari para peserta didik, kehidupan sebenarnya di luar lingkungan sekolah dan

mata pelajaran. Tujuan pembelajaran khusus Tyler mengusulkan model tersebut berdasarkan identifikasi atas pertanyaan pembelajaran. Tujuan pendidikan yang ingin dicapai oleh lembaga pendidikan, dan pengalaman pendidikan yang harus disediakan untuk mencapai tujuan. Strategi pendidikan perlu diorganisasi atau disusun secara efektif dan efisien agar tujuan akhir dapat tercapai (Idi, 2010).

Perkembangan pengajaran di Indonesia juga mengikuti revolusi industri 4.0. Tahap perkembangan revolusi industri dari awal hingga saat ini adalah sebagai berikut:

1. Akhir abad ke-18

Revolusi industri yang pertama terjadi pada akhir abad ke-18. Ditandai dengan ditemukannya alat tenun mekanis pertama pada 1784. Saat itu, industri diperkenalkan dengan fasilitas produksi mekanis menggunakan tenaga air dan uap. Peralatan kerja yang awalnya bergantung pada tenaga manusia dan hewan akhirnya digantikan dengan mesin tersebut. Banyak orang menganggur tapi produksi diyakini berlipat ganda.

2. Awal abad ke-20

Revolusi industri 2.0 terjadi di awal abad ke-20. Kala itu ada pengenalan produksi massal berdasarkan pembagian kerja. Lini produksi pertama melibatkan rumah potong hewan di Cincinnati, Amerika Serikat, pada 1870.

3. Awal 1970

Pada awal tahun 1970 ditengarai sebagai perdana kemunculan revolusi industri 3.0. Dimulai dengan penggunaan elektronik dan teknologi informasi guna otomatisasi produksi. Debut revolusi industri generasi ketiga ditandai dengan kemunculan pengontrol logika terprogram pertama (PLC), yakni modem 084-969. Sistem otomatisasi berbasis komputer ini membuat mesin industri tidak lagi dikendalikan manusia. Dampaknya memang biaya produksi menjadi lebih murah.

4. Awal 2018

Saat ini memasuki tahun 2018 merupakan zaman revolusi industri 4.0 yang ditandai dengan sistem *cyber-physical*. Dunia industri mulai menyentuh dunia virtual, berbentuk konektivitas manusia, mesin dan data, semua sudah ada di mana-mana. Istilah ini dikenal dengan nama *internet of things* (IoT).

Jendela Dikbud (2017) menyatakan bahwa terdapat empat desain prinsip industri 4.0 sebagai berikut:

1. Interkoneksi (Sambungan) yaitu kemampuan mesin, perangkat, sensor, dan orang untuk terhubung dan berkomunikasi satu sama lain melalui *Internet of Things* (IoT) atau *Internet of People* (IoP). Prinsip ini membutuhkan kolaborasi, keamanan, dan standar.

2. Transparansi informasi merupakan kemampuan sistem informasi untuk menciptakan salinan virtual dunia fisik dengan memperkaya model digital dengan data sensor termasuk analisis data dan penyediaan informasi.
3. Bantuan teknis yang meliputi:
 - Kemampuan sistem bantuan untuk mendukung manusia dengan menggabungkan dan mengevaluasi informasi secara sadar untuk membuat keputusan yang tepat dan memecahkan masalah mendesak dalam waktu singkat,
 - Kemampuan sistem untuk mendukung manusia dengan melakukan berbagai tugas yang tidak menyenangkan, terlalu melelahkan, atau tidak aman; (c) meliputi bantuan visual dan fisik.
4. Keputusan terdesentralisasi yang merupakan kemampuan sistem fisik maya untuk membuat keputusan sendiri dan menjalankan tugas seefektif mungkin.

Jendela Dikbud (2017) juga menjelaskan bahwa industri 4.0 dapat digunakan pada tiga faktor yang saling terkait yaitu;

1. Digitalisasi dan interaksi dengan teknik sederhana,
2. Digitalisasi produk dan layanan,
3. Model pasar baru. Hal yang pertama dilakukan dalam optimalisasi pengajaran dengan penggunaan

teknologi adalah konsep kurikulum, rencana pembelajaran semester, lingkungan prasarana, dan lulusan mencapai pembelajaran yang efektif serta efisien seperti gambar berikut ini:

Proses dan penilaian merupakan suatu yang wajib dilakukan pengembangan dikarenakan saat ini terdapat batasan komunikasi antara tenaga pengajar dan mahasiswa yang berdampak pada kurang optimalnya proses pembelajaran sehingga lulusan memiliki capaian yang kurang dapat bersaing secara global. Model pembelajaran *problem solving* merupakan salah satu model pembelajaran yang berlandaskan teori konstruktivisme yaitu merupakan salah satu aliran filsafat pengetahuan yang menekankan bahwa pengetahuan kita merupakan hasil konstruksi (bentukan) kita sendiri. Konstruktivisme menyatakan bahwa semua pengetahuan yang kita peroleh adalah hasil konstruksi sendiri, maka sangat kecil kemungkinan adanya transfer pengetahuan dari seseorang kepada orang lain (Fadillah, 2009).

Alzaghoul, 2012 membahas pembelajaran dengan strategi *problem solving*. Strategi yang tersebut menekankan proses mental dan intelektual dalam menemukan suatu masalah dan memecahkannya berdasarkan data dan informasi yang akurat, sehingga dapat diambil kesimpulan yang tepat dan cermat. Proses *problem solving* memberikan kesempatan peserta didik berperan aktif dalam mempelajari, mencari, dan

menemukan sendiri informasi untuk diolah menjadi konsep, prinsip, teori, atau kesimpulan. Dengan kata lain, *problem solving* menuntut kemampuan memproses informasi untuk membuat keputusan tertentu. Model *problem solving* meliputi:

- Ada masalah yang jelas untuk dipecahkan. Masalah ini harus tumbuh dari siswa sesuai dengan taraf kemampuannya.
- Mencari data atau keterangan yang dapat digunakan untuk memecahkan masalah tersebut. Misalnya, dengan jalan membaca buku-buku, meneliti, bertanya dan lain-lain.
- Menetapkan jawaban sementara dari masalah tersebut. Dugaan jawaban ini tentu saja didasarkan kepada data yang telah diperoleh, pada langkah kedua di atas.
- Menguji kebenaran jawaban sementara tersebut. Dalam langkah ini siswa harus berusaha memecahkan masalah sehingga betul-betul yakin bahwa jawaban tersebut itu betul-betul cocok. Apakah sesuai dengan jawaban sementara atau sama sekali tidak sesuai. Untuk menguji kebenaran jawaban ini tentu saja diperlukan model-model lainnya seperti demonstrasi, tugas, diskusi, dan lain-lain.
- Menarik kesimpulan. Artinya siswa harus sampai kepada kesimpulan terakhir tentang jawaban dari masalah baru yang diakibatkan dari evaluasi yang

dilakukan terhadap yakni kesalahan yang telah ada dan perbaikan yang telah dilakukan.

C. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder dengan analisa deskriptif kualitatif. Studi kualitatif merupakan studi empirik, yakni studi yang menempatkan suatu fenomena secara sosial dan studi yang didefinisikan berdasarkan sejarahnya sendiri, bukan sama sekali *a residual grab-bag* (Kumpulan bahan sisa) yang terdiri dari segala sesuatu yang tidak kuantitatif (Fatwa, 2020). Penelitian kualitatif melibatkan penggunaan kajian dan kumpulan aneka ragam pengalaman empirik (*Empirical materials*) melalui studi kasus, pengalaman pribadi, introspeksi, riwayat hidup, interview, observasi, sejarah, interaksi, dan teks visual yang mendeskripsikan peristiwa rutin dan momen-momen yang bersifat problematik serta makna kehidupan individu (Creswell, 1998). Penelitian kualitatif mencari pemahaman terhadap masalah atau topik penelitian tertentu dari perspektif penduduk lokal yang terlibat di dalamnya (Mack, dkk, 2008). Data yang digunakan berasal dari website resmi dari kementerian pendidikan dan kebudayaan, dan jurnal penelitian (*Library research*).

D. Analisa

Salah satu solusi yang penulis tawarkan untuk mengatasi isu dan permasalahan yang sedang terjadi

adalah optimalisasi pengajaran melalui inovasi pengajaran dengan penggunaan aplikasi pada Universitas. Penggunaan aplikasi dapat meningkatkan digital *literacy*, *creative*, *innovative*, meningkatkan mental *entrepreneur* dan fleksibel terhadap perubahan. Kondisi Indonesia pendidikan ekonomi di Indonesia mengalami ketertinggalan dibandingkan negara lain. Berdasarkan data *The Global Talent Competitiveness Index 2019 Entrepreneurial Talent and Global Competitiveness*, terdapat tiga indikator perkembangan pendidikan negara Kawasan Asia Tenggara sebagai berikut:

The Global Talent Competitiveness Index 2019

No	Indikator	Peringkat Daya Saing Lulusan Perguruan Tinggi	Peringkat Universitas	Quality of management schools
1	Singapore	2	11	4
2	Malaysia	27	16	24
3	Brunei Darussalam	36	39	60
4	Philippines	58	54	35
5	Thailand	66	40	72
6	Indonesia	67	36	39

Sumber: Insead

Berdasarkan The Global Talent Competitiveness Index 2019 tentang indikator daya saing lulusan perguruan tinggi di Kawasan Asia Tenggara, diketahui bahwa negara Singapore berada pada posisi pertama dengan peringkat 2, posisi kedua adalah negara Malaysia berada pada peringkat 27, posisi ketiga adalah negara Brunei Darussalam dengan peringkat 36, posisi keempat

adalah negara Philippines dengan peringkat 58, posisi kelima adalah negara Thailand dengan peringkat 66, dan posisi keenam adalah negara Indonesia dengan peringkat 67. Daya saing lulusan yang dihasilkan perguruan tinggi di Indonesia masih dibawah kualitas negara yang berada pada kawasan Asia Tenggara. Berdasarkan indikator peringkat Universitas di Kawasan Asia Tenggara, diketahui bahwa negara Singapore berada pada posisi pertama dengan peringkat 11, posisi kedua adalah negara Malaysia berada pada peringkat 16, posisi ketiga adalah negara Indonesia dengan peringkat 36, posisi keempat adalah negara Brunei Darussalam dengan peringkat 39, posisi kelima adalah negara Thailand dengan peringkat 40, dan posisi keenam adalah negara Philippines dengan peringkat 54. Peringkat Universitas di Indonesia yaitu posisi ketiga di Kawasan Asia Tenggara merupakan hasil positif dari perbaikan secara berkesinambungan dari unsur Tridarma Perguruan tinggi.

Berdasarkan indikator *Quality of management schools* di Kawasan Asia Tenggara, diketahui bahwa negara Singapore berada pada posisi pertama dengan peringkat 4, posisi kedua adalah negara Malaysia berada pada peringkat 24, posisi ketiga adalah negara Philippines dengan peringkat 35, posisi keempat adalah negara Indonesia dengan peringkat 39, posisi kelima adalah negara Brunei Darussalam dengan peringkat 60, dan posisi keenam adalah negara Thailand dengan peringkat 72. Peringkat *Quality of management schools* yang ada di

Indonesia yaitu posisi keempat di Kawasan Asia Tenggara menunjukkan bahwa kualitas pembelajaran di Indonesia berjalan dengan baik. Berdasarkan Indikator daya saing lulusan perguruan tinggi, peringkat Universitas, dan *quality of management schools* di Kawasan Asia Tenggara, diketahui bahwa negara Indonesia secara peringkat berada dibawah negara Singapore dan Malaysia. Pelaksanaan proses pengajaran di Singapore dan Malaysia melibatkan unsur pengembangan teknologi. Indonesia dapat juga melaksanakan kegiatan pengajaran dengan mengedepankan unsur revolusi industri 4.0.

Keunggulan negara lain terhadap pendidikan ekonomi di Indonesia dikarenakan negara lain telah menggunakan strategi penggunaan teknologi dalam proses pengajaran. Saat ini metode pengajaran universitas di Indonesia mengalami kemunduran dikarenakan metode pembelajaran bersifat tradisional. Dibutuhkan metode baru yang meningkatkan semangat belajar-mengajar, metode komunikatif antara mahasiswa dan tenaga pengajar. Unsur teknologi yang dimaksud adalah penggunaan aplikasi online dalam metode pembelajaran baru. Teknologi internet yang dapat diakses kapanpun dan dimanapun sehingga pembelajaran tidak hanya dilakukan di dalam ruang kelas dan pada saat jam pelajaran, akan tetapi pembelajaran bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja jika dibutuhkan. Model pembelajaran dapat bermanfaat untuk meningkatkan fleksibilitas dan efektifitas pembelajaran. Dengan

aplikasi, materi pendidikan ekonomi dapat diperkaya dengan berbagai sumber belajar termasuk multimedia dengan cepat dapat diperbaharui oleh pengajar. Aplikasi online memiliki banyak manfaat yang dapat dilihat yaitu dari sudut mahasiswa, memungkinkan berkembangnya fleksibilitas belajar yang tinggi. Mahasiswa dapat mengakses bahan belajar setiap saat dan berulang-ulang. Mahasiswa juga dapat berkomunikasi dengan dosen setiap saat. Dengan kondisi yang demikian ini, mahasiswa dapat lebih memantapkan penguasaannya terhadap materi pembelajaran.

Dari tenaga pengajar, aplikasi online banyak memberikan manfaat yaitu mudah melakukan pemutakhiran bahan belajar yang menjadi tanggung jawab sesuai dengan tuntutan perkembangan keilmuan yang terjadi. Tenaga pengajar juga dapat mengembangkan diri untuk peningkatan wawasan pembelajaran online, dan mengontrol kegiatan belajar mahasiswa secara online. Tenaga pengajar dapat mengetahui kapan mahasiswanya belajar, topik apa yang dipelajari, berapa lama sesuatu topik dipelajari, serta berapa kali topik tertentu dipelajari ulang. Tenaga pengajar dapat melakukan pemeriksaan serta monitoring terhadap mahasiswa yang mengerjakan soal latihan setelah mempelajari topik tertentu dan memeriksa jawaban mahasiswa dan memberitahukan hasilnya kepada mahasiswa secara online.

Penggunaan aplikasi online akan menjadi pembelajaran konstruktivisme. Proses belajar mengajar

dipengaruhi oleh kegiatan aktif mahasiswa untuk menemukan dan membangun sendiri pengetahuannya. Mahasiswa bertanggung jawab terhadap hasil belajarnya, mengembangkan pemikiran dengan membuat kerangka pengertian yang berbeda, belajar dilakukan lewat refleksi, pemecahan konflik, dan dialog. Peran tenaga pengajar dalam pembelajaran konstruktivisme adalah menyediakan pengalaman belajar, memberikan kegiatan yang merangsang keingintahuan mahasiswa, menyediakan sarana yang merangsang mahasiswa berpikir secara produktif, memonitor dan mengevaluasi hasil belajar mahasiswa. *Student-centered learning strategies* berupa mahasiswa melakukan pembelajaran aktif, belajar mandiri, belajar kooperatif dan kolaboratif. Hasil yang dapat dicapai ketika pembelajaran secara aplikasi online adalah sebagai berikut:

- Menghasilkan lulusan yang memiliki kompetensi.
- Mengembangkan sistem untuk mengoptimalkan kegiatan pembelajaran mahasiswa.
- Menyelaraskan kegiatan pendidikan untuk menghasilkan konsep-konsep metode pembelajaran terkini dengan mengedepankan teknologi dalam proses belajar dan mengajar.
- Menghasilkan lulusan dengan kompetensi sebagai akademisi dan atau profesional yang memiliki dedikasi tinggi terhadap kemajuan pengetahuan, dan mampu mengutarakan pandangan, ide serta

gagasan dalam menyelesaikan suatu permasalahan yang dihadapi.

- Peningkatan kapasitas dan profesionalisme tenaga pendidik dengan mengedepankan pendekatan revolusi pendidikan 4.0.
- Mahasiswa akan mendapatkan pelayanan yang lebih baik terkait proses pembelajaran dengan adanya pengembangan sistem online.
- Pembelajaran tidak terkendala oleh waktu dan tempat dikarenakan dapat dilakukan dengan pemanfaatan aplikasi online.
- Mahasiswa dapat lebih aktif dan dapat berfugsi sebagai *partner* diskusi dalam pembahasan *issue* terkini.
- Proses belajar mengajar lebih efisien dengan melibatkan unsur teknologi (Pembelajaran online).

E. Kesimpulan

Inovasi dalam menjalankan tridharma perguruan tinggi perlu diterapkan agar menciptakan output yang baik. Perubahan revolusi industri pendidikan 4.0 yang melibatkan unsur teknologi merupakan suatu tantangan bagi perguruan tinggi saat ini. Pemanfaatan teknologi dan informasi dapat meningkatkan akses dan kualitas pendidikan di Indonesia khususnya pada tingkat pendidikan tinggi. Sistem pembelajaran saat ini belum mengoptimalkan pemanfaatan teknologi informasi dikarenakan metode penyampaian pembelajaran bersifat

sinkronus face to face yaitu ceramah, diskusi kelompok, dan presentasi.

Saat ini Universitas di Indonesia didorong untuk mengembangkan sistem aplikasi online untuk diimplementasikan seluruhnya agar pembelajaran dapat dilakukan secara efektif, efisien, inovatif, dan berkualitas mutu. Aplikasi online dapat digunakan sebagai pendamping program utama untuk mendorong tenaga pengajar lebih efektif dalam model penyampaian yaitu asinkronus berupa text, audio, video, animasi dan simulasi. Optimalisasi pembelajaran pendidikan ekonomi dapat mendukung perekonomian Indonesia, dimana salah satu bagian programnya adalah revolusi industri 4.0 serta unggul di tingkat nasional maupun internasional yang mampu menyelesaikan masalah ekonomi dengan baik. Hasil yang diharapkan adalah peserta didik/mahasiswa memperoleh pembelajaran yang berkualitas dalam menghadapi persaingan global.

F. Rekomendasi

- Pengoptimalan penggunaan aplikasi online pada proses pengajaran pendidikan ekonomi oleh seluruh tenaga pengajar.
- Dilakukan pengembangan teknologi dan informasi untuk mendukung kemajuan pendidikan di Indonesia.

- Pengaplikasian inovasi pendidikan untuk mendorong kemajuan pendidikan ekonomi di Indonesia.

G. Daftar Pustaka

- Alzaghoul. 2012. *The Implication of The Learning Theories on Implementing E-Learning Courses*. University of the West of England, Bristol, UK.
- Creswell, John W., *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Traditions*, Thousand Oaks, London, New Delhi; Sage Publications, inc.
- Fadillah, A., 2019. *Optimalisasi Sistem Pembelajaran Blended Learning Model Bisnis Terintegrasi di Sekolah Bisnis dalam Rangka Mendukung Institut Pertanian Bogor sebagai Techno-Socio Entrepreneurial University*.
- Fatwa, Nur., 2020. *The Development Of National Islamic Foreign Exchange Bank In Indonesia*, JSGS, Universitas Indonesia.
- Idi, Abdullah., 2010. *Pengembangan Kurikulum Teori dan Praktik*. Yogyakarta, Ar-Ruzz Media.
- Insead, 2019., *The Global Talent Competitiveness Index 2019, Entrepreneurial Talent and Global Competitiveness*.
- Jendela Dikbud Edisi XIX., 2017. *Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan*. Jakarta.
- Mack., Natasha., Cynthia, Woodsong., Kathleen, MacQueen., Greg, Guest., Emily, Namey., 2008. *Qualitative Research Methods: A Data Collector's Field Guide*, Family Health Internasional and USAID, Research Triangle Park, North Carolina, USA (*Online paper*).
- Mardjuki, M., Potradinata, S., Gusman, A., 2017. *Secret to Finland's Education success: A Reflection for*

education in Indonesia. Indonesia University of Education, Bandung.

Peraturan Presiden Nomor 8 Tahun 2012 tentang Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (KKNI).

Sahlberg, P., 2011. *Finnish Lessons: What Can the World Learn from Educational Change in Finland?* Teachers College Press, Columbia University.

Undang-Undang Republik Indonesia nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi. Usmar, A., 2017. Model-Model Pengembangan Kurikulum dalam Proses Kegiatan Belajar. *Jurnal An-Nahdhah*. Vol. 11 No. 2 Juli – Desember 2017.

BAB 4

Perubahan Paradigma Pendidikan Ekonomi Formal dan Pendidikan Ekonomi Informal: Transformasi Pendidikan Ekonomi Menghadapi Adaptasi Kebiasaan Baru

Oleh:

Muhammad Hasan, Nur Arisah, Nurdiana, Nurjannah,
Andi Tenri Ampa

A. Pandemi Covid-19 dan Perubahan Perilaku Ekonomi

Kehadiran pandemi ini memunculkan kebiasaan baru pada masyarakat, termasuk dalam bidang pendidikan. Terdapat banyak pergeseran serta perubahan perilaku konsumen yang terjadi setelah munculnya pandemi. Mulai dari kebiasaan kecil pada kehidupan sehari-hari hingga kebiasaan yang mengubah gaya hidup (Lenzen et al., 2020; Mehta et al., 2020).

Pandemi menyebabkan munculnya berbagai kondisi yang sebelumnya tidak pernah diprediksi oleh masyarakat, salah satunya adalah guncangan ekonomi yang menyebabkan banyaknya bisnis yang gulung tikar sehingga meningkatkan jumlah pengangguran. Bahkan dalam beberapa kasus, masyarakat lebih peduli akan

kondisi ekonomi daripada kesehatan mereka sendiri (Kraus et al., 2020).

Adanya pandemi Covid-19 menimbulkan banyaknya perubahan. Aktivitas di luar rumah dibatasi. Sebagian besar kegiatan dilakukan secara online. Akibatnya, perilaku masyarakat pun ikut berubah, termasuk dalam perannya sebagai konsumen.

Perubahan perilaku konsumen tidak hanya sebatas pada barang yang dibeli saja tetapi juga pada bagaimana konsumen mencari dan memesan barang tersebut. Perubahan ini diprediksi akan secara permanen membentuk perilaku dan kebiasaan baru bahkan setelah pandemi berakhir.

Perubahan perilaku konsumen saat ini tentu saja terjadi karena adanya dorongan dari perubahan kondisi yang memaksa mereka untuk beradaptasi dengan kondisi tersebut. Namun, ada kemungkinan perilaku konsumen saat ini bertahan hingga jangka waktu yang cukup lama. Hal ini disebabkan karena konsumen pun membutuhkan waktu untuk melakukan penyesuaian kembali pada kebiasaan dan perilaku lama mereka. Konsumen tentu saat ini sudah terbiasa untuk berbelanja atau melakukan aktivitas dengan kontak fisik yang minim dan melakukan protokol kesehatan kapan dan dimana saja karena masih belum merasa aman sejak hadirnya pandemi ini.

Bisnis pun berlomba-lomba untuk beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen lewat berbagai

cara. Oleh karena itu, kamu sebagai pebisnis perlu mengetahui perilaku konsumen yang baru agar dapat bertahan dan bersaing dengan kompetitor serta menyesuaikan strategi bisnis ke depannya (Donthu & Gustafsson, 2020; Liguori & Pittz, 2020).

Perubahan perilaku ekonomi masyarakat tersebut tentu berdampak pada perubahan keilmuan pendidikan ekonomi masyarakat. Paradigma ekonomi yang telah dipegang selama ini, kini tidak saja memperlihatkan keretakan dari fondasi teoretisnya, asumsi-asumsi yang mendasarinya, dan kapasitasnya untuk secara tepat memprediksi mode-mode perilaku di masa depan yang penuh dengan tantangan. Pembicaraan-pembicaraan kini tidak lagi terbatas pada perubahan dalam paradigma. Kini perdebatan semakin mendekati kepada persoalan perlu atau tidaknya perubahan dalam paradigma itu tersendiri.

B. Pendidikan Ekonomi Formal: Positivisme dan Teori Ekonomi Mikro

Jika mengkaji struktur kurikulum yang digunakan mulai pada jenjang SMP hingga perguruan tinggi yang terkait tentang pendidikan ekonomi yang diajarkan secara formal, maka hingga tahun 2016 saat ini, di Indonesia ditemukan sebuah fakta menarik dalam kurikulum bahwa pendidikan ekonomi di Indonesia masih berkiblat kepada negara maju dengan aliran Neoklasiknya. Aliran ini merupakan perkembangan lebih lanjut dari aliran

Klasik yang dirintis oleh Adam Smith, dimana campur tangan negara boleh dikatakan tidak ada dalam urusan ekonomi, ditambah dengan penggunaan matematika dalam menganalisis ekonomi. Kiblat terhadap aliran Neoklasik tersebut terlihat dari struktur perangkat pembelajaran yang digunakan, khususnya terkait dengan isi materi buku ajar yang digunakan.

Menurut Mubyarto (2002) ilmu ekonomi yang diajarkan dan diterapkan di seluruh dunia sejak Perang Dunia II, dirintis awal oleh buku Paul Samuelson yang berjudul *Economics an Introductory Analysis* (MIT, 1946) yang menurut kajian penulis menemukan bahwa buku tersebut dalam Edisi Bahasa Indonesianya diterbitkan oleh Penerbit Erlangga hingga 14 kali cetak ulang. Inti ajaran yang dikemukakan oleh Samuelson dikenal sebagai teori ekonomi Neoklasik. Isi ajaran ekonomi Neoklasik merupakan sintesis antara teori ekonomi pasar persaingan bebas Klasik (*homo economicus* dan *invisible hand* Adam Smith), dan ajaran *marginal utility* dan keseimbangan umum Neoklasik. Penekanan ajaran ekonomi Neoklasik adalah bahwa mekanisme pasar persaingan bebas, dengan asumsi-asumsi tertentu, selalu menuju keseimbangan dan efisiensi optimal yang baik bagi semua orang. Artinya jika pasar dibiarkan bebas, tidak diganggu oleh aturan-aturan pemerintah yang bertujuan baik sekalipun, masyarakat secara keseluruhan akan mencapai kesejahteraan bersama yang

optimal (Pareto Optimal). Samuelson mampu menumbuhkan inspirasi ilmu ekonomi seperti berfungsi sebagai agama, dimana kutub akhir dari kegiatan ekonomi adalah efisiensi pasar. Mencuatnya negara maju karena penerapan ajaran Samuelson, maka bagi masyarakat umum timbul keyakinan “Tuhan berpihak kepada kami” dan pasar juga telah “diberkati” oleh Tuhan. Pada akhirnya dalam setiap kegiatan, menurutnya yang efisien adalah yang terbaik, sedangkan yang tidak efisien harus disingkirkan karena tidak baik.

Pemikiran-pemikiran aliran Neoklasik tersebut, secara implisit sangat dominan pada kajian yang sifatnya positivisme dan fokus kepada kajian ekonomi mikro, sedangkan khusus untuk aliran Keynesian, selain fokus kepada ekonomi mikro, juga fokus kepada teori-teori ekonomi makro. Sebagai sebuah disiplin, para mahasiswa ekonomi biasa membedakan antara dua wilayah ilmu ekonomi: mikroekonomi dan makroekonomi. Mikroekonomi adalah studi mengenai bagaimana rumah tangga dan firma membuat keputusan dalam pasar barang, tenaga kerja, dan keuangan, serta bagaimana pasar-pasar tersebut berhasil atau gagal. Sementara, makroekonomi adalah studi yang lebih menyeluruh dengan fokus pada kebijakan seperti pengangguran, inflasi, defisit anggaran, pertumbuhan ekonomi, perdagangan internasional, dan bagaimana kebijakan

nasional pemerintah bisa mempengaruhi hasil ekonomi global.

Bab ini akan fokus untuk menjelaskan dan mengkaji tentang teori-teori mikro ekonomi yang dirintis oleh aliran Neoklasik yang selama ini banyak digunakan pada Pendidikan Ekonomi di Indonesia dan Negara-negara sedang berkembang pada umumnya.

Mazhab neoklasik telah mengubah pandangan tentang ekonomi baik dalam teori maupun dalam metodologinya. Teori nilai tidak lagi dilandaskan pada nilai tenaga kerja atau biaya produksi, tetapi telah beralih pada kepuasan marginal (*Marginal utility*). Pendekatan ini merupakan pendekatan yang baru dalam teori ekonomi.

Teori-teori yang dikembangkan oleh Marx dan Engels mendapat banyak tanggapan daripakar-pakar ekonomi, baik dari kaum sosialis sendiri maupun dari pendukung sistem liberal-kapitalisme. Pemikiran-pemikiran ekonomi dari para pakar pendukung sistem liberal ini kemudian dimasukkan ke dalam suatu kelompok pemikiran ekonomi tersendiri yang disebut mazhab Neo-Klasik.

Karena analisis yang dibuat Marx untuk meramal kejatuhan sistem kapitalis bertitik tolak dari teori nilai kerja dan tingkat upah, oleh para pakar Neo-Klasik teori-teori tersebut dipelajari kembali secara mendalam. Dari sekian banyak pakar-pakar Neo-Klasik, paling kurang ada empat orang yang melakukan penelitian tentang hal yang sama, yaitu W. Stanley Jevons (1835-1882), Leon Walras

(1837-1910), Carl Menger (1840-1921) dan Alfred Marshall (1842-1924).

Stanley Jevons dari University of Manchester (Inggris) menulis *Theory of Political Economy* tahun 1871. Karl Menger dari Austria menulis: *principles of Economics in Germany* pada tahun yang sama. Leon Walras dari sekolah Lausanne (Swiss) menulis : *Elements of Pure Economics* pada tahun 1874. Alfred Marshall dari Cambridge University (Inggris) sebetulnya sudah menulis *Principles of Economics* pada awal tahun 1870-an. Akan tetapi, ia termasuk orang yang sangat hati-hati dalam memberikan pendapat baru, sehingga buku tersebut baru diterbitkan dua puluh tahun kemudian, yaitu tahun 1891.

Walaupun mereka melakukan penelitian secara terpisah, dari hasil penelitian masing-masing mereka mengemukakan hal yang sama. Di samping kesimpulan yang dihasilkan pun sama, bahwa secara teori nilai lebih (*surplus value*) Marx tidak mampu menyepakati bahwa teori marx tersebut tidak memberikan sumbangan apa pun dalam perkembangan teori ekonomi. Oleh karena itu, dapat diabaikan. Kesimpulan dari keempat tokoh neoklasik yang disebutkan di atas telah meruntuhkan seluruh bangunan teori sosialis yang dikembangkan Marx dan Engels, sekaligus menyelamatkan sistem liberal/kapitalis dari kemungkinankrisis sebagaimana diramal Marx.

Para pakar neo-klasik dalam membahas ramalan Marx menggunakan konsep analisis marginal (*Marginal Analysis*) atau *Marginal Revolution*. Pada intinya, konsep Neoklasik merupakan pengaplikasian kalkulus diferensial terhadap tingkah laku konsumen dan produsen, serta penentuan harga-harga di pasar. Teori ini telah lama digunakan dan dikembangkan Heindrich Gossen (1810-1858) dalam menjelaskan kepuasan (*utility*) dari pengkonsumsian sejenis barang. Menurutnya, kepuasan marginal (*Marginal Utility*) dari pengkonsumsian suatu macam barang akan semakin turun jika barang yang sama dikonsumsi semakin banyak (Hukum Gossen I). Dalam Hukum Gossen II, menjelaskan bahwa sumber daya dan dana yang tersedia selalu terbatas, secara relatif, untuk memenuhi berbagai kebutuhan yang relatif tidak terbatas. Karena pada masanya teori ini tidak mendapat perhatian lebih dari para ekonomnya, maka sekitar 40 tahun kemudian, Jevons, Menger, Bohm-Bawerk dan von Wieser (yang tergabung dalam Mazhab Austria) memberi pengakuan dan penghargaan atas karya Gossen tersebut. Sejak itulah konsep marginal ini sering diakui sebagai kontribusi utama dari mazhab Austria.

Salah satu pendiri mazhab ekonomi neoklasik yaitu Gossen. Ia telah memberi sumbangan dalam pemikiran ekonomi yang kemudian disebut sebagai Hukum Gossen I dan II. Hukum Gossen I menjelaskan

hubungan kuantitas barang yang dikonsumsi dan tingkat kepuasan yang diperoleh, sedangkan Hukum Gossen II, bagaimana konsumen mengalokasikan pendapatannya untuk berbagai jenis barang yang diperlukannya. Selain Gossen, Jevons, dan Menger juga mengembangkan teori nilai dari kepuasan marginal. Jevons berpendapat bahwa perilaku individu adalah yang berperan dalam menentukan nilai barang. Dan perbedaan *preferences* yang menimbulkan perbedaan harga. Sedangkan Menger menjelaskan teori nilai dari orde dari berbagai jenis barang, menurut dia nilai suatu barang ditentukan oleh tingkat kepuasan terendah yang dapat dipenuhinya. Dengan teori orde barang ini maka tercakup sekaligus teori distribusi.

Mazhab Neo-Klasik telah mengubah pandangan tentang ekonomi, baik dalam teori maupun dalam metodologinya. Teori nilai tidak lagi didasarkan pada nilai tenaga kerja atau biaya produksi tetapi telah beralih pada kepuasan marginal (*marginal utility*). Pendekatan ini merupakan pendekatan yang baru dalam teori ekonomi. Beralih pada kepuasan marginal (*marjinal utility*). Pendekatan ini merupakan pendekatan yang baru dalam teori ekonomi.

Salah satu pendiri mazhab neoklasik yaitu Gossen, dia telah memberikan sumbangan dalam pemikiran ekonomi yang kemudian disebut sebagai Hukum Gossen I dan II. Hukum Gossen I menjelaskan hubungan kuantitas

barang yang dikonsumsi dan tingkat kepuasan yang diperoleh, sedangkan Hukum Gossen II, bagaimana konsumen mengalokasikan pendapatannya untuk berbagai jenis barang yang diperlukannya. Selain Gossen, Jevons, dan Menger juga mengembangkan teori nilai dari kepuasan marjinal. Jevons berpendapat bahwa perilaku individu yang berperan dalam menentukan nilai barang. Dan perbedaan preferences yang menimbulkan perbedaan harga. Sedangkan Menger menjelaskan teori nilai dari orde berbagai jenis barang, menurut dia nilai suatu barang ditentukan oleh tingkat kepuasan terendah yang dapat dipenuhinya. Dengan teori orde barang ini maka tercakup sekaligus teori distribusi.

Pemikiran yang sangat mengagumkan yang disusun oleh Walras tentang teori keseimbangan umum melalui empat sistem yang serempak. Dalam sistem itu terjadi keterkaitan antara berbagai aktivitas ekonomi seperti teori produksi, konsumsi, dan distribusi. Asumsi yang digunakan Walras adalah persaingan sempurna, jumlah modal, tenaga kerja, dan lahan terbatas, sedangkan teknologi produksi dan selera konsumen tetap. Jika terjadi perubahan pada salah satu asumsi ini maka terjadi perubahan yang berkaitan dengan seluruh aktivitas ekonomi.

C. Pendidikan Ekonomi Informal: Membangun Peran Keluarga

Studi tentang keluarga dan hubungan mereka dengan pembelian dan konsumsi adalah penting, tetapi kerap diabaikan dalam analisis perilaku konsumen. Salah satu aspek terpenting dalam studi tentang keluarga adalah proses pendidikan ekonomi informal yang terjadi di dalam lingkungan keluarga dan keterkaitannya dengan perilaku konsumsinya. Hasil penelitian Hasan (2012 dan 2014) terkait karakteristik tenaga kerja industri kecil serta produktivitas dan elastisitas kesempatan kerja sektor industri menunjukkan bahwa pengetahuan serta pendidikan merupakan salah satu aspek yang sangat penting dalam menentukan perilaku ekonomi khususnya yang terkait dengan kesempatan kerja dan keputusan-keputusan ekonomi lainnya.

Tinggi rendahnya tingkat pendidikan kepala rumah tangga, akan berdampak pada proses pendidikan ekonomi informal yang terjadi di dalam keluarga, khususnya yang terkait dengan interaksi dan transformasi ekonomi yang meliputi penanaman konsep pendidikan ekonomi dalam keluarga dan pembentukan sikap serta perilaku ekonomi yang baik.

Sehubungan dengan hal tersebut, Soesilo (2007) menyatakan bahwa tingkat pendidikan dan kesempatan belajar tentang segala yang berkaitan dengan kehidupan dan hal-hal yang dihadapi dalam keseharian yang

diperoleh seseorang erat kaitannya dengan pola pikir rasionalnya yang akan sangat dibutuhkan baik dalam mengambil keputusan maupun pengembangan sikap terhadap aspek-aspek kehidupan lainnya.

Rendahnya pendidikan masyarakat khususnya kepala keluarga, secara tidak langsung akan mempengaruhi keadaan/kondisi keluarga, sebab hal tersebut yang terjadi lebih disebabkan kultural masyarakat itu sendiri. Pola pikir masyarakat miskin saling berkaitan dan saling mempengaruhi. Oleh sebab itu, pendidikan ekonomi secara informal di dalam keluarga merupakan hal yang sangat penting untuk dilakukan. Melalui pendidikan ekonomi di lingkungan keluarga secara intens, dapat membentuk manusia yang ekonomi (*homo economicus*) yang produktif dan ekonomis dalam pemanfaatan uang maupun sumberdaya lainnya. Melalui keluarga dapat dibentuk sikap yang diperlukan, agar anak kelak setelah mereka dewasa dan menjadi kepala keluarga memiliki ekonomi yang efektif dan efisien. Jelas bahwa pemahaman atas aktivitas produktif dan konsumtif kepala keluarga, bagi kepentingan pengembangan sikap yang dapat mendorong pencapaian efektifitas dan efisiensi atas aktivitas tersebut, dapat dilakukan melalui pendidikan ekonomi di lingkungan keluarga secara intens (Wahyono, 2001).

Selanjutnya dijelaskan bahwa proses pendidikan ekonomi di lingkungan keluarga dititik beratkan pada

pemahaman tentang nilai uang dan pemahaman sikap serta perilaku anak untuk mengatur pemanfaatan uang sesuai dengan prinsip ekonomi yang rasional, serta pendidikan ekonomi di lingkungan keluarga secara makro memiliki peran penting bagi pengembangan sumberdaya manusia dan memiliki dampak positif bagi kemajuan ekonomi, akan tetapi pada kenyataannya tidak semua kepala keluarga memiliki pengetahuan, wawasan, persepsi dan komitmen yang memadai atas pendidikan ekonomi di lingkungan keluarga.

Keluarga adalah kelompok yang terdiri dari dua atau lebih yang terdiri dari suami, istri, anak-anak (bila ada) yang berhubungan melalui darah, atau perkawinan dan tinggal bersama. Menurut Ayuningtyas (2014) keluarga merupakan lingkungan pendidikan pertama dan utama bagi anak. Kegiatan pendidikan informal yang dilakukan oleh keluarga berbentuk kegiatan belajar mandiri. Dalam mendidik anak-anak, sekolah melanjutkan pendidikan anak-anak yang telah dilakukan orang tua di rumah. Berhasil baik atau tidaknya pendidikan di sekolah bergantung pada pendidikan dalam keluarga. Anak mendapat rangsangan maupun hambatan dalam pertumbuhan dan perkembangan, mulai mengenal masyarakat sekitarnya, mempelajari norma dan aturan-aturan permainan hidup dalam masyarakat dari orang tua. Anak tidak saja mengenal tetapi dilatih menghargai dan mengikuti norma-norma dan aturan hidup

bermasyarakat lewat kehidupan keluarga (Wardani, 2002).

Dari berbagai aspek yang tercakup dalam pendidikan anak di lingkungan keluarga, aspek ekonomi memiliki pengaruh yang besar pada proses pendewasaan anak menuju yang mandiri (Wahyono, 2001). Anak-anak yang tidak diajari kebiasaan dan sikap yang sehat mengenai uang maka akan terjadi (Lermitte, 2004): (1) Ketergantungan finansial anak. Anak-anak bisa menjadi orang yang tidak bertanggung jawab secara finansial karena kemungkinan dapat menghabiskan seluruh pendapatan sehingga tidak bisa menabung maupun terbelit utang, (2) Nilai-nilai yang merusak. Dalam dunia masa kini yang kompleks, berorientasi pada konsumen yang akan mempunyai pengaruh terhadap penggunaan uang sehingga dapat menimbulkan hal yang tidak realistis yaitu hanya mengikuti trend mutakhir tanpa memperhatikan kemampuan. (3) Perangkap hutang. Kebiasaan buruk dalam masalah keuangan bisa mengakibatkan seseorang terbelit hutang karena tergiur budaya kredit dan konsumerisme masyarakat.

Dari hasil penelitian lapangan Vito (2013) menyimpulkan bahwa pendidikan ekonomi sudah diajarkan sejak dini dalam lingkungan keluarga, misalnya saja seorang anak sudah diajarkan bagaimana caranya untuk berhemat dalam menggunakan uang yang di milikinya, selanjutnya anak juga di ajarkan oleh orang tua

untuk menabung, kemudian anak juga diajarkan oleh orang tuanya cara memenuhi kebutuhannya sendiri.

Proses pendidikan ekonomi di lingkungan keluarga, seperti halnya pendidikan untuk aspek-aspek yang lain, biasanya tidak terprogram dan terjadwal, sehingga berlangsungnya bisa terjadi setiap saat, dan mungkin bersifat insidental. Dalam proses yang demikian, keteladanan dan sikap keseharian orang tua serta intensitas komunikasi antara anak dan orang tua dalam kehidupan keluarga, memiliki peranan yang penting bagi pendidikan ekonomi. Selain itu, karena dalam kehidupan ekonomi sehari-hari tidak terlepas dari masalah uang, biasanya pendidikan ekonomi di lingkungan keluarga dititik beratkan pada pemahaman tentang nilai uang dan tanaman sikap serta perilaku anak untuk mengatur pemanfaatan uang sesuai dengan prinsip ekonomi yang rasional (Wahyono, 2001).

Internalisasi pengalaman berekonomi di keluarga bisa ditanamkan kepada anak dengan membiasakan dan bersikap yang sehat terhadap uang karena dengan pendidikan pengelolaan uang, maka ada beberapa hal positif terkait dengan membelanjakan, menabung, maupun menginvestasikan uang dengan benar (Lermitte, 2004). Menurut Wahyono (2001) bila disadari oleh orang tua ada sikap dan tindakan terhadap uang yang dapat menyebabkan anak memperoleh persepsi yang salah, sebaiknya segera didiskusikan dengan anak untuk

meluruskannya. Di samping itu orang tua perlu memanfaatkan setiap momen yang berkaitan dengan kegiatan ekonomi untuk membelajarkan anak tentang tidak mudahnya cara untuk mendapatkan uang dan langkah-langkah yang tepat untuk memanfaatkannya. Proses pembelajaran tersebut akan makin bermakna bila anak-anak diberi kesempatan untuk mempraktekkannya. Bagi anak-anak dari keluarga yang kurang mampu, dan harus bekerja untuk membantu orang tua mencukupi kebutuhannya, penanaman kesadaran akan sulitnya cara untuk mendapatkan uang mungkin lebih mudah dilakukan, karena mereka mengalaminya sendiri. Akan tetapi bagi keluarga yang mampu, dan anak-anak hanya tau cara memanfaatkan uang, perlu diyakinkan kepada mereka bahwa orang tua perlu bekerja keras untuk mendapatkan uang dan melibatkan dalam pembicaraan mengenai kondisi keuangan keluarga.

Orang yang mempunyai tingkat pendidikan rendah tentu saja mempunyai perbedaan dalam hal mendidik anak tentang ekonomi bila dibandingkan orang yang berpendidikan tinggi. Tingkat pendidikan orang tua dianggap sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi pola pikir anak. Tingkat pendidikan orang tua akan menentukan cara orang tua dalam membimbing dan mengarahkan anaknya. Tingkat pendidikan orang tua yang rendah akan cenderung sempit wawasannya terhadap pendidikan, sedangkan tingkat pendidikan

orang tua yang tinggi akan lebih luas wawasannya terhadap pendidikan. Berdasarkan hal tersebut juga dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan dan proses pendidikan ekonomi secara informal yang terjadi dalam lingkungan keluarga akan sangat berdampak terhadap pola pikir dan perilaku ekonomi rumah tangga, khususnya yang terkait dengan perilaku konsumsi.

Dari deskripsi di atas, terlihat bahwa pendidikan ekonomi informal di dalam keluarga sangat penting untuk dilakukan sebagai upaya untuk membentuk perilaku ekonomi yang baik di dalam keluarga. Kajian tersebut penting untuk dilakukan karena saat ini keberadaan keluarga dan rumah tangga sangat mempengaruhi pola dan perilaku konsumen seseorang. Hal ini didasarkan pada gaya hidup keluarga maupun rumah tangga tersebut. Semakin tinggi derajat dari keluarga tersebut, maka makin tinggi pula tingkat perilaku konsumen mereka. Keputusan memilih tersebut, salah satunya sangat ditentukan oleh pendidikan ekonomi informal yang berlangsung di dalam lingkungan keluarga.

Pendidikan ekonomi di dalam lingkungan keluarga merupakan bagian dari pendidikan informal yang biasanya dilaksanakan secara tidak terprogram, sehingga keberlangsungannya bisa terjadi setiap saat. Pendidikan di dalam keluarga menurut Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang sistem pendidikan nasional adalah termasuk jalur informal. Kegiatan pendidikan informal

yang dilakukan keluarga dan lingkungan berbentuk kegiatan belajar secara mandiri. Bentuk dari pendidikan ekonomi keluarga meliputi pembiasaan, keteladanan, dan penjelasan pada setiap aktivitas ekonomi. Proses pendidikan ekonomi di lingkungan keluarga dititik beratkan pada pemahaman konsep pendidikan dalam keluarga.

Pendidikan ekonomi di lingkungan keluarga lebih bersifat pembiasaan, maka prosesnya lebih banyak menuntut keteladanan dan pengalaman nyata dalam kehidupan sehari-hari. Dengan pembiasaan, keteladanan, dan penjelasan akan membentuk pola sikap dan pola tindak sebagai wujud dari perilaku dalam hal berkonsumsi. Terdapat beberapa karakteristik yang menunjukkan adanya proses penanaman konsep pendidikan ekonomi dan pembentukan perilaku ekonomi dalam rumah tangga.

Karakteristik tersebut terlihat dari adanya kepercayaan orang tua kepada anak untuk mengelola atau melanjutkan usaha. Hal tersebut menunjukkan bahwa di dalam keluarga cenderung menunjukkan telah terjadi proses transformasi kewirausahaan dari orang tua kepada anak. Hal lain yang menjadi karakteristik pendidikan ekonomi informal di dalam keluarga adalah telah terjadi proses komunikasi antar anggota keluarga dalam hal penggunaan anggaran keluarga. Hal tersebut terlihat dari orang tua yang mengajak anak dan anggota

keluarga lainnya untuk berbelanja, serta mengkomunikasikan pengeluaran berbelanja tersebut kepada anggota keluarga, sehingga dalam proses tersebut cenderung terjadi proses internalisasi perilaku ekonomi dari orang tua kepada anak, khususnya dalam hal penggunaan anggaran.

Dalam proses komunikasi, metode pendidikan ekonomi yang diterapkan di keluarga mencerminkan adanya proses keteladanan dari orang tua kepada anak. Beberapa orang tua masih mengkomunikasikan pendapatan keluarga baik kepada istri atau suami maupun kepada anaknya dalam bentuk lisan atau tidak tertulis. Dalam perkembangan anak proses identifikasi sudah mulai timbul sejak anak berusia 3–5 tahun. Pada saat ini anak cenderung menjadikan ibu yang merupakan orang yang dapat memenuhi segala kebutuhannya maupun orang yang paling dekat dengan dirinya, sebagai “model” atau teladan bagi sikap maupun perilakunya. Anak akan mengambil, kemudian memiliki nilai-nilai, sikap maupun perilaku ibu. Dari sini jelas bahwa perkembangan kepribadian anak bermula dari keluarga, dengan cara anak mengambil nilai-nilai yang ditanamkan orang tua baik secara sadar maupun tidak sadar. Dalam hal ini hendaknya orang tua harus dapat menjadi contoh yang positif bagi anak-anaknya. Anak akan mengambil nilai-nilai, sikap maupun perilaku orang tua, tidak hanya apa yang secara sadar diberikan pada anaknya misal

melalui nasehat-nasehat, tetapi juga dari perilaku orang tua yang tidak disadari. Pendidikan ekonomi secara tidak langsung adalah berupa contoh kehidupan sehari-hari baik tutur kata sampai kepada adat kebiasaan pola hidup, hubungan antara orang tua dan keluarga, masyarakat, hubungan suami istri, semua ini secara tidak sengaja membentuk situasi dimana anak selalu bercermin terhadap kehidupan sehari-hari dari orang tuanya.

Lingkungan keluarga yang kondusif sangat menentukan optimalisasi perkembangan pribadi, moral, kemampuan bersosialisasi, penyesuaian diri, kecerdasan, kreativitas juga peningkatan kapasitas diri menuju batas-batas kebaikan dan kesempurnaan menjadi manusia. Adanya pendidikan ekonomi di sebuah keluarga petani miskin tentunya akan mendidik anggota keluarga untuk menumbuhkan nilai-nilai dalam diri yakni tanggung jawab, amanah, kejujuran, disiplin, dan ikhlas, serta rajin. Proses pendidikan ekonomi yang terjadi pada keluarga, sebagaimana Kartono (1997) menjelaskan bahwa nilai-nilai pendidikan itu pada dasarnya tidak bisa dipikulkan kepada orang lain sebab guru dan pemimpin umat umumnya, memikul tanggungjawab pendidikan hanyalah keikutsertaan. Dengan demikian praktik ekonomi keluarga (pendidikan ekonomi informal) bukan saja untuk sekedar mengelola keuangan keluarga tapi yang lebih penting adalah untuk membentuk perilaku anggota keluarga, sehingga dari sebuah keluarga dapat

menghasilkan generasi penerus bangsa, negara dan agama yang memiliki karakter yang kuat dan senantiasa menyebarkan nilai-nilai kebaikan kepada lingkungan tempat mereka berada.

D. Penutup

Pandemi Covid-19 menjadi masalah besar yang mengejutkan semua pihak. Dampaknya menyentuh semua lapisan masyarakat. Sektor terdampak pun sangat luas meliputi formal dan informal, golongan kaya maupun miskin. Bahkan dampak ekonominya mengancam dunia dengan resesi dan inflasi. Namun demikian, harapan tentu harus tetap dibangun, khususnya dalam membangun literasi ekonomi keluarga di masa Pandemi Covid-19.

Keluarga adalah unit terkecil dari masyarakat yang terdiri atas kepala keluarga serta beberapa orang yang berkumpul dan tinggal di satu atap dalam keadaan saling bergantung. Fungsi esensial keluarga menjadi sangat terasa dan lebih terasa di masa *physical distancing*. Di saat semua orang sangat dibatasi keluar rumah, kehadiran keluarga menjadi solusi bagi pemenuhan kebutuhan dasar sebagai makhluk sosial, termasuk dalam hal internalisasi nilai-nilai ekonomi melalui pendidikan ekonomi. Keharmonisan keluarga menjadi salah satu cara untuk mengurangi stress dan tetap dalam zona kebahagiaan, khususnya di masa pandemic Covid-

19. Hal ini sejalan dengan fungsi-fungsi utama keluarga yaitu fungsi keagamaan, sosial budaya, cinta dan kasih sayang, perlindungan, reproduksi, sosialisasi dan pendidikan, ekonomi, dan pembinaan lingkungan.

E. Daftar Pustaka

- Ayuningtyas. T. 2014. *Pengaruh Pendidikan Ekonomi di Keluarga, Pembelajaran Ekonomi di Sekolah terhadap Perilaku Konsumsi yang Dimediasi Oleh Prestasi Belajar*. Tesis Tidak Diterbitkan. Malang: PPS UM.
- BPS Kota Makassar. 2010. *Makassar dalam Angka 2010*. Makassar: Badan Pusat Statistik.
- . 2013. *Makassar dalam Angka 2013*. Makassar: Badan Pusat Statistik.
- Donthu, N., Gustafsson, A. 2020. Effects of COVID-19 on Business and Research. *Journal of Business Research*. 117(September), 284-289.
- Hasan, Muhammad. 2012. Karakteristik Tenaga Kerja Industri Kecil. *Jurnal Ekonomi Pembangunan dan Pertanian Volume 2, No. 1 November 2012 ISSN 2252-4678*. Makassar: Program Studi Ekonomi Pembangunan FE UNM.
- . 2014. Produktivitas dan Elastisitas Kesempatan Kerja Sektor Industri. *Jurnal Economix Volume 2, No. 1 Desember 2014 ISSN 2302-6286*. Makassar: Fakultas Ekonomi UNM.
- Kartono, K. 1997. *Pengantar Metodologi Riset Sosial*. Bandung: Mandar Maju.
- Kraus, S., Clauss, T., Breier, M., Gast, J., Zardini, A., & Tiberius, V. 2020. The Economics of Covid-19: Initial Empirical Evidence on How Family Firms in Five European Countries Cope with the Corona Crisis. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 26(5), 1067-1092.

- Lenzen, M., Li, M., Malik, A., Pomponi, F., Sun, Y-Y., Wiedmann, T. 2020. Global Socio-economic Losses and Environmental Gains from the Coronavirus Pandemic. *PLoS ONE* 15(7): e0235654.
- Lermitte. P. W. Merritt. J. 2004. *Making Allowance System, Agar Anak Pandai Mengelola Uang*. Terjemahan Lina Bundaran. Jakarta; PT Gramedia Pustaka Utama.
- Liguori, E. W., Pittz, T. G. 2020. Strategies for Small Business: Surviving and Thriving in the era of Covid-19. *Journal of the International Council for Small Business*, 1(2), 106-110.
- Mehta, S., Saxena, T., & Purohit, N. 2020. The New Consumer Behaviour Paradigm amid COVID-19: Permanent or Transient? *Journal of Health Management*, 22(2), 291-301.
- Riduwan. 2005. *Metode dan Teknik Menyusun Tesis, Cetakan Ketiga*. Bandung: Alfabeta.
- Siswoyo, B. B. 2005. *Perilaku Organisa- sional Anggota Koperasi dan Pengaruhnya terhadap Partisipasi Anggota serta manfaat yang diperoleh Anggota Koperasi, Disertasi tidak diterbitkan*. Malang: PPS Universitas Brawijaya Malang.
- Sitorus, M. T. F. 1994. Peranan Ekonomi Dalam Rumah tangga Nelayan Miskin di Pedesaan Indonesia. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Volume 21 No.8*: Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Vito, Ishak. 2013. Pengaruh Pendidikan Ekonomi di Lingkungan Keluarga Terhadap Rasionalitas Ekonomi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Tanjungpura. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Volume 2 No. 6 Juni 2013*.
- Wahyono. 2001. *Pengaruh Pengetahuan Ekonomi Kepala Keluarga terhadap Intensitas Pendidikan Ekonomi di Lingkungan Keluarga, Disertasi Tidak Diterbitkan*. Malang: Program Pascasarjana Universitas Negeri Malang.

Wardani, L. 2012. *Hubungan Status Sosial Ekonomi Orang Tua dengan Prestasi Belajar Biologi Siswa Kelas XI IPA SMA Negeri 20 Medan*. Tesis Tidak Diterbitkan. Medan: Universitas Negeri Medan.

BAB 5

Pendidikan Ekonomi, Literasi Ekonomi, dan Pembangunan Ekonomi: Membangun Budaya Kewirausahaan di Era Adaptasi Baru

Oleh:

Muhammad Azis, Fajriani Azis

A. Kewirausahaan dan Pembangunan Ekonomi

Jumlah wirausaha menjadi salah satu penentu negara menjadi maju. Saat ini jumlah wirausaha di Indonesia masih jauh di bawah negara tetangga, seperti Singapura dan Malaysia. Menurut Bank Dunia (2018), syarat suatu negara memiliki perekonomian yang baik dan maju adalah minimal 4 persen warganya berwirausaha. Indonesia hingga kini baru memiliki 3,3 persen, Singapura 7 persen, dan Malaysia 5 persen. Melalui fenomena awal tersebut, bab ini akan menjelaskan model konseptual awal yang dibangun untuk memberikan penjelasan terkait kewirausahaan dan pembangunan ekonomi.

Schumpeter (1950; 1961) mendefinisikan pengusaha sebagai koordinator kegiatan produksi dan agen perubahan, sehingga dengan demikian, menurut Schumpeter pengusaha merupakan inovator dalam

perekonomian. Para ahli ekonomi pada awalnya memiliki pandangan yang sama tentang kewirausahaan, yaitu tidak menganggap kewirausahaan sebagai hal yang sangat penting dalam tahap awal pembangunan ekonomi, mereka melihat kontribusi kewirausahaan menjadi jauh lebih penting pada tahap perkembangan selanjutnya, dimana pertumbuhan ekonomi didorong oleh pengetahuan dan persaingan. Pada tahap awal pembangunan ekonomi, kewirausahaan mungkin memainkan peran yang kurang menonjol karena pertumbuhan sebagian besar didorong oleh akumulasi faktor produksi (Acs & Naude, 2013).

Salah satu kontribusi penting ekonomi pembangunan jika dikaitkan dengan proses kewirausahaan adalah model ekonomi ganda (model dual sektor), yang diilhami oleh Lewis (1954). Model ini digunakan untuk menjelaskan transformasi struktural yang terjadi pada negara-negara terbelakang. Gries dan Naudé (2010; 2011) memperluas kajian model ekonomi ganda Lewis tersebut, antara sektor tradisional dan modern dengan fondasi mikro untuk mengoptimalkan keterkaitan antara rumah tangga, perusahaan dan pasar tenaga kerja. Mereka juga membedakan antara pengusaha dewasa dan pemula, antara perusahaan besar dan perusahaan kecil, dan antara kebutuhan dan kewirausahaan yang didorong oleh peluang. Dalam model mereka, transformasi dari ekonomi tradisional berpenghasilan rendah ke ekonomi modern yang

melibatkan perubahan signifikan pada metode produksi, proses perubahan dimana pengusaha memberikan peran penting, termasuk menyediakan input perantara yang inovatif, memungkinkan spesialisasi dan meningkatkan produktivitas dan lapangan kerja.

Model perubahan struktural kewirausahaan Gries-Naudé juga dibangun atas asumsi bahwa pengusahalah yang memicu investasi di sektor modern begitu mereka merasakan peluang yang menguntungkan dan memfasilitasi alokasi ulang faktor-faktor produksi dari tradisional ke sektor modern. Peretto (1999) juga memberikan model pertumbuhan endogen yang dimodifikasi. Model tersebut menyiratkan transformasi struktural jangka panjang tergantung pada sejauh mana suatu ekonomi dapat melakukan transisi dari jalur pertumbuhan yang didorong oleh akumulasi modal ke jalur pertumbuhan yang didorong oleh akumulasi pengetahuan, yaitu ekonomi yang didorong oleh inovasi.

Sehubungan dengan hal tersebut, timbul sebuah pertanyaan elementer yang menarik untuk Kita kaji bersama, yaitu bagaimanakah konteks kewirausahaan di era ekonomi berbasis pengetahuan?

B. Kewirausahaan di Era Ekonomi Berbasis Pengetahuan

Terkait dengan era ekonomi berbasis pengetahuan, saat ini Kita tengah memasuki era revolusi industri 4.0, yaitu era dimana dunia industri digital telah menjadi

suatu paradigma dan acuan dalam tatanan kehidupan saat ini. Era revolusi industri 4.0 hadir bersamaan dengan era disrupsi. Untuk menghadapi revolusi industri 4.0 atau era disrupsi diperlukan literasi baru selain literasi lama. Literasi lama yang ada saat ini digunakan sebagai modal untuk berkiprah di kehidupan masyarakat.

Literasi merupakan kemampuan membaca dan menulis. Perkembangan literasi menjadi sangat penting diperhatikan, karena literasi merupakan kemampuan awal yang harus dimiliki oleh setiap individu untuk menjalani hidup di masa yang akan datang. Literasi lama mencakup kompetensi calistung (baca, tulis, dan hitung), sedangkan literasi baru mencakup literasi data, literasi teknologi dan literasi manusia. Literasi data terkait dengan kemampuan membaca, menganalisis dan membuat konklusi berpikir berdasarkan data dan informasi (*big data*) yang diperoleh. Literasi teknologi terkait dengan kemampuan memahami cara kerja mesin, aplikasi teknologi dan bekerja berbasis produk teknologi untuk mendapatkan hasil maksimal. Literasi manusia terkait dengan kemampuan komunikasi, kolaborasi, berpikir kritis, kreatif dan inovatif.

Ekonomi berbasis pengetahuan, atau *knowledge economy*, didasarkan atas produksi, diseminasi dan penggunaan ilmu pengetahuan untuk meningkatkan pertumbuhan dan pembangunan. Teori sumber daya manusia, atau juga dikenal sebagai *human capital theory*, menempatkan ilmu pengetahuan sebagai inti dari proses

pembangunan. Kini, di dunia yang didorong oleh teknologi, kecepatan dari penciptaan dan diseminasi ilmu pengetahuan membuatnya semakin penting untuk pertumbuhan ekonomi dibandingkan lima puluh tahun yang lalu (Hasan & Azis, 2018).

Jika dikaitkan antara proses kewirausahaan dan ekonomi berbasis pengetahuan, seorang wirausaha berperan baik secara internal maupun eksternal. Secara internal seorang wirausaha berperan dalam mengurangi tingkat kebergantungan terhadap orang lain, meningkatkan kepercayaan diri, serta meningkatkan daya beli pelakunya. Secara eksternal, seorang wirausaha berperan dalam menyediakan lapangan kerja bagi para pencari kerja. Dengan terserapnya tenaga kerja oleh kesempatan kerja yang disediakan oleh seorang wirausaha, tingkat pengangguran secara nasional menjadi berkurang. Tingkat pengangguran berdampak terhadap naiknya pendapatan perkapita dan daya beli masyarakat, serta tumbuhnya perekonomian secara nasional. Selain itu, berdampak pula terhadap menurunnya tingkat kriminalitas yang biasanya ditimbulkan oleh karena tingginya pengangguran.

Seorang yang mengaplikasikan konsep dari kewirausahaan akan bekerja dengan independen dan menciptakan lapangan kerja sendiri dengan menjalankan usahanya berdasarkan idenya sendiri, dan menggunakan sumber daya yang tersedia secara kreatif dan inovatif. Sifat kewirausahaan, itu sendiri muncul ketika seseorang

berani mengembangkan ide-idenya dengan usaha-usaha tertentu (Syam, 2007).

Era revolusi industri 4.0 dan konektivitas mengubah cara bertukar informasi, berdagang, dan konsumsi dari produk-produk budaya dan teknologi dari berbagai tempat di dunia. Dunia menjadi tempat yang sangat dinamis dan kompleks sehingga kreativitas dan pengetahuan menjadi suatu aset yang tak ternilai dalam kompetisi dan pengembangan ekonomi. Kreatifitas memang sangatlah penting dan diperlukan bagi orang yang memiliki jiwa kewirausahaan. Kreatifitas itu jugalah yang menjadi dasar fenomena munculnya konsep ekonomi kreatif yang sekarang ini juga marak disosialisasikan, bersamaan dengan pendidikan kewirausahaan pada masyarakat Indonesia.

Ekonomi kreatif adalah sebuah konsep yang menempatkan kreativitas dan pengetahuan sebagai aset utama dalam menggerakkan ekonomi. Ekonomi Kreatif menjadi era ekonomi baru dimana informasi, pengetahuan dan kreativitas menjadi faktor produksi utama bagi negara. Ini juga sebagai dampak dari struktur perekonomian dunia yang mengalami percepatan transformasi teknologi seiring dengan perubahan pola produksi dan konsumsi. Kunci utama tercapainya ekonomi kreatif terletak pada kualitas sumber daya manusia, tak terlepas juga dari berbagai faktor pendukung.

Seiring peningkatan penguasaan IPTEK, sumber daya perlu diselaraskan dengan tuntutan dunia terhadap karya kreatif. Era digital memungkinkan hubungan orang-orang kreatif lintas bangsa dan budaya, kondisi ini akan menciptakan keberagaman kreativitas. Ruang publik juga dapat menjadi wadah berekspresi, merupakan kondisi ideal untuk mengeluarkan segala potensi kreativitas yang patut diakui dan dilindungi oleh negara. Namun kreativitas harus didasari dengan pemahaman akan nilai, agar dapat menyadari sisi positif dan negatif, tidak hanya sekedar berkarya.

Industri kreatif berbasis ide, kreativitas dan pengetahuan, yang bila semakin dieksploitasi atau dieksplorasi maka tidak akan pernah habis, bahkan akan semakin hebat dan akurat. Oleh karena itu, industri kreatif merupakan sumber daya terbarukan untuk menciptakan ekonomi kreatif dapat diwujudkan melalui wirausaha, usaha dan produk kreatif yang mengandalkan kemampuan (*skill*), pengetahuan (*knowledge*) serta sikap dan perilaku (*attitude*) (Syam et al., 2018).

C. Budaya Literasi dan Budaya Kewirausahaan

Wirausaha yang mengandalkan kemampuan (*skill*), pengetahuan (*knowledge*) serta sikap dan perilaku (*attitude*) haruslah memiliki literasi ekonomi yang baik. Literasi ekonomi menjadi salah satu pilihan yang wajib dimiliki oleh seseorang. Individu juga perlu memiliki tingkat literasi yang tinggi agar dapat mewujudkan tujuan

utama dalam berekonomi, yakni memperoleh kesejahteraan. Literasi ekonomi yang tinggi secara umum dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Namun faktanya, tidak semua orang memiliki literasi ekonomi yang cukup mampu untuk membuat keputusan yang tepat dan cerdas.

Budaya literasi membuat seorang manusia melek informasi dan teknologi. Di abad informasi ini, ada slogan yang mengatakan bahwa siapa yang menguasai informasi, maka dia yang akan menguasai dunia. Oleh karena itu, informasi bukan hanya ditunggu tetapi harus dijemput. Literasi pada berbagai bidang akan melahirkan keberpahaman, kreativitas, dan inovasi baru yang akan bermanfaat dalam kehidupan. Bukan hanya memperbaharui atau meningkatkan kualitas produk lama, tetapi juga bisa menghasilkan produk baru.

Budaya literasi juga akan membuat seseorang tanggap terhadap peluang-peluang baru. Munculnya ekonomi kreatif dan usaha-usaha baru merupakan alternatif untuk menciptakan lapangan pekerjaan. Dengan adanya internet, banyak usaha yang sudah dilakukan secara online. Walau demikian, usaha yang dilakukan secara online, dianggap sebagai ancaman bagi usaha-usaha konvensional yang sulit bersaing. Perkembangan teknologi memang tidak dapat dipungkiri akan menyebabkan berkurangnya kebutuhan tenaga manusia dan punahnya usaha-usaha konvensional dan sulit mengubah pola pikir dan strategi usahanya. Budaya

literasi bukan hanya sekedar kegiatan membaca atau menulis saja, tetapi bisa menjadi dasar untuk membangun atau menumbuhkan jiwa kewirausahaan kepada setiap orang.

Jenis literasi pertama yang harus dikuasai saat ini adalah literasi digital. Di era yang serba modern dan saling terhubung ini, mustahil untuk berkembang tanpa mengandalkan ragam *platform* digital. Gilster (1997), mengemukakan bahwa literasi digital berarti kemampuan untuk memahami dan menggunakan informasi dalam berbagai bentuk dari berbagai sumber yang sangat luas yang diakses melalui piranti komputer, sedangkan Bawden (2001), mengaitkan literasi digital dengan keterampilan teknis mengakses, merangkai, memahami, dan menyebarkan informasi. Dari dua ahli ini, bisa Kita simpulkan bahwa literasi digital bisa dimaknai sebagai kemampuan untuk memahami, mengakses, menggunakan, dan menyebarkan informasi dari dan melalui piranti komputer.

Terkait dengan literasi digital tersebut, marilah Kita melihat berapa banyak penjual makanan yang omzetnya naik berkali lipat semenjak mereka bergabung ke Go-Food atau pun GrabFood. Padahal mereka tidak merubah produknya, tidak menambah menu, tidak pula menciptakan menu inovatif. Hal yang mereka lakukan hanyalah menempatkan produk terbaik mereka di dua platform digital yang paling banyak digunakan oleh

konsumen. Inilah manfaat nyata yang bisa didapatkan begitu menguasai literasi digital.

Jenis literasi kedua yang harus dikuasai saat ini adalah literasi data. Data menjadi hal penting dalam menjalankan bisnis karena data merupakan pijakan dasar dalam mengambil keputusan. Secara definisi, literasi data adalah kemampuan untuk membaca, menganalisa, dan membuat keputusan berdasarkan data dan informasi yang diperoleh. Informasi ini pun bisa dikumpulkan dari berbagai sumber.

Literasi ketiga adalah literasi manusia. Pada literasi ini, sumber daya manusia menjadi fokus utama. Perlu dipahami, bahwa teknologi hanyalah alat untuk mempermudah kehidupan manusia. Teknologi bukanlah sebuah kepastian yang harus diandalkan terus menerus. Bila dependensi manusia terhadap teknologi terlalu tinggi, maka habislah kemampuan manusia untuk berkembang. Idealnya, teknologi canggih tidak boleh seratus persen menggantikan peran manusia. Ada beberapa hal yang sulit untuk dikuantifikasi, sehingga butuh nurani manusia dalam pengambilan keputusan.

D. Pendidikan Ekonomi dan Budaya Kewirausahaan: Mengintegrasikan Literasi Baru ke dalam Pendidikan Kewirausahaan

Tugas dunia pendidikan saat ini melalui proses pembelajarannya bukan hanya menekankan pada penguatan kompetensi literasi lama, tetapi secara

stimulan mengokohkan pada penguatan literasi baru yang menyatu dalam penguatan kompetensi bidang keilmuan dan keahlian atau profesi. Dengan demikian perlu adanya reorientasi baru dalam penyelenggaraan pendidikan, baik pada pendidikan dasar, menengah dan tinggi. Agar dunia pendidikan tetap memiliki daya relevansi yang tinggi dalam era revolusi industri 4.0 atau era disrupsi, para pendidik (guru dan dosen) dalam proses pembelajaran perlu mengintegrasikan capaian pembelajaran tiga bidang secara simultan dan terpadu, yaitu capaian bidang literasi lama, literasi baru, dan literasi keilmuan. Bila tidak kemungkinan lulusannya akan mengalami ileterasi.

Mahasiswa dituntut tidak hanya memahami literasi lama seperti membaca dan menulis. Di era Revolusi Industri 4.0, ada tiga literasi baru yang wajib dikuasai. Ketiga literasi tersebut adalah literasi data, literasi teknologi, dan literasi manusia. Tantangan untuk menguasai suatu keahlian di masa depansangatlah berat. Maka selain membaca, tulis, dan matematika, ketiga literasi baru itu pun wajib diajarkan kepada pembelajar.

Literasi baru tersebut perlu diintegrasikan dengan pendidikan kewirausahaan pada berbagai jenjang, baik formal, nonformal, dan informal (Hasan et al., 2019). Pendidikan kewirausahaan diartikan sebagai isi, metode, dan aktivitas yang mendukung pengembangan motivasi, kompetensi, dan pengalaman yang membuatnya memungkinkan untuk menerapkan, mengelola, dan berpartisipasi dalam proses pemberian nilai tambah

(Rasmussen, Moberg, & Revsbech, 2015). Pendidikan kewirausahaan yang mencakup isi, metode, dan aktivitas ditujukan untuk memberikan/mengembangkan pengetahuan, pola pikir, sikap, motivasi, keterampilan, dan pengalaman kewirausahaan, sedangkan tujuan pendidikan kewirausahaan untuk universitas adalah bekerja dengan orang lain, pengembangan berbagai bentuk bisnis, kompetensi pribadi, kepekaan sosial, kepercayaan diri, empati, berpikir kritis, pengambilan keputusan, dan orientasi tindakan (Čapienė & Ragauskaitė, 2017). Konten aktif dalam pendidikan kewirausahaan bagi lulusan untuk mendapatkan pengetahuan, keterampilan dan kompetensi serta niat positif menuju memulai bisnis melalui pengalaman (Williamson, Beadle, & Charalambous, 2013). Dalam pendidikan kewirausahaan, metode yang direkomendasikan adalah metode belajar berbasis pengalaman atau tindakan seperti simulasi, kunjungan/eksplorasi perusahaan, menulis rencana bisnis (Weber & Funke, 2012). Di samping itu juga dapat melakukan sesuatu yang praktis dan kesempatan untuk mempertanyakan, menyelidiki, berbicara, dan berdiskusi dengan para wirausahawan, memberikan pengetahuan dan keterampilan serta menstimulasi sikap (Arasti, Mansoreh, & Imanipour, 2012). Untuk melatih dan atau mengembangkan kreativitas, dapat dilakukan melalui pembentukan pribadi kreatif, motivasi pendorong kreativitas, proses kreativitas, dan produk kreatif.

Pendidikan kewirausahaan penting untuk menciptakan SDM yang memiliki kecakapan kreatif dan inovatif serta kecakapan sosial lainnya (Azis et al., 2018). Menurut Bourgeois (2012), pendidikan kewirausahaan sangat penting tidak hanya untuk membentuk pola pikir kaum muda, tetapi juga untuk memberikan keterampilan dan pengetahuan yang penting untuk mengembangkan budaya kewirausahaan. Selain itu, pentingnya pendidikan kewirausahaan bagi penyiapan SDM di era industri 4.0 juga karena alasan adanya peningkatan digitalisasi manufaktur yang didorong oleh munculnya analisis, kemampuan, dan kecerdasan bisnis (Lee, Lapira, Bagheri, & Kao, 2013). Untuk dapat memenuhi kebutuhan itu, maka pendidikan kewirausahaan harus dapat dilaksanakan secara kolaboratif antar berbagai pihak baik dalam bentuk pelatihan maupun pendidikan. Pendidikan kewirausahaan tidak hanya penting bagi perguruan tinggi tetapi dipersiapkan sejak pendidikan dasar bahkan sejak pendidikan usia dini (Azis et al., 2018).

E. Penutup

Pada era industri 4.0, tugas pekerjaan yang bersifat manual berulang sederhana akan digantikan oleh robot dan mesin, tenaga kerja (manusia) akan mengambil alih tugas yang terkait dengan manajemen, oleh karenanya memerlukan keterampilan pribadi yang lebih kuat seperti komunikasi, koordinasi, dan keterampilan lunak lainnya untuk mengambil alih tanggung jawab dan pengambilan

keputusan (Haeffner & Panuwatwanich, 2018). Terdapat beberapa kompetensi yang dibutuhkan untuk mempersiapkan era industri 4.0 di antaranya adalah kemampuan memecahkan masalah (*problem solving*), beradaptasi (*adaptability*), kolaborasi (*collaboration*), kepemimpinan (*leadership*), dan kreatifitas serta inovasi (*creativity and innovation*). Kecakapan era 4.0 adalah kemampuannya dalam menangani persoalan yang kompleks melalui kecakapan non-rutin dan kecakapan sosial. Terdapat lima kemampuan yang harus dimiliki generasi muda dalam rangka menghadapi revolusi industri keempat ialah kemampuan berpikir kritis, kreatif dan inovatif, kemampuan berkomunikasi, kemampuan bekerja sama, dan percaya diri, sebagai modal yang sangat dibutuhkan untuk bisa masuk abad 21 dan menguasai serta bergaul dalam revolusi industri 4.0. Untuk memenuhi tuntutan kompetensi era industri 4.0 maka diperlukan literasi baru dengan kemampuan komunikasi, kolaborasi, berpikir kritis, kreatif dan inovatif.

Bila disimak, dapat dengan jelas diketahui bahwa kemampuan yang dituntut dari era industri 4.0 (antara lain berupa kemampuan berpikir kritis, kreatif dan inovatif, berkomunikasi, bekerja sama, percaya diri, berkoordinasi, tanggung jawab, mengambil keputusan, memecahkan masalah, beradaptasi, dan kepemimpinan) merupakan nilai-nilai pokok atau jiwa dan sikap kewirausahaan yang dihasilkan dari pendidikan kewirausahaan. Artinya bahwa pendidikan

kewirausahaan dapat menjadi solusi atas tuntutan era industri 4.0, karena melalui pendidikan kewirausahaan, kemampuan atau kompetensi sumber daya manusia yang dituntut era industri 4.0 dapat dipenuhi. Terpenuhinya tuntutan kemampuan sumber daya manusia pada era industri 4.0, akan mampu meraih dampak positifnya yang berupa peluang usaha baru. Bila peluang usaha yang ada dapat diraih, maka tercipta peluang kerja yang baru. Peluang kerja yang baru dapat diraih karena kemampuan sumber daya manusia yang ada sudah sesuaiuntutannya. Diraihnya peluang kerja dan peluang usaha era industri 4.0, akan mengatasi dampak negatifnya yang berupa pengangguran akibat pergeseran pekerjaan. Hal yang demikian menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan dapat menjadi solusi atas dampak era industri 4.0, sehingga dengan demikian, dalam jangka Panjang, pendidikan kewirausahaan akan menunjang proses pembangunan ekonomi.

Melalui pendidikan kewirausahaan, tuntutan sumber daya manusia era industri 4.0 yang berupa kemampuan berpikir kritis, kreatif dan inovatif, komunikatif, kolaboratif, percaya diri, koordinatif, tanggung jawab, mengambil keputusan, memecahkan masalah, beradaptasi, dan kepemimpinan, dapat dipenuhi oleh nilai-nilai pokok atau jiwa dan sikap kewirausahaan yang dihasilkan dari pendidikan kewirausahaan. Bila peluang usaha yang ada dapat diraih, maka tercipta peluang kerja yang baru karena

kemampuan sumber daya manusia yang ada sudah sesuai tuntutan. Diraihnya peluang kerja dan peluang usaha era industri 4.0, akan mengatasi dampak negatifnya yang berupa pengangguran akibat pergeseran pekerjaan. Hal yang demikian menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan dapat menjadi solusi atas dampak dan tuntutan era industri 4.0 Indonesia.

F. Daftar Pustaka

- Ács, Z.J. and Naudé, W.A. 2013. Entrepreneurship, Stages of Development, and Industrialization (In Szirmai, A., Naudé, W.A. and Alcorta, L. eds. *Pathways to Industrialization in the 21st Century*. Oxford: Oxford University Press.
- Arasti, Z., Mansoreh, K. F., & Imanipour, N. 2012. A Study of Teaching Methods in Entrepreneurship Education for Graduate Students. *Higher Education Studies*, 2(1), 2-10.
- Azis, M., Haeruddin, M.I., Azis, F. 2018. Entrepreneurship Education and Career Intention: The Perks of being a Woman Student. *Journal of Entrepreneurship Education*, 21(1), 1-10.
- Bawden, D. 2001. Information and Digital Literacy: a Review of Concept. *Journal of Documentation*, 57(2), 218-259.
- Bourgeois, A. 2012. *Entrepreneurship Education at School in Europe: National Strategies, Curricula and Learning Outcomes*. Brussels.
- Čapienė, A., & Ragauskaitė, A. 2017. Entrepreneurship Education at University. *Innovative Models and Current Trends*, 2, 284-291.
- Gilster, P. 1997. *Digital Literacy*. New York: Wiley Computer Publications.

- Gries, T. and Naudé, W.A. 2010. Entrepreneurship and Structural Economic Transformation. *Small Business Economics Journal*, 34(1), 13-29.
- Gries, T. and Naudé, W.A. 2011. Entrepreneurship and Human Development: A Capability Approach. *Journal of Public Economics*, 3(1), 216-224.
- Hasan, M., Azis, M. 2018. *Pembangunan Ekonomi dan Pemberdayaan Masyarakat: Strategi Pembangunan Manusia dalam Perspektif Ekonomi Lokal (Edisi Kedua)*. Makassar: CV. Nur Lina Bekerjasama dengan Pustaka Taman Ilmu.
- Hasan, M., Musa, C.I., Arismunandar, Tahir, T., Azis, M. 2019. Entrepreneurship Education, Family Capital, and Family Business Performance in Makassar, South Sulawesi, Indonesia. *International Journal of Scientific Development and Research (IJS DR)*, 4(6), 269-272.
- Lee, J., Lapira, E., Bagheri, B., & Kao, H. 2013. Recent Advances and Trends in Predictive Manufacturing Systems in Big Data Environment. *Manufacturing Letters*, 1, 2013 (October), 38-41.
- Lewis, W.A. 1954. Economic Development with Unlimited Supplies of Labour. *The Manchester School*, 28(2), 139-191.
- Peretto, P.F. 1999. Industrial Development, Technological Change, and Long-Run Growth. *Journal of Development Economics*, 59, 389-417.
- Rasmussen, A., Moberg, K., & Revsbech, C. 2015. *A Taxonomy of Entrepreneurship Education - Perspectives on Goals, Teaching and Evaluation*. Odense C, Denmark: The Danish Foundation for Entrepreneurship.
- Schumpeter, J. A. 1950. *Capitalism, Socialism, and Democracy*. New York: Harper.
- Schumpeter, J.A. 1961. *The Theory of Economic Development 3rd Edition*. New York: Oxford University Press.

- Syam, H. 2007. *Kewirausahaan: Langkah Praktis Menuju Sukses Cetakan Pertama*. Makassar: Badan penerbit UNM.
- Syam, H., Akib, H., Patonangi, A. A., Guntur, M. 2018. Principal Entrepreneurship Competence Based on Creativity and Innovation in the Context of Learning Organizations in Indonesia. *Journal of Entrepreneurship Education*, 21(3), 1-13.
- Weber, S., & Funke, S. 2012. An Instructional Perspective on Entrepreneurship Education - Focusing on the Development of Team Competencies. *Empirical Research in Vocational Education and Training*, 4(1), 49-72.
- Williamson, N., Beadle, S., & Charalambous, S. 2013. *Enterprise Education Impact in Higher Education and Further Education*. London.

BAB 6

Kekuatan Pendidikan Ekonomi Menghadapi Masa Pandemi Covid-19: Bagaimana Kabar Wirausaha di Masa Pandemi Covid-19?

Oleh:

Atirah, Tuti Supatminingsih, Mustari,
Rahmatullah, Inanna

A. Pendahuluan

Pendidikan ekonomi merupakan sebuah rumpun ilmu yang mempelajari tentang pendidikan dan ekonomi dalam satu kajian. Umumnya pendidikan ekonomi selalu dikaitkan dengan pembelajaran ekonomi disekolah, bagaimana cara membelajarkan pelajaran ekonomi dikelas bagaimana guru dan siswa dalam mata pelajaran ekonomi. Seutuhnya pendidikan ekonomi jauh lebih kompleks daripanya sekedar pembelajaran ekonomi disekolah atau interaksi guru dan siswa dalam mata pelajaran ekonomi tetapi menyeluruh mulai dari pendidikan atau pembiasaan yang tanpa tersadar terjadi dilingkungan keluarga maupun lingkungan masyarakat. Sebagaimana bahasa pada chapter ini pendidikan ekonomi akan berorientasi pada wirausaha yang mana

wirausaha jika ditelaah lebih dalam sangat erat bahkan bagian dari kajian ilmu pendidikan ekonomi.

Keadaan yang terjadi pada masa pandemi Covid-19 membawa pengaruh yang begitu besar terhadap pendidikan dan ekonomi karena segala sesuatunya harus dikerjakan dari rumah secara tidak langsung memberikan tantangan tersendiri bagi setiap orang menghadapi keadaan tersebut tanpa terkecuali termasuk para pelaku dunia usaha. Tantangan dari aturan untuk tidak keluar rumah dan menjaga jarak menjadikan setiap pelaku dunia usaha memutar otak untuk tetap bertahan dan memaksimalkan keuntungan.

Sebenarnya kekuatan alamiah dari pendidikan ekonomi dapat diuji dari keadaan Covid-19, tanpa sadar segala upaya yang dilakukan para pelaku dunia usaha untuk tetap bertahan menunjukkan besarnya tingkatan dan kemampuan mereka dalam ilmu pendidikan ekonomi. Fenomena yang ditimbulkan dari Covid-19 bisa saja mematikan beberapa pelaku dunia usaha, atau justru membuat para pelaku dunia usaha semakin memaksimalkan keuntungan atau pilihan lainnya adalah menciptakan pelaku-pelaku baru di dunia usaha yang berhasil memanfaatkan momentum masa pandemi Covid-19.

Pada bab ini materi yang akan diuraikan lebih dalam adalah bagaimana kekuatan pendidikan ekonomi pada pelaku dunia usaha menghadapi Covid-19. Pengantar tentang kajian yang akan dibahas dalam chapter ini telah

dijelaskan sebelumnya untuk merujuk pada penjelasan yang lebih rinci, akan dibahas dalam beberapa sub judul bahasan yang akan menggambar secara menyeluruh pokok bahasan pada bab ini.

B. Keberadaan Covid-19

Timbulnya wabah pandemi Covid-19 sebenarnya memecah belah sudut pandangan dalam analisis tentang Covid-19 yakni mazhab Kesehatan dan Mazhab ekonomi. Keberadaan Covid-19 dalam pandangan mazhab kesehatan mengharuskan setiap orang berada didalam jarak dan mengisolasi diri didalam rumah menghindari interaksi fisik dengan banyak orang maka dari itu segala bentuk kegiatan yang melibatkan banyak orang harus ditiadakan. Sebagai upaya memutus rantai penyebaran pandemi Covid-19 pemerintah mengeluarkan himbauan untuk mengurangi interaksi sosial dengan menjaga jarak *social* dan *psysical distancing*. Selain itu pada beberapa daerah di Indonesia telah menetapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan pembatasan sementara beroperasinya sarana transportasi darat, laut dan udara.

Hal berbeda dikemukakan oleh mazhab ekonomi, keberadaan Covid-19 juga mempengaruhi kondisi ekonomi dunia terutama terhadap ekonomi global mempengaruhi 3 sektor yaitu pasar saham, Surat utang, dan Nilai Emas. kegiatan ekonomi tradisional yang masih melibatkan interaksi pasar mengharuskan setiap orang

tetap menjalankan rutinitas kegiatan ekonomi untuk tetap menghidupka ekonomi secara mikro di masyarakat. Karena daya beli masyarakat sangat mempengaruhi keadaan ekonomi secara makro. kebijakan yang diterapkan pemerintah berimplikasi terhadap adanya potensi terjadi ketidakstabilan pasokan pangan sehingga timbul kelangkaan dan kenaikan harga pangan. Pada saat yang sama secara otomatis berdampak terhadap pelemahan ekonomi termasuk daya beli masyarakat untuk memenuhi kebutuhan pangan⁸. Hal ini sealur dengan hasil kajian secara mikro yang menyebutkan bahwa mewabahnya Covid-19 semakin melemahkan perekonomian nasional. Berbagai sektor bisnis mengalami perlambatan mulai dari sektor UMKM, pertanian, perkebunan, pariwisata dan lain-lain². Secara makro wabah Covid-19 tidak hanya menimbulkan penderitaan kemanusiaan dan sosial, namun menjadi sebuah guncangan ekonomi karena mempengaruhi berbagai bidang mulai dari penurunan PDB, sektor manufaktur, perdagangan dan ekspor, juga berpengaruh nyata terhadap unsur-unsur dari pasokan dan permintaan pangan.

Perbedaan pandangan mahzab kesehatan dan mahzab ekonomi seharusnya menjadikan bahan pertimbangan untuk pemerintah menghadapi pandemi Covid-19 yang tidak punya prediksi pasti berakhir, selain tetap waspada terhadap penularan dan dampak

kesehatan Covid-19 kegiatan ekonomi juga tidak boleh dikesampingkan untuk tetap menstabilkan perekonomian secara mikro yang sangat mempengaruhi keadaan ekonomi makro.

C. Kekuatan Pendidikan Ekonomi Menghadapi Masa Pandemi Covid-19

Sebelumnya telah diuraikan secara singkat sisi pendidikan ekonomi yang menjadi bahan kajian kali ini. Membahas pendidikan ekonomi lebih dalam yang tidak hanya terpaku pada pembelajaran ekonomi disekolah tetapi lebih dalam lingkungan keluarga dan lebih besar cakupannya dilingkungan masyarakat.

Berbicara mengenai pendidikan ekonomi dilingkungan masyarakat dimaknai dengan terdidiknya kesadaran untuk melakukan kegiatan ekonomi dari inteaksi atau pembelajaran yang secara langsung maupun tidak langsung ditemukan dimasyarakat. Sebagai salah satu contoh kecil yang sering ditemukan ada beberapa teman sekolah atau teman kuliah yang membuka usaha online (pakaian,kosmetik maupun makanan) atau jasa pengetikan tugas. Tanpa disadari sebenarnya keberanian mereka untuk membuka usaha online disadari terlepas dari unsur pribadi ada interaksi yang merasakan dapatkan dan mereka lihat sebagai peluang dari keberadaan mereka sehari-hari, mungkin awal mulanya hanya membantu teman mencari barang di online shop

hingga tertarik untuk menawarkan sendiri melalui media sosial milik pribadi. Keadaan yang digambarkan sebelumnya merupakan salah satu bentuk atau contoh keberadaan pendidikan ekonomi dilingkungan masyarakat yang terlihat secara mikro.

D. Pendidikan Ekonomi dan UMKM

Secara makro Pendidikan Ekonomi memiliki andil terhadap perekonomian negara, bentuk dari pengaruh pendidikan ekonomi di lingkungan masyarakat adalah UMKM. Sebuah kegiatan ekonomi skala mikro, kecil menengah yang merupakan buah hasil kesadaran masyarakat untuk melakukan kegiatan ekonomi dan secara tidak langsung juga menggambarkan besarnya kekuatan pendidikan ekonomi untuk menopang perekonomian secara mikro dan makro. UMKM di Indonesia telah menjadi bagian penting dari sistem perekonomian di Indonesia. Hal ini dikarenakan UMKM merupakan unit-unit usaha yang lebih banyak jumlahnya dibandingkan usaha industri berskala besar dan memiliki keunggulan dalam menyerap tenaga kerja lebih banyak dan juga mampu mempercepat proses pemerataan sebagai bagian dari pembangunan. Berdasarkan kenyataan ini sudah selayaknya UMKM dilindungi dengan UU dan peraturan yang terkait dalam kegiatan operasional dan pengembangannya.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau UMKM mempunyai peran yang strategis dalam menggerakkan pembangunan ekonomi nasional. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi, menjaga kestabilan perekonomian, dan penyerapan tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan, mengembangkan dunia usaha, dan penambahan APBN dan APBD melalui perpajakan, untuk mengatasi permasalahan Negara kita yang selalu mengandalkan ketergantungan kepada bantuan dari luar negeri salah satu langkah efektif adalah menggunakan keuangan mikro sebagai metode utama. Kontribusi pendekatan ini terdiri dari diversifikasi pelaku utama pembangunan adalah masyarakat (yaitu melalui pengembangan UMKM), pembiayaan pembangunan yang menggunakan sumber keuangan masyarakat sendiri serta menerapkan pendekatan pembangunan yang memiliki potensi untuk berlanjut (*sustainable*).

Dalam masa pandemi Covid-19 sebenarnya seperti pisau bermata dua bisa saja sebagai penghalang bagi kegiatan UMKM tetapi jika diolah dengan kemampuan dan melek teknologi yang baik maka akan menjadi peluang keuntungan bagi para pelaku dunia usaha dengan keadaan segala sesuatu harus dikerjakan dirumah. Pentingnya manajemen bisnis bagi pelaku bisnis di sektor UMKM dapat dilihat dalam beberapa bidang penguatan manajemen yaitu pemasaran, SDM, keuangan

dan operasional. Selain itu Di bidang pemasaran, perlu dikembangkan sistem pemasaran digital yang tepat sasaran dan dapat menjangkau masyarakat luas. Misalnya dengan menyebar brosur pada lokasi strategis, melakukan promosi melalui radio, koran, media sosial seperti Facebook, Instagram, Whatsapp atau jejaring sosial yang lain. Pada bidang penguatan manajemen sumber daya manusia, peningkatan pengetahuan, wawasan dan keterampilan sehingga mampu mengelola usahanya dengan lebih terencana dan terorganisir dengan baik. Pelaku dunia usaha atau pelaku UMKM ditengah pandemi Covid-19 harus bisa memanfaatkan teknologi sosisal media untuk tetap menjalankan bisnis atau usaha. Dengan demikian segala sesuatu yang dahulunya didapatkan dengan cara transaksi langsung bisa diubah dalam bentuk transaksi secara sosial media hal ini semata-mata mengubah tantangan menjadi sebuah peluang untuk mendapatkan keuntungan maksimal.

Keadaan pandemi Covid-19 yang menimbulkan fluktuatif bagi perekonomian Negara membuat pemerintah mengambil beberapa kebijakan, tetapi seharusnya klaim UMKM sebagai produk dari pendidikan ekonomi jika diperhatikan dari dulu tumbuh kembangnya hingga prospek uji coba dan pengawasan untuk tetap menjaga stabilisasi kegiatan produksi UMKM maka sangat membantu kondisi perekonomian negara termasuk pada masa krisis karena pandemi corona. Hal tersebut

dikarenakan secara mikro kegiatan ekonomi yang stabil dilakukan UMKM memberikan dampak pada daya beli masyarakat walaupun aturan menjaga jarak sosial dan *psysical distancing* diberlakukan dengan bantuan teknologi dan sosial media rasa kestabilan kegiatan produksi UMKM mampu memberikan dampak baik untuk negara pada masa pandemi Covid-19.

Selain memiliki peranan penting dalam laju pertumbuhan yang menentukan perekonomian masyarakat, UMK juga membantu pemerintah dalam menciptakan lapangan Pekerjaan baru. UMK terbukti mampu bertahan pada kondisi krisis. Hal ini mendasari pendapat bahwa UMK menjadi pilihan untuk dikembangkan pada kondisi ekonomi yang kurang baik. UMK menjadi sektor yang mampu bertahan dibandingkan dengan sektor-sektor lain yang memiliki skala lebih besar. Karena salah satu dampak yang dirasakan masyarakat dengan hadirnya Covid-19 yaitu Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) yang dilakukan oleh beberapa perusahaan kepada para pekerja dengan alasan *force majeure* atau mengalami kerugian, jika dahulunya UMKM dikelola dengan baik pengembangannya maka akan menjadi penolong untuk menyerap tenaga kerja untuk keadaan mendesak seperti masa pandemi Covid-19.

E. Wirausaha Masa Pandemi Covid-19

Anggapan bahwa UMKM bagian dari pendidikan ekonomi jelasnya bukan tanpa alasan dikarenakan bahwa berdirinya sebuah unit Usaha dilatarbelakangi dari kemampuan sebuah individu yang terdidik secara alamiah untuk sadar akan peluang ekonomi yang didapatkan dari proses belajar disekolah, dorongan keluarga atau dari desakan lingkungan sosial yang akhirnya memberikan pemahaman dan keberanian dalam diri untuk terjun dalam unit usaha menjadi seorang pelaku dunia usaha atau yang kini dikenal dengan sebutan Wirausaha.

Era baru di Indonesia akan tercipta dengan adanya sistem ekonomi yang berbasis UKM dengan *sprit entrepreneurship* yang kuat, konseptual dan tangguh. Istilah kewirausahaan atau *entrepreneurship* dimaknai sebagai petualangan, pengambilan resiko, kontraktor, pengusaha dan pencipta yang menjual hasil ciptaanya. Belakangan ini wirausaha menjadi trend diberbagai kalangan bisa saja dijadikan sebagai usaha sampingan atau usaha untuk memperoleh penghasilan tetap, bahkan pelajar dan ibu rumah tangga pun kian marak untuk berkamufase menjadi seorang wirausaha. Sehingga fokus pemerintah belakangan berada pada pengembangan UMKM yang terus lebih baik sehingga para wirausaha-wirausaha yang awanya hanya sekedar coba-coba dapat menggeluti bidang usahanya secara maksimal dengan

bantuan program seperti bantuan dana usaha dari pemerintah, hasilnya untuk menumbuhkan UMKM yang diharapkan dampaknya secara makro memberikan asupan untuk PDB negara.

Kembali kepada topik utama mengenai keberadaan Covid-19 yang membuat desakan pada struktur ekonomi baik secara mikro dan makro, kabar baiknya dengan status waspada Covid-19 yang mengharuskan mengurangi interaksi sosial dengan menjaga jarak *social* dan *psysical distancing* nyatanya memberikan beberapa dampak terhadap pelaku dunia usaha atau wirausaha, bagi wirausaha yang mampu melihat peluang pasar dengan adanya pandemi Covid-19 akan menguasai pasar dan memaksimalkan keuntungan tetapi bagi para wirausaha yang hanya mengandalkan interaksi pasar secara langsung maka konsekuensi yang harus diterima adalah kekurangan omset selama masa pandemi Covid-19.

Bagi pelaku usaha atau wirausaha yang tidak dapat beradaptasi dengan keadaan pandemi Covid-19 maka penurunan omset atau bahkan kerugian tidak dapat dihindari, untuk mengurangi kerugian akhirnya secara umum akan ditempuh langkah yang sama, yaitu penghematan. Semua kalangan akan berusaha mengurangi pengeluaran sebisa mungkin, dan berusaha bertahan selama mungkin. Selanjutnya apabila masih tidak mencukupi, akan melakukan langkah berikutnya

yaitu mencari pinjaman atau utang. Setelah itu, mencari cara untuk mendapatkan income atau pemasukan baru⁴. Peralihan usaha juga menjadi pilihan untuk para wirausaha yang mengalami kerugian akibat aturan *psysical distancing*.

Membaca peluang pasar dan keinginan konsumen menjadi salah satu trik untuk menaklukkan keadaan pada masa pandemi Covid-19, bagi mereka yang sebelumnya bukan seorang wirausaha karena kepandaian membaca peluang pasar maka dapat memperoleh keuntungan karena aktivitas orientasi kewirausahaan termasuk kemauan untuk mandiri (*autonomy*), keinginan melakukan inovasi (*innovativeness*), kecenderungan untuk bersikap agresif terhadap pesaing (*competitive aggressiveness*), dan bersikap proaktif terhadap peluang pasar (*proactiveness*). Meskipun implementasi inovasi belum maksimal akan tetapi pelaku usaha secara terus menerus berupaya untuk meningkatkan inovasi baik dari sisi pengembangan produk, cara kerja maupun sistem pemasaran. kemudian untuk wirausaha yang memang sudah terjun dan memanfaatkan masa pandemi Covid-19 sebagai peluang justru akan memperoleh keuntungan maksimal.

Pelaku dunia usaha atau wirausaha sebenarnya memiliki keuntungan dalam masa pandemi Covid-19 dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan besar dikarenakan unit usaha mikro yang melibatkan individu

atau kelompok dilindungi keberadaannya, maksudnya setiap orang bisa saja menjadi seorang wirausaha tidak harus melamar pekerjaan diperusahaan atau membentuk perausahaan. Keberadaan wirausaha dilindungi oleh Undang-Undang yakni Hak mendapatkan pekerjaan dan penghidupan yang layak merupakan salah satu dari banyaknya hak yang diatur oleh UUD 1945 sebagai bentuk jaminan setiap orang untuk bekerja. Kegiatan Usaha Mikro Kecil Menengah atau UMKM adalah salah satu bentuk dari kebebasan setiap orang untuk bekerja dan mendapatkan kehidupan yang layak, di tengah berlakunya Pembatasan Sosial Berskala Besar, pemerintah daerah diharapkan dapat membantu setiap orang untuk menjamin keberlangsungan usaha guna menghidupi diri sendiri dan keluarga¹⁰. Sehingga setiap orang bisa melakukan kegiatan usaha tanpa terkecuali.

Karena adanya pembatasan sosial skala besar belakangan para pelaku dunia usaha baik bibit baru atau yang sudah lama terjun memanfaatkan sosial media untuk tetap dapat berjualan, teknologi memang sangat membantu untuk keadaan dimasa pandemi Covid-19 sosial media sebagai alat pemasaran menjadikan usaha tetap bisa beroperasi ditengah pembatasan sosial. Dalam dunia bisnis, pemasaran dituntut untuk mampu melaksanakan kegiatan pemasaran secara efektif dan efisien⁵. Kegiatan pemasaran tersebut membutuhkan konsep yang mendasar sesuai dengan kebutuhan dan

kepentingan konsumen. Kemauan konsumen untuk tetap melakukan kegiatan konsumsi dirumah menjadikan media sosial sebagai jembatan untuk setiap konsumen melihat promosi barang dan jasa. Setiap pelaku dunia usaha atau wirausaha yang mampu memanfaatkan masa pandemi Covid-19 dengan tetap berjualan dan memaksimalkan teknologi dengan media sosial sebagai jembatan promosi dan memberikan penawaran paling efektif dan efisien bagi konsumen akan memperoleh keuntungan maksimal.

F. Daftar Pustaka

- Amah Nik .2013.Bank Syariah Dan Umkm dalam Menggerakkan Roda Perekonomian Indonesia: Suatu Kajian Literatur. *Jurnal Akuntansi dan Pendidikan*, Vol.2, No.1.
- Bahtiar, Rais Agil dan Saragih, Juli Panglima, 2020. *Dampak Covid-19 Terhadap Perlambatan Sektor Ekonomi UMKM. Kajian Singkat Terhadap Isu Aktual dan Strategis*. Bidang ekonomi dan Kebijakan Publik, Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR-RI. Vol. XII/No.6/II/Puslit/Maret/2020.
- Burhanuddin IC, Abdi MN.2020. *Ancaman Krisis Ekonomi Global Dari Dampak Penyebaran Virus Corona (Covid-19)*. AkMen. Volume 17 Nomor 1 Maret 2020 Hal.90-98 e-ISSN: 2621-4377 & p-ISSN: 1829-8524.
- Hadiwardoyo, Wibowo .2020. Kerugian Ekonomi Nasional Akibat Pandemi Covid-19. *Journal of Business and Entrepreneurship* Volume 2 No. 2. E-Issn: 2623-0089. Doi: 10.24853/Baskara.2.2.83-92.

- Hardiyanto.F.2020.Analisis Marketing Syariah dalam Menghadapi Covid 19 (Studi Kasus Arpi Hijab Kuningan). *Jurnal Syntax Administration*.Vol.1 No.1.
- Hendro.2011. *Dasar-Dasar Kewirausahaan*. Penerbit Erlangga.
- Juaningsih IN.2020. Analisis Kebijakan PHK Bagi Para Pekerja Pada Masa Pandemi Covid-19 di Indonesia. 'Adalah: *Buletin Hukum dan Keadilan*, Vol. 4, No. 1. ISSN: 2338 4638. Doi: 10.15408/adalah.v4i1.15764.
- Masniadi, Rudi, Muhammad Aries Zuhri Angkasa, Elly Karmeli1, Shinta Esabella. 2020. Telaah Kritis Ketahanan Pangan Kabupaten Sumbawa Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19. *Indonesian Journal of Social Sciences and Humanities*, Vol. 1 No. 2, 2020: 109-120.
- Rahmatullah, Inanna, Sahade, Nurdiana, Fajriani Azis, Bahri. 2020. Utilization of Digital Technology for Management Effectiveness Micro Small and Medium Enterprises. *International Journal of scientific & Technology Research*, 9(4), 1357 - 1362.
- Rangkuti, F. 2013. *Strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus*: Gramedia Pustaka Utama.
- Rayhan, M. 2020. Jaminan Hak Bekerja bagi UMKM Di Tengah Masa PSBB Pada Wilayah DKI Jakarta. 'Adalah: *Buletin Hukum dan Keadilan*, Vol. 4, No. 1. ISSN: 2338 4638. Doi: 10.15408/adalah.v4i1.15495.
- Rohmani, Sri Asih, 202). Implikasi Covid-19 Bagi Upaya Pemenuhan Kebutuhan Pangan. *Buletin Perencanaan Pembangunan Pertanian, Biro Perencanaan Sekretariat Jenderal Kementerian Pertanian*. Volume 1 No.2/2020: 41-55.
- Rukmana AY, T Sukanta TA. 2020. Analisis Strategi Bersaing dan Strategi Bertahan pada Industri Mikro dan Kecil Panganan Keripik Kemasan di Kecamatan Coblong Kota Bandung Jawa Barat Tahun 2020 Ditengah Situasi Sulit Penyebaran Pandemi COVID-
-

19. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi)*
Volume 12 No. 1.

- Sandiasa, G., dan Widnyani, I. A. P. S. 2017. Kebijakan Penguatan Lembaga Pemberdayaan dalam Meningkatkan Partisipasi Pemberdayaan Masyarakat di Perdesaan. *Dalam Locus Majalah Ilmiah Fisip*, 8, 64-78.
- Suci Yr. 2017. Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos* Vol. 6 No. 1.
- Tasruddin, R. 2015. Strategi Promosi Periklanan yang Efektif. *Jurnal Al-Khitabah*, vol 2(1).
- Wahyuni, Endang D., dan Wibawani, S. 2020. Pemberdayaan Pengurus Aisyiyah dengan Penguatan Manajemen Bisnis. *Jurnal Pengabdian dan Peningkatan Mutu Masyarakat*, vol 1 no 1, p. 13-17.
- Wicaksono, Nuvriasari A. 2012. Meningkatkan Kinerja UMKM Industri Kreatif Melalui Pengembangan Kewirausahaan dan Orientasi Pasar: Kajian Pada Peran Serta Wirausaha Wanita Di Kecamatan Moyudan, Kabupaten Sleman, Propinsi Diy Gumirlang. *Jurnal Sosio Humaniora* Vol. 3 No. 4, September 2012 Issn : 2087-1899 27.

BAB 7

Optimalisasi Jejaring Sosial Facebook Sebagai Alternatif Strategi Pemasaran Pelaku Bisnis Selama Masa Pandemi Covid-19

Oleh:

Andika Isma, Muhammad Imam Ma'ruf

A. Pendahuluan

Umat manusia dewasa ini sedang berada dalam kesedihan mendalam akibat mewabahnya *Coronavirus Disease* (Covid-19) yang melanda hampir di seluruh belahan dunia (C.-C. Lai, Shih, et al., 2020; Mahase, 2020). Covid-19 bermula timbul di Wuhan, Cina (Shi, et al., 2020). Akhirnya organisasi kesehatan dunia atau *World Health Organization (WHO)* mengumumkan bahwa fenomena atau kejadian ini telah tergolong sebagai sebuah pandemi (Mahase, 2020; Sohrabi et al., 2020).

Penyebaran Covid-19 terus mengalami lonjakan kasus secara masif di beberapa negara (Abdi, 2020; Cascella et al., 2020; Rothan & Byrareddy, 2020; Wang et al., 2020). Hal tersebut senada dengan data yang tercatat pada *World O Meters*, terdapat lebih dari dua juta kasus Covid-19 di seluruh dunia, dan masih terus peningkatan

kasus setiap harinya. Data terakhir Jumat 29 April 2020, Word O Meters mencatat ada 5.974.647 kasus positif, 364.437 kasus kematian, dan 2.631.165 kasus sembuh dari Covid-19.

Berbagai negara telah menerapkan isolasi atau tindakan pemisahan terhadap orang yang telah terjangkit penyakit menular dari orang yang tidak terinfeksi dengan tujuan untuk melindungi orang yang tidak terinfeksi (Smith & Freedman, 2020). Selain itu, diterapkan pula karantina, yakni pembatasan pergerakan orang yang diduga telah terkena penyakit menular tetapi tidak sakit, baik karena mereka tidak terinfeksi atau karena mereka masih dalam masa inkubasi (Smith & Freedman, 2020). Karantina medis dianggap sebagai salah satu cara paling penting dan efektif untuk mencegah penyebaran penyakit menular di zaman modern ini (Goje, 2017).

Kehadiran Pandemi Covid-19 sangat memengaruhi perekonomian global (Fernandes, 2020; McKibbin & Fernando, 2020). Akibatnya perekonomian melemah karena daya beli masyarakat yang menurun. Tak hanya itu, sebagian besar pasar banyak yang dipaksa tutup untuk menghindari penyebaran Covid-19 ini. Pedagang-pedagang kehilangan lapaknya lantaran aturan pemerintah yang mengharuskan melakukan *Social Distancing* dan Pembatasan Sosial Berskala Besar atau PSBB (Hadiwardoyo, 2020). Oleh karena itu, para pelaku usaha harus memutar otak guna menghindari kerugian

yang lebih besar akibat kebijakan-kebijakan dalam memutus rantai penyebaran Covid-19. Inilah yang kemudian menjadi inti permasalahan yang sedang dihadapi dalam menghadapi krisis global akibat Pandemi Covid-19 ketika para pelaku bisnis berusaha untuk dapat tetap bertahan.

Salah satu solusi atau strategi yang dapat dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis dalam menanggapi situasi krisis akibat Covid-19, yakni dengan memanfaatkan kemajuan teknologi yang ada, dalam bentuk mengoptimalkan pemasaran dalam jaringan (daring) melalui jejaring sosial. Salah satu jejaring sosial yang cukup banyak diminati dan cukup populer oleh masyarakat saat ini ialah Facebook (Arisanti, 2019; Indoworo, 2016; Kosasih, 2016; Peristiwati, 2015; Sari, 2019; Yuniar, 2013).

Masyarakat saat ini menggunakan Facebook untuk melakukan berbagai kegiatan yang memungkinkan setiap individu saling bertukar informasi kepada siapa saja melalui fasilitas yang tersedia. Salah satu bentuk penggunaannya, yakni dengan melakukan kegiatan bisnis (Haryati, 2019; Hidayat et al., 2017; Indrianto et al., 2016; Yunti & Abdullah, 2018). Terdapat berbagai produk yang ditawarkan di dalam Facebook, seperti makanan, minuman, pakaian, alat elektronik, ataupun aksesoris. Bahkan semua produk yang ada di pasaran bisa ditemukan di Facecook.

Berdasarkan data yang dikeluarkan *We Are Social*, sebuah perusahaan media dan lembaga riset asal Inggris yang bekerja sama dengan Hootsuite, pada bulan Januari 2020 Facebook memiliki lebih dari 1,95 miliar pengguna di dunia dengan berbagai kepentingan seperti mengikuti tren (C.-Y. Lai & Yang, 2016; Phua et al., 2017), berkomunikasi (Jung & Sundar, 2016; Kaya & Bicen, 2016; Özdemir, 2017), sampai dengan melakukan aktivitas bisnis (Joo & Marakhimov, 2018; Miguel & Casado, 2016; Pollák & Dorčák, 2016).

Facebook menjadi pilihan karena kecanggihan dan kemudahan yang diberikan (Chugh & Ruhi, 2018; Marlina, 2016; Sances, 2018; Surma, 2016; Wewo & Lilliweri, 2019). Facebook berhasil mewujudkan permintaan pasar pada umumnya, yaitu penyediaan aplikasi ringan dan mudah digunakan (Chen et al., 2016; Huang et al., 2017; Nguyen & Kravets, 2016) dan fitur-fitur menarik yang ditawarkan kepada para penggunanya (Jung & Sundar, 2016; Malik et al., 2016; Mariani et al., 2016). Fitur-fitur tersebut seperti fitur Facebook Marketplace dan Facebook Ads yang dapat digunakan oleh pelaku bisnis untuk mengelola bisnis secara daring dengan mudah dan sangat cocok digunakan oleh pelaku bisnis saat ini sebagai media promosi alternatif di tengah pandemi Covid-19 ini.

B. Tinjauan Literatur

Jejaring Sosial

Menurut Barnes (2013), jejaring sosial adalah struktur sosial yang terdiri dari elemen-elemen individual atau organisasi. Menurut Laudon & Traver (2012:676), jejaring sosial merupakan sekumpulan individu yang saling berbagi interaksi sosial, ikatan antar anggota dan orang yang berbagi area yang sama pada periode waktu tertentu. Kotler (2016:644) menyebutkan bahwa jejaring sosial menjadi kekuatan yang sangat penting bagi pemasaran baik dalam *business to consumer* (B2C) maupun *business to tobusiness* (B2B), sedangkan (Mitchell, 1969b, 1969a) melihat jaringan sosial sebagai seperangkat hubungan khusus atau spesifik yang terbentuk di antara sekelompok orang yang karakteristik hubungan-hubungan tersebut dapat digunakan untuk menginterpretasi.

Dari beberapa pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa jejaring sosial merupakan sebuah struktur sosial yang dibentuk dari simpul-simpul (yang umumnya adalah individu atau organisasi) yang diikat dengan satu atau lebih tipe relasi spesifik seperti nilai, visi, ide, teman, keturunan, dan lainnya sehingga setiap individu dihubungkan melalui media-media sosial.

Facebook

Facebook, Inc. merupakan sebuah layanan jejaring sosial berkantor pusat di Menlo Park, California, Amerika Serikat yang diluncurkan pada bulan Februari 2004. Hingga September 2012, Facebook memiliki lebih dari satu miliar pengguna aktif (Fowler, 2012), lebih dari separuhnya menggunakan telepon genggam (Sengupta, 2012). Pengguna harus mendaftar sebelum dapat menggunakan situs ini. Setelah itu, pengguna dapat membuat profil pribadi, menambahkan pengguna lain sebagai teman, dan bertukar pesan, termasuk pemberitahuan otomatis ketika memperbarui profil sendiri.

Facebook didirikan oleh Mark Zuckerberg bersama teman sekamarnya dan sesama mahasiswa Universitas Harvard, Eduardo Saverin, Andrew McCollum, Dustin Moskovitz dan Chris Hughes (Carlson, 2010). Keanggotaan situs web ini awalnya terbatas untuk mahasiswa Harvard saja, kemudian diperluas ke perguruan tinggi lainnya di Boston, Ivy League, dan Universitas Stanford. Situs ini secara perlahan membuka diri kepada mahasiswa di universitas lain sebelum dibuka untuk siswa sekolah menengah atas, dan akhirnya untuk setiap orang yang berusia minimal 13 tahun. Meski begitu, menurut survei *Consumer Reports* bulan Mei 2011, ada 7,5 juta anak di bawah usia 13 tahun yang memiliki akun Facebook dan 5 juta lainnya

di bawah 10 tahun, sehingga melanggar persyaratan layanan situs ini (Fox, 2011).

Studi Compete.com bulan Januari 2009 menempatkan Facebook sebagai layanan jejaring sosial yang paling banyak digunakan menurut jumlah pengguna aktif bulanan di seluruh dunia. *Entertainment Weekly* menempatkannya di daftar "terbaik" akhir dasawarsa karena Facebook memungkinkan setiap orang berusia minimal 13 tahun menjadi pengguna terdaftar di situs jejaring sosial ini.

Strategi Pemasaran

Dalam memasarkan suatu produk dibutuhkan strategi yang tepat agar produsen dapat memasarkan produknya secara efektif dan efisien sehingga dapat mencapai target dari kegiatan pemasaran tersebut. Strategi pemasaran menurut Kotler dan Armstrong (2008) merupakan logika pemasaran yang dibuat oleh unit usaha yang berharap untuk mencapai tujuan pemasaran. Wibowo & Arifin (2015) juga menyampaipkan bahwa strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu, sedangkan Assauri (2013) menyebutkan bahwa strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada

usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.

Lain halnya Rhenald Kasali (2007) yang berpendapat bahwa strategi pemasaran merupakan perpaduan antara *segmentation*, *targeting*, dan *positioning* (STP) yang ditetapkan secara sistematis dan terpadu. Strategi pemasaran juga merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu (Chandra, 2002). Program pemasaran meliputi tindakan-tindakan pemasaran yang dapat memengaruhi permintaan terhadap produk, di antaranya dalam hal mengubah harga, memodifikasi kampanye iklan, merancang promosi khusus, menentukan pilihan saluran distribusi, dan sebagainya. Terakhir Kotler & Armstrong (2016) menyebutkan bahwa strategi pemasaran adalah pendekatan pokok yang akan digunakan oleh unit bisnis dalam mencapai sasaran yang telah ditetapkan terlebih dahulu, di dalamnya tercantum keputusan-keputusan pokok mengenai target pasar, penempatan produk di pasar, bauran pemasaran, dan tingkat biaya pemasaran yang diperlukan.

Dari beberapa pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran adalah pengambilan keputusan-keputusan tentang biaya pemasaran, bauran pemasaran, alokasi pemasaran dalam hubungan dengan keadaan lingkungan yang diharapkan dan kondisi persaingan. Selain itu, dalam strategi pemasaran, ada tiga faktor utama yang menyebabkan terjadinya perubahan strategi dalam pemasaran, yaitu daur hidup produk, posisi persaingan perusahaan di pasar, dan situasi ekonomi (Kotler & Armstrong, 2008).

Pandemi Covid-19

Pandemi Covid-19 atau *Coronavirus Disease* 2019 adalah sebuah penyakit menular dan mematikan yang disebabkan oleh SARS-CoV-2 yang merupakan salah satu jenis dari koronavirus (Dashraath et al., 2020; El Zowalaty & Järhult, 2020; Guo et al., 2020; C.-C. Lai, Liu, et al., 2020; Schwartz, 2020). Virus ini pertama kali muncul tepatnya di daerah Wuhan, Provinsi Hubei, China yang akhirnya melanda hampir di seluruh belahan dunia (C.-C. Lai, Shih, et al., 2020; Mahase, 2020). Hingga akhirnya organisasi kesehatan dunia atau WHO mengumumkan bahwa fenomena atau kejadian ini telah diumumkan sebagai sebuah pandemi (Mahase, 2020; Sohrabi et al., 2020).

Berbagai negara telah menerapkan *social distancing* atau *physical distancing* yang dirancang untuk

mengurangi interaksi antara orang-orang dalam komunitas yang lebih luas. Kemungkinan angka individu yang telah tertular sudah cukup tinggi tetapi belum teridentifikasi sehingga belum diisolasi (Smith & Freedman, 2020). Perspektif lain menyebutkan, bila *social distancing* dipandang tidak cukup dalam melawan Covid-19, maka yang justru dibutuhkan *social containment* (pengungkungan sosial) dalam skala besar (Long, 2020). *Social containment* adalah intervensi pemerintah yang diterapkan ke seluruh komunitas, kota atau wilayah, yang dirancang secara khusus untuk mengurangi interaksi pribadi, kecuali interaksi minimal untuk memastikan pasokan vital (Smith & Freedman, 2020). Memang sebagaimana ditengarai oleh beberapa pakar, bila kebijakan pencegahan gagal dan langkah-langkah menjaga jarak sosial tidak dapat dipertahankan sampai vaksin tersedia, pendekatan terbaik berikutnya adalah menggunakan intervensi yang mengurangi angka kematian dan mencegah infeksi berlebih (Handel et al., 2020).

C. Pembahasan

Optimalisasi Facebook sebagai Alternatif Strategi Pemasaran Daring Pelaku Bisnis Selama Masa Pandemi Covid-19

Pada awalnya, Facebook dibuat hanya sebatas aplikasi yang digunakan untuk berkomunikasi dan

berbagi cerita secara daring atau dari jarak yang sangat jauh tanpa harus bertatap muka langsung. Kemudian muncul fitur untuk membuat sebuah grup atau komunitas bersama dengan teman-teman pengguna Facebook. Akibat kehadiran fitur grup tersebut, banyak orang menjual produknya, seperti makanan, minuman, pakaian, alat elektronik, dan aksesoris. Hal ini menyebabkan hampir semua produk yang ada di pasaran akhirnya bisa ditemukan di Facebook.

Di tengah krisis global akibat Pandemi Covid-19 yang akhirnya menyebabkan pemerintah mengeluarkan berbagai kebijakan dalam memutuskan penyebaran Covid-19. Hal ini mengakibatkan para pelaku usaha termasuk pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) kehilangan pasarnya. Salah satu solusi yang dapat ditempuh oleh pelaku UMKM ialah dengan menggunakan Facebook sebagai alternatif strategi pemasaran daring. Facebook menjadi pilihan karena beberapa fitur yang dapat digunakan untuk mempromosikan sekaligus menjual produk. Fitur-fitur tersebut seperti fitur Facebook Marketplace dan Facebook Ads.

Facebook Marketplace

Pada tahun 2016, Facebook mengenalkan Facebook Marketplace. Saat itu, layanan ini tidak langsung masuk ke Indonesia, dan baru tersedia di Amerika Serikat, Inggris, Australia, dan Selandia Baru saja, tetapi akhirnya

dalam pembaruan aplikasi Facebook Android versi 174.0.0.54.96, jejaring sosial milik Mark Zuckerberg ini memasang fitur Marketplace untuk penggunanya di Indonesia.

Dalam Facebook versi desktop, fitur ini sudah muncul beberapa waktu sebelumnya dibandingkan pada versi aplikasi, namun setelah pembaruan di Android tersebut, Facebook tampaknya ingin segera mengenalkan fitur ini agar setiap orang memakainya. Setelah fitur Marketplace hadir di Indonesia, pengguna di Indonesia bisa melihat ada logo kios yang sebaris dengan tombol beranda, grup, teman, maupun pemberitahuan. Pada tampilan *desktop* pun, Facebook menempatkannya di bawah *Messenger*. Penempatan logo secara otomatis di tempat yang cukup strategis ini sepertinya kehendak Facebook agar penggunanya melakukan jual-beli dengan fitur Marketplace.

Facebook Marketplace digunakan untuk menemukan, menjual, dan membeli barang, serta mengobrol melalui Messenger. Jika seseorang bisa menjual barang dengan kondisi apapun, pelaku bisnis bisa menggunakan Marketplace untuk: 1) menampilkan semua inventaris barang ritel, penyewaan rumah, dan kendaraan, serta tiket acara melalui kerja sama dengan partner tawaran Marketplace; 2) mempromosikan toko atau barang di Marketplace untuk menjangkau lebih banyak orang, meskipun bisnis seseorang tidak

memposkan secara langsung di Marketplace; dan 3) menampilkan barang baru atau diperbarui dari toko Halaman Facebook di Marketplace secara gratis dan pelanggan bisa bertransaksi tanpa beralih dari Facebook (terbatas pada pelapak yang memenuhi syarat).

Berikut ini langkah atau tata cara menawarkan suatu produk dengan menggunakan Aplikasi Facebook dengan memanfaatkan fitur Marketplace.

1. Buka menu Marketplace.
2. Mengatur wilayah pasar yang diinginkan terlebih dahulu.
3. Kemudian klik ikon “Tambah Jual Sesuatu”.
4. Setelah itu akan muncul tiga pilihan produk yang ingin dijual.
5. Selanjutnya akan muncul tampilan layar baru. Lalu masukkan foto produk yang akan ditawarkan dan memasukkan detail status produk yang akan ditawarkan.
6. Klik “Selanjutnya”.
7. Lalu akan muncul tampilan layar baru. Lalu centang kotak di samping “Marketplace” lalu terakhir klik “Terbitkan”.
8. Maka produk yang ditawarkan akan muncul.

Facebook Ads

Facebook Ads atau Iklan Facebook adalah fitur yang ditawarkan oleh Facebook untuk mempromosikan atau

mengiklankan suatu *Fan Page* yang sebelumnya sudah dibuat oleh pengguna Facebook dengan jangkauan yang berbeda dan dapat diatur oleh pemasang iklan tersebut (Gangadharbatla, 2008). Menurut Makmur (2016:95) Facebook Ads digunakan untuk meningkatkan hasil penjualan daring sehingga pengguna dapat menampilkan iklan kepada calon pelanggan yang berpotensi melihat iklan, sedangkan Levy (2010:80) dalam bukunya yang berjudul Facebook Marketing, Facebook Ads adalah fitur yang dikembangkan oleh Facebook berupa platform untuk melakukan periklanan dengan harga yang murah guna membuat *Page* (halaman) yang telah dibuat terlihat oleh pengguna Facebook yang telah ditargetkan. Facebook Ads sebagai platform beriklan memiliki kegunaan seperti *product launches, webinar, recruitment, branding/awareness, event marketing* dan *social good campaign*. Masing-masing kegunaan memiliki basis elemen yang sama, namun dapat menghasilkan dampak yang berbeda tergantung dengan tujuan pengguna Facebook Ads.

Treadaway & Smith (2012:128) berpendapat bahwa Facebook Ads dapat membantu berbagai macam permasalahan dalam pemasaran. Secara spesifik, Facebook Ads bekerja dengan baik ketika pengguna ingin melakukan beberapa hal seperti: 1) membuat lebih banyak *traffic* dan kehadiran Facebook; 2) menguji efektivitas pada perubahan atau penambahan yang

dilakukan pada Facebook dan melihat seberapa efektif perubahan tersebut dalam mengubah *traffic* menjadi sesuatu yang lebih berarti (fans, teman, anggota grup, pengguna aplikasi, dan lain-lain); dan 3) mempromosikan laman atau kampanye eksternal kepada audiens Facebook. Berikut ini adalah cara membuat iklan di Facebook Ads:

1. Pilih tujuan *marketing*

Iklan Facebook berfungsi sangat efektif saat berfokus pada tujuan yang ingin dicapai. Tujuan membantu memperjelas sasaran kampanye atau bahkan iklan individual seorang pelaku bisnis. Untuk memilih tujuan iklan yang tepat, jawab pertanyaan “apa hasil terpenting yang saya inginkan dari iklan ini?”, hal tersebut dapat berupa penjualan di situs web, jumlah unduhan aplikasi pengguna, atau peningkatan *brand awareness*.

2. Pilih pemirsa

Facebook akan otomatis menampilkan iklan ke orang yang paling mungkin berpendapat bahwa iklan tersebut relevan. Kemudian dapat menargetkan penayangan iklan lebih lanjut dengan tiga fitur pemilihan pemirsa, yakni: 1) Pemirsa Inti ialah menentukan pemirsa berdasarkan kriteria seperti usia, minat, lokasi geografis, dan lain-lain. 2) Pemirsa Khusus ialah kembali terhubung dengan orang yang pernah berinteraksi dengan bisnis

tersebut, baik secara daring maupun *offline*. 3) Pemirsa Serupa ialah menjangkau orang baru yang minatnya serupa dengan para pelanggan terbaik.

3. Tentukan tempat untuk menjalankan iklan

Tempat untuk menjalankan iklan disebut Penempatan. Tergantung tujuan yang dipilih saat membuat kampanye, iklan bisa muncul di Facebook, Instagram, Messenger, dan Audience Network. Pengelola iklan mengelompokkan penempatan berdasarkan cara orang melihat sebuah iklan di seluruh platform. Misalnya, orang memiliki pengalaman serupa dengan iklan Stories di Facebook, Instagram, dan Messenger.

4. Tetapkan anggaran

Masukkan anggaran harian atau anggaran sepanjang masa promosi dan periode menjalankan iklan. Pelaku Bisnis dapat menjalankan iklan di Facebook, Instagram, dan Audience Network untuk segala anggaran. Biaya sebenarnya yang berkaitan dengan iklan yang ditampilkan ke seseorang ditentukan di lelang iklan Facebook. Lelang iklan ini menentukan jenis iklan yang akan ditampilkan kepada orang tertentu. Dengan menggunakan informasi yang diberikan dalam proses pembuatan iklan, lelang ini menampilkan iklan ke orang yang kemungkinan besar akan tertarik dengan iklan yang

dibuat, dengan harga yang ditawarkan atau lebih rendah, dan tidak pernah lebih tinggi.

5. Pilih format

Tersedia enam pilihan format iklan yang fleksibel. Semuanya didesain agar berfungsi efektif di segala perangkat dan berbagai kecepatan koneksi. Pengguna dapat memilih untuk menampilkan satu gambar atau video di iklan, atau gunakan format yang lebih besar dengan beberapa gambar.

6. Pesan iklan

Setelah dikirimkan, iklan akan masuk ke lelang iklan yang membantu menayangkannya ke orang yang tepat. Setiap kali ada kesempatan untuk menayangkan iklan ke seseorang, lelang dilakukan untuk menentukan iklan mana yang akan ditayangkan ke orang itu. Miliaran lelang terjadi setiap hari di seluruh jajaran aplikasi Facebook.

7. Ukur dan kelola iklan

Setelah iklan dijalankan, pengguna dapat memantau kinerja dan mengedit kampanye di Pengelola Iklan. Lihat apakah salah satu versi iklan pengguna berkinerja lebih baik dari yang lain, atau apakah iklan pengguna ditayangkan secara efisien, dan buat perubahan serta penyesuaian jika perlu. Pengukuran Facebook membuka potensi untuk

mengoptimalkan iklan, memahami pemirsa, dan menumbuhkan bisnis pengguna.

Komitmen Facebook dalam Membantu Pelaku Bisnis Selama Masa Pandemi Covid-19

Dengan terguncangnya dunia bisnis di tengah serangan Covid-19, Facebook baru saja meluncurkan “Pusat Sumber Informasi Bisnis Covid-19” sebagai sumber informasi tambahan mengenai bagaimana caranya mempersiapkan diri dan mengelola bisnis guna menghadapi gangguan Covid-19. Facebook berupaya menjaga keselamatan publik dan memberikan info terkini tentang pandemi Covid-19. Facebook memahami bahwa sebagai bagian dari komunitas yang dilayani, para pelaku bisnis lainnya mungkin sedang diterpa tantangan yang di luar dugaan. Facebook pun berkomitmen memberikan dukungan semaksimal mungkin.

Dalam pusat sumber informasi bisnis tersebut, termuat beberapa komitmen Facebook untuk membantu pelaku bisnis melewati masa pandemi Covid-19. Komitmen dan Pusat sumber informasi bisnis Covid-19 tersebut memuat, yakni:

1. Program Hibah untuk Bisnis Kecil

Facebook paham bahwa banyak pelaku bisnis mungkin mengalami gangguan akibat wabah global Covid-19. Facebook menyadari bahwa sedikit dukungan keuangan dapat membantu. Oleh karena

itu, Facebook menawarkan pemberian dana sebesar US\$100 juta dalam bentuk uang tunai dan kredit iklan sebagai bantuan di masa Covid-19 ini. Program tersebut bertujuan untuk menjaga agar tenaga kerja bisnis tetap kuat, membantu membayar sewa, berinteraksi dengan lebih banyak pelanggan, dan menutup biaya operasional.

Dana tersebut akan diberikan ke maksimum 30.000 bisnis kecil yang memenuhi syarat di 30 negara yang menjadi wilayah operasional Facebook. Untuk dapat mengajukan permohonan, ada beberapa syarat yang wajib dipenuhi, yakni memiliki 2 sampai 50 karyawan, telah beroperasi selama lebih dari satu tahun, menghadapi tantangan dari merebaknya Covid-19, dan berlokasi di sekitar wilayah operasional Facebook (termasuk Indonesia).

2. Panduan dan tips pengelolaan bisnis berdasarkan jenis industri/usaha agar dapat bertahan di tengah iklim yang tak menentu seperti saat ini. Jenis industri/usaha tersebut, yakni restoran/kafe, ritel, salon & spa, pusat kebugaran & rekreasi, partner & agensi, serta media & penerbit.
3. Menyediakan *Toolkit* ketangguhan sebagai praktik terbaik, fitur, serta penilaian mandiri untuk membantu melindungi pelaku bisnis dari gangguan dan dapat diunduh secara gratis melalui laman resmi Facebook.

4. Menyediakan “Panduan Cepat Tanggap” yang berisi kerangka kerja tanggapan awal sebagai rujukan jika terjadi gangguan pada bisnis. Panduan tersebut menjelaskan cara mengelola tanggapan yang berdampak terhadap kegiatan bisnis, baik sebagian maupun seluruhnya, dengan tujuan utama untuk melindungi karyawan dan aset, serta meminimalkan waktu henti (*downtime*). Panduan tersebut juga dapat diunduh secara gratis melalui laman resmi Facebook.
5. Fitur tambahan untuk membantu pelaku bisnis mengatasi gangguan. Sumber informasi ini dapat membantu pelaku bisnis memberikan dukungan yang dibutuhkan oleh pelanggan dan karyawan dari sebuah bisnis. Fitur tersebut, yakni fitur gratis agar bisa selalu menjalin komunikasi melalui pelatihan gratis berdurasi 5 menit, fitur *Workplace* untuk pekerja jarak jauh, dan fitur rekrut pegawai yang dibutuhkan oleh sebuah bisnis lewat Lowongan Kerja.
6. Menyediakan Grup Facebook untuk menjalin komunikasi dengan sesama pelaku bisnis kecil. Laju Digital dengan Facebook berfungsi sebagai pusat dukungan komunitas dan peluang belajar berkelanjutan bagi para pelaku bisnis kecil dan marketer digital yang memanfaatkan jajaran fitur Facebook untuk bertumbuh. Selama masa krisis

seperti sekarang ini, grup ini dapat digunakan untuk berbagi kiat dan praktik terbaik kesiapsiagaan darurat yang berasal dari berbagai negara.

7. Menyediakan *Toolkit Social Good for Business* yang berisi strategi berinteraksi dengan komunitas, mendukung suatu gerakan bagi orang yang terdampak Covid-19 dalam bentuk penggalangan dana, dan mengambil tindakan dalam menghadapi Covid-19 bagi bisnis dengan beragam skala.

D. Kesimpulan

Keberadaan pandemi Covid-19 memengaruhi segala aspek kehidupan manusia, termasuk pada kegiatan bisnis. Para pelaku bisnis terpaksa harus mencari solusi terbaik guna menghindari kerugian yang lebih besar akibat kebijakan-kebijakan dalam memutus rantai penyebaran Covid-19, tetapi dengan hadirnya Facebook sebagai jejaring sosial dengan pengguna terbesar dunia mampu menjadi alternatif strategi pemasaran karena di dalamnya terdapat dua fitur, yakni Facebook Marketplace dan Facebook Ads yang sangat tepat digunakan oleh pelaku bisnis selama masa pandemi Covid-19 ini. Selain itu, Facebook juga berkomitmen dalam membantu pelaku bisnis melawati masa pandemi Covid-19 dengan meluncurkan “Pusat Sumber Informasi Bisnis Covid-19” sebagai sumber informasi tambahan mengenai bagaimana

cara mempersiapkan diri dan mengelola bisnis guna menghadapi gangguan Covid-19.

E. Daftar Pustaka

- Abdi, M. N. 2020. Krisis Ekonomi Global Dari Dampak Penyebaran Virus Corona (Covid-19). *AkMen Jurnal Ilmiah*, 17(1), 90–98.
- Arisanti, Y. L. 2019. Penggunaan Akronim Dan Singkatan Dalam Media Sosial (Jejaring Sosial Facebook Di Kalangan Remaja Sma Plus Multazam). *Literasi: Jurnal Bahasa Dan Sastra Indonesia Serta Pembelajarannya*, 2(2).
- Barnes, T. J. 2013. Folder 5, box 92. *Social & Cultural Geography*, 14(7), 784–791.
- Carlson, N. 2010. At last—the full story of how Facebook was founded. *Business Insider*, 5(3).
- Cascella, M., Rajnik, M., Cuomo, A., Dulebohn, S. C., & Di Napoli, R. 2020. Features, evaluation and treatment coronavirus (COVID-19). In *Statpearls [internet]*. StatPearls Publishing.
- Chandra, G. 2002. Strategi Program Pemasaran. *Yogyakarta: Andi Offset*.
- Chen, G. J., Wiener, J. L., Iyer, S., Jaiswal, A., Lei, R., Simha, N., Wang, W., Wilfong, K., Williamson, T., & Yilmaz, S. 2016. Realtime data processing at Facebook. *Proceedings of the 2016 International Conference on Management of Data*, 1087–1098.
- Chugh, R., & Ruhi, U. 2018. Social media in higher education: A literature review of Facebook. *Education and Information Technologies*, 23(2), 605–616.
- Dashraath, P., Jeslyn, W. J. L., Karen, L. M. X., Min, L. L., Sarah, L., Biswas, A., Choolani, M. A., Mattar, C., & Lin, S. L. 2020. Coronavirus disease 2019 (COVID-19) pandemic and pregnancy. *American Journal of Obstetrics and Gynecology*.

- El Zowalaty, M. E., & Järhult, J. D. 2020. From SARS to COVID-19: A previously unknown SARS-CoV-2 virus of pandemic potential infecting humans—Call for a One Health approach. *One Health*, 100124.
- Fernandes, N. 2020. Economic effects of coronavirus outbreak (COVID-19) on the world economy. Available at SSRN 3557504.
- Fowler, G. A. 2012. Facebook tops billion-user mark. *The Wall Street Journal*, 4.
- Fox, J. (2011). Five million Facebook users are 10 or younger. *ConsumerReports. Org*, May, 10(2011), 6.
- Gangadharbatla, H. 2008. Facebook me: Collective self-esteem, need to belong, and internet self-efficacy as predictors of the iGeneration's attitudes toward social networking sites. *Journal of Interactive Advertising*, 8(2), 5–15.
- Goje, K. 2017. Preventative Prophetic Guidance in Infection and Quarantine. *Jurnal Usuluddin*, 45(2), 155–170.
- Guo, Y.-R., Cao, Q.-D., Hong, Z.-S., Tan, Y.-Y., Chen, S.-D., Jin, H.-J., Tan, K.-S., Wang, D.-Y., & Yan, Y. 2020. The origin, transmission and clinical therapies on coronavirus disease 2019 (COVID-19) outbreak—an update on the status. *Military Medical Research*, 7(1), 1–10.
- Hadiwardoyo, W. 2020. KERUGIAN EKONOMI NASIONAL AKIBAT PANDEMI COVID-19. *BASKARA: Journal of Business & Entrepreneurship*, 2(2), 83–92.
- Handel, A., Miller, J. C., Ge, Y., & Fung, I. C. 2020. If containment is not possible, how do we minimize mortality for COVID-19 and other emerging infectious disease outbreaks? medRxiv, April. Shuler, Koukouovitis, Suematsu [https://Doi. Org/10.1101/2020.03, 13](https://doi.org/10.1101/2020.03.13).
- Haryati, H. 2019. Strategi Komunikasi Pemasaran Bisnis Online Dengan Menggunakan Facebook Sebagai Media Online. *Khazanah Ilmu Berazam*, 2(3 Sept),

309–314.

- Hidayat, S., Suryantoro, H., & Wiratama, J. 2017. Pengaruh Media Sosial Facebook Terhadap Perkembangan E-Commerce Di Indonesia. *Simetris: Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer*, 8(2), 415–420.
- Huang, Q., Ang, P., Knowles, P., Nykiel, T., Tverdokhlib, I., Yajurvedi, A., Dapolito IV, P., Yan, X., Bykov, M., & Liang, C. 2017. SVE: Distributed video processing at Facebook scale. *Proceedings of the 26th Symposium on Operating Systems Principles*, 87–103.
- Indoworo, H. E. 2016. Menumbuhkan jiwa wirausaha melalui peran sosial media. *Jurnal Informatika Upgris*, 2(1).
- Indrianto, H., Susanto, I., & Wijaya, A. F. 2016. Analisis Pemanfaatan Media Sosial Facebook Dalam Peningkatan Kinerja Promosi Pada Perguruan Tinggi (Studi Kasus: Fakultas Teknologi Informasi Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga). *SEMNAS TEKNOMEDIA ONLINE*, 4(1), 1–4.
- Joo, J., & Marakhimov, A. 2018. Antecedents of customer participation in business ecosystems: evidence of customers' psychological ownership in Facebook. *Service Business*, 12(1), 1–23.
- Jung, E. H., & Sundar, S. S. 2016. Senior citizens on Facebook: How do they interact and why? *Computers in Human Behavior*, 61, 27–35.
- Kasali, R. 2007. *Membidik pasar Indonesia: segmentasi, targeting, dan positioning*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kaya, T., & Bicen, H. 2016. The effects of social media on students' behaviors; Facebook as a case study. *Computers in Human Behavior*, 59, 374–379.
- Kosasih, I. 2016. Peran media sosial facebook dan twitter dalam membangun komunikasi. *Lembaran Masyarakat: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 2(1), 29–42.

- Kotler, P. 2016. *Marketing Management. Fifteenth Edition*. Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2008. *Principles of Marketing* (12th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2016. *Principles of Marketing* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Lai, C.-C., Liu, Y. H., Wang, C.-Y., Wang, Y.-H., Hsueh, S.-C., Yen, M.-Y., Ko, W.-C., & Hsueh, P.-R. 2020. Asymptomatic carrier state, acute respiratory disease, and pneumonia due to severe acute respiratory syndrome coronavirus 2 (SARSCoV-2): Facts and myths. *Journal of Microbiology, Immunology and Infection*.
- Lai, C.-C., Shih, T.-P., Ko, W.-C., Tang, H.-J., & Hsueh, P.-R. 2020. Severe acute respiratory syndrome coronavirus 2 (SARS-CoV-2) and corona virus disease-2019 (COVID-19): the epidemic and the challenges. *International Journal of Antimicrobial Agents*, 105924.
- Lai, C.-Y., & Yang, H.-L. 2016. Determinants and consequences of Facebook feature use. *New Media & Society*, 18(7), 1310–1330.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. 2012. *E-commerce 2012 (Business, Technology, Society)*. Eight Edition. England: Pearson Education Limited.
- Levy, J. 2010. *Facebook Marketing: Designing Your Next Marketing Campaign, Portable Documents*. Pearson Education.
- Long, N. J. 2020. From social distancing to social containment: reimagining sociality for the coronavirus pandemic. *Medicine Anthropology Theory*.
- Mahase, E. 2020. *Coronavirus: Covid-19 has killed more people than SARS and MERS combined, despite lower case fatality rate*. 2(1), 150–159.
- Makmur, R. 2016. *Bisnis Online. Edisi Revisi (Edisi Revi)*.
-

Informatika Bandung.

- Malik, A., Dhir, A., & Nieminen, M. (2016). Uses and gratifications of digital photo sharing on Facebook. *Telematics and Informatics*, 33(1), 129–138.
- Mariani, M. M., Di Felice, M., & Mura, M. 2016. Facebook as a destination marketing tool: Evidence from Italian regional Destination Management Organizations. *Tourism Management*, 54, 321–343.
- Marlina, M. 2016. Daya Tarik Facebook Sebagai Media Komunikasi Alternatif. *AL-BALAGH: Jurnal Komunikasi Islam*, 1(1)
- McKibbin, W. J., & Fernando, R. 2020. *The global macroeconomic impacts of COVID-19: Seven scenarios*.
- Miguel, J. C., & Casado, M. Á. 2016. GAFAnomy (Google, Amazon, Facebook and Apple): The big four and the b-ecosystem. In *Dynamics of big internet industry groups and future trends* (pp. 127–148). Springer.
- Mitchell, J. C. 1969. *Social networks in urban situations: analyses of personal relationships in Central African towns*. Manchester University Press.
- Mitchell, J. C. 1969. The Concept and Use of Social Network” dalam Social Networks in Urban Situation: Analysis of Personal Relationships in Central Africa Town. In *Social networks in urban situations*. Manchester University Press.
- Nguyen, T. T., & Kravets, A. G. 2016. Analysis of the social network facebook comments. *2016 7th International Conference on Information, Intelligence, Systems & Applications (IISA)*, 1–5.
- Özdemir, E. 2017. Promoting EFL learners’ intercultural communication effectiveness: a focus on Facebook. *Computer Assisted Language Learning*, 30(6), 510–528.
- Peristiwati, M. 2015. Hiperealitas Online Shop Dan Tindakan Konsumtif Melalui Jejaring Sosial Online

(Studi Aktivitas Belanja Online Mahasiswi Melalui Facebook). *Jurnal Mahasiswa Sosiologi*, 1(5).

- Phua, J., Jin, S. V., & Kim, J. J. 2017. Gratifications of using Facebook, Twitter, Instagram, or Snapchat to follow brands: The moderating effect of social comparison, trust, tie strength, and network homophily on brand identification, brand engagement, brand commitment, and membership intention. *Telematics and Informatics*, 34(1), 412–424.
- Pollák, F., & Dorčák, P. 2016. The Effective Use of Facebook by Small and Medium-Sized Enterprises Operating in Slovakia. *Market-Tržište*, 28(1), 79–91.
- Rothan, H. A., & Byrareddy, S. N. 2020. The epidemiology and pathogenesis of coronavirus disease (COVID-19) outbreak. *Journal of Autoimmunity*, 102433.
- Sances, M. W. (2018). Ideology and vote choice in US Mayoral elections: evidence from facebook surveys. *Political Behavior*, 40(3), 737–762.
- Sari, L. T. 2019. Perbedaan Penggunaan Facebook dan Instagram terhadap Perilaku Seks Bebas Remaja Usia 15-17 Tahun. *Jurnal Ners Dan Kebidanan (Journal of Ners and Midwifery)*, 6(1), 93–100.
- Schwartz, D. A. 2020. An analysis of 38 pregnant women with COVID-19, their newborn infants, and maternal-fetal transmission of SARS-CoV-2: maternal coronavirus infections and pregnancy outcomes. *Archives of Pathology & Laboratory Medicine*.
- Sengupta, S. 2012. Facebook's prospects may rest on trove of data. *New York Times*. Accessed, 8–16.
- Smith, A. W., & Freedman, D. O. 2020. Isolation, quarantine, social distancing and community containment: pivotal role for old-style public health measures in the novel coronavirus (2019-nCoV) outbreak. *Journal of Travel Medicine*, 27(2), taaa020.

- Sofjan, A. 2013. *Strategic Management edisi 2. Jakarta: Raja Grafindo Pesada.*
- Sohrabi, C., Alsafi, Z., O'Neill, N., Khan, M., Kerwan, A., Al-Jabir, A., Iosifidis, C., & Agha, R. (2020). World Health Organization declares global emergency: A review of the 2019 novel coronavirus (COVID-19). *International Journal of Surgery.*
- Surma, J. 2016. Social exchange in online social networks. The reciprocity phenomenon on Facebook. *Computer Communications*, 73, 342–346.
- Treadaway, C., & Smith, M. 2012. *Facebook marketing: An hour a day* (First Edit). Wiley Publishing, Inc.
- Wang, Y., Wang, Y., Chen, Y., & Qin, Q. 2020. Unique epidemiological and clinical features of the emerging 2019 novel coronavirus pneumonia (COVID-19) implicate special control measures. *Journal of Medical Virology*, 92(6), 568–576.
- Wewo, S., & Lilliweri, Y. K. N. 2019. Pengalaman Pegawai dalam Menggunakan Facebook. *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 8(2), 1433–1459.
- Wibowo, D. H., & Arifin, Z. 2015. Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29(1), 59–66.
- Yuniar, G. S. 2013. Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Situs Jejaring Sosial Facebook Dengan Pengungkapan Diri (Self Disclosure) Pada Siswa-Siswi Kelas VIII SMP Negeri 26. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi.*, 2(1).
- Yunti, A. P., & Abdullah, A. 2018. Analisis Penerapan Etika Bisnis Terhadap Penggunaan Facebook Ads. *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi)*, 1, 806–812.

BAB 8

Teknologi Hijau: Solusi Ketahanan Pangan Perkotaan Secara Berkelanjutan di Masa Pandemi Covid-19?

Oleh:

Diah Retno Dwi Hastuti, Rahim Darma, Darmawan
Salman, Slamet Santosa

A. Pertanian Kota: Isu Ketahanan Pangan Dan Ruang Terbuka Hijau

Kota saat ini menjadi tempat tinggal bagi 55% penduduk dunia (Artiola, Reynolds, & Brusseau, 2019) dan diprediksi menjadi 70% pada tahun 2050 sehingga terjadi *trade off* antara penduduk dan lahan (Chi & Ho, 2018; O'Sullivan, Bonnett, McIntyre, Hochman, & Wasson, 2019), dalam hal ini pengalihfungsian lahan pertanian dan ruang terbuka hijau menjadi tempat-tempat komersil, pusat perdagangan, maupun untuk kawasan sosial (Maru, Nasaruddin, Ikhsan, & Laka, 2015). Sementara penggunaan lahan akan mempengaruhi secara langsung pada ketersediaan pangan (Lattre-Gasquet, Mouël, & Mora, 2018). Keadaan ini perlu

ditanggapi secara positif, salah satunya dengan pemanfaatan lahan sempit seperti pekarangan (Ferreira, Guilherme, Ferreira, & Oliveira, 2018; Opitz, Berges, Piorr, & Krikser, 2016) sebagai penyedia pangan (Bon, Parrot, & Moustier, 2010; Zezza & Tasciotti, 2010) yang bergizi (Arifin, Munandar, Schultink, & Kaswanto, 2012; Mitchell & Hanstad, 2004) terutama bagi keluarga miskin (Cohen & Reynolds, 2014) yang diperkirakan mencapai 15%-30% dari pendapatan rumah tangga (Haletky, Taylor, Weidner, & Gerbing, 2006). Inilah yang secara harfiah disebut sebagai pertanian kota yang memproduksi pangan di rumah atau plot (Azunre, Amponsah, Peprah, Takyi, & Braimah, 2019) dan pemeliharaan ternak (Cohen, Reynolds, & Sanghvi, 2012) dengan tujuan komersial (Valley & Wittman, 2019) atau bukan.

Sementara menurut Peraturan Pemerintah No.17 (2015) pasal 1 (3) mendefinisikan ketahanan pangan sebagai kondisi terpenuhinya pangan bagi negara sampai dengan perseorangan yang tercermin dari tersedianya pangan yang cukup, baik jumlah maupun mutunya, aman, beragam, bergizi, merata, dan terjangkau serta tidak bertentangan dengan agama, keyakinan, dan budaya masyarakat untuk dapat hidup sehat, aktif, dan produktif secara berkelanjutan. Secara singkat ketahanan pangan merupakan bentuk hak asasi manusia atas kecukupan pangan (Rungkat & Zakaria, 2006). Dengan demikian tiga pilar dalam ketahanan pangan yang terdapat dalam definisi tersebut adalah ketersediaan

(*availability*), keterjangkauan (*accessibility*), baik secara fisik maupun ekonomi, dan stabilitas (*stability*) yang harus tersedia dan terjangkau setiap saat dan setiap tempat sehingga bertujuan untuk meningkatkan ketersediaan pangan. mengembangkan diversifikasi pangan, mengembangkan kelembagaan pangan, dan mengembangkan usaha pengelolaan pangan

Di sisi lain, proporsi petani (BPS Kota Makassar, 2020) hanya sebesar 1,06% dari total penduduk berusia lebih dari 15 tahun yang bekerja dengan durasi jam kerja terbanyak pada 15-34 jam/minggu dan didominasi pendidikan setingkat sekolah dasar. Hal tersebut sesuai dengan apa yang dicirikan Singh (Elizabeth, 2007) sehingga menimbulkan produktivitas yang rendah (White, 2015). Sementara adanya peningkatan jumlah penduduk kota setiap tahunnya menjadi tantangan tersendiri dalam memenuhi kebutuhan pangan (Cook, Oviatt, Main, Kaur, & Brett, 2015) seperti di Kota Makassar yang mengalami pertumbuhan penduduk 1,44% dengan luas sawah 2.450,25 ha dan produksi padi 11.734,98 ton (BPS Sulawesi Selatan, 2020). Bila rata-rata konsumsi beras 1,57 kg/kapita/minggu, di-*proxy* rata-rata konsumsi nasional, dan jumlah penduduk tahun 2019 sebesar 1.526.700 jiwa, maka dibutuhkan 115.052,11 ton beras setiap tahunnya. Artinya produksi lokal hanya memenuhi 10,2% kebutuhan beras. Sementara pengeluaran konsumsi pangan rata-rata Kota Makassar mencapai 43,34% dari pengeluaran rata-rata per kapita per bulan

sebesar Rp 1.513 094,34. Namun demikian bukan tidak mungkin untuk meningkatkan produksi pertanian di tengah kebutuhan lahan yang besar akibat pertumbuhan kota (Maru *et al.*, 2015), terlebih Makassar dikembangkan sebagai kota dunia (Fathun, 2015), dengan mempertahankan lahan pertanian (Suharyanto, Rinaldi, Arya, & Mahaputra, 2017) yang ada.

Hal lain yang tidak kalah penting adalah gaya hidup masyarakat kota yang semakin sadar akan kesehatan sehingga sebagian mulai bergeser ke pangan organik. Informasi tersebut diperoleh dari teman atau saudara, koran atau majalah, dan brosur. Namun demikian, ada beberapa konsumen yang berhenti akibat harga yang relatif mahal dan tidak adanya keberlanjutan produk karena sebagian besar produk dibeli melalui pengantaran dari rumah ke rumah. Oleh karena itu, penyediaan produk yang lebih murah, berkelanjutan, dan segar menjadi perhatian utama untuk pangan perkotaan. Salah satu langkah yang dapat dilakukan adalah melalui pertanian perkotaan.

Selain sebagai pemenuh kebutuhan pangan masyarakat, pertanian perkotaan dapat pula menciptakan ruang terbuka hijau yang lebih produktif. Jika merujuk Undang-undang No.26 tahun 2007 tentang penataan ruang, maka idealnya sebuah kota harus menyiapkan ruang terbuka hijau sebesar 30% (pasal 29 ayat 2) dari total luas kota, yang terdiri dari 20% ruang terbuka publik (pasal 29 ayat 3) dan 10% ruang terbuka privat.

Selanjutnya jika merujuk kebutuhan ruang terbuka hijau sebesar 5m² per kapita (Rijal, 2018), maka ruang terbuka hijau minimal untuk memenuhi kebutuhan penduduk Makassar tahun 2019 sebesar 763,35 ha. Nilai tersebut belum untuk mengatasi polusi dari kegiatan penduduk, seperti kendaraan, peralatan listrik rumah tangga, industri, dan perkantoran, maupun hewan peliharaan dan ternak. Sementara ruang terbuka hijau Makassar hanya mencapai 2.422 ha atau 13%. Dua isu tersebutlah yang mendorong dikembangkannya pertanian kota.

B. Revolusi Hijau dan Teknologi Hijau

Revolusi hijau yang diterapkan di Indonesia sejak akhir tahun 1960-an banyak mendapat kritikan keras dari berbagai pihak walaupun telah menyelamatkan Indonesia dari krisis pangan (Poerwanto & Wattimena, 2012). Kritikan-kritikan tersebut, antara lain: (1) terjadinya pencemaran lingkungan dan air oleh residu pupuk dan pestisida akibat penggunaannya yang kurang tepat (Sulaeman, 2012); (2) cemaran, paparan, dan kontaminasi pestisida pada pekerja usahatani di lapangan, ternak, dan hasil panen yang berakibat terhadap gangguan kesehatan atau keracunan (Myers, 2003); (3) pemusnahan komponen biota lingkungan terdiri dari serangga bermanfaat, hewan-hewan predator hama, dan mikroba bermanfaat pada lapisan atas tanah; (4) penyempitan keanekaragaman hayati serta pemiskinan kekayaan plasma nutfah; (5) penambahan atau

pengurusan hara tanah sehingga tanah menjadi kahat hara makro dan mikro, serta ketersediaan hara tidak seimbang; dan (6) ‘memarginalkan’ petani gurem (Sulaeman, 2012).

Memang tidak dapat dipungkiri pelaksanaan yang berorientasi produksi mengakibatkan ketergantungan petani pada penggunaan input sintetis sehingga mengurangi bahkan menghilangkan kemandirian petani untuk berusaha *survive* dengan kemampuan sumber daya yang dimilikinya, bahkan menurut teori fungsi produksi *Cobb-Douglas* (Debertin, 2012; Pindyck & Rubinfeld, 2009) penggunaan input yang berlebihan akan menurunkan produksi. Hal tersebut diperparah jika terjadi kelangkaan input (Basuki, 2014) yang akan memaksa petani untuk tidak memproduksi sehingga produksi tidak berkelanjutan. Namun, revolusi hijau tidak perlu kita hujat, tetapi perlu kita sempurnakan melalui penerapan teknologi hijau karena pertanian tak mungkin bisa mencukupi kebutuhan penduduk yang terus bertambah tanpa teknologi (Akhir, 2018) sehingga pemenuhan pangan menghadapi beberapa tantangan di antaranya adalah peningkatan populasi yang berarti peningkatan kebutuhan, urbanisasi yang mengakibatkan penurunan jumlah petani dan perubahan pola makan, keterbatasan sumberdaya (lahan dan air), perubahan iklim, dan pemborosan makanan (Pasinggi, 2018).

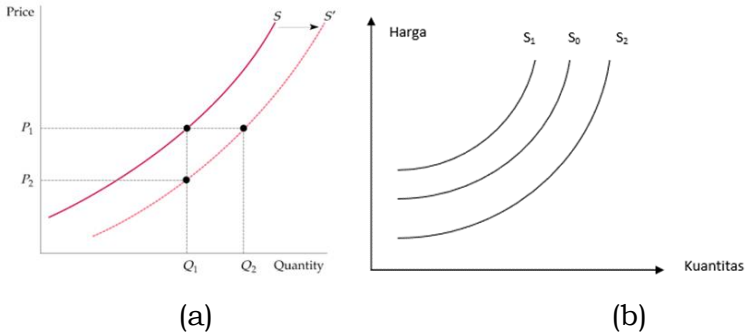
Teknologi hijau sendiri mempunyai arti teknik untuk menghasilkan energi dan/atau produk yang tidak

mencemari atau meracuni lingkungan hidup, seperti pertanian organik, *low input sustainable agriculture* (LISA), *low external input sustainable agriculture* (LEISA), revolusi hijau lestari, dan merevolusi revolusi hijau (Poerwanto & Wattimena, 2012). Teknologi ini akan menciptakan inovasi-inovasi dan perubahan dalam kehidupan secara lestari. Artinya ketergantungan pada fosil akan berkurang dan berganti dengan sumber-sumber yang terbaharui. Dengan demikian akan menumbuhkan perekonomian secara umum. Atau dapat pula dikatakan akan mentransformasi ekonomi hitam menuju ekonomi hijau. Teknologi pertanian hijau pada dasarnya adalah teknologi pertanian maju ramah lingkungan, aman terhadap pekerja lapang, hasil panen aman dikonsumsi, sistem produksi berkelanjutan, dan usahatani menguntungkan.

Penerapan teknologi hijau yang paling mudah diterapkan adalah pertanian organik. Akan tetapi, pengembangan pertanian organik secara teknis harus disesuaikan dengan prinsip dasar lokalitas. Artinya pengembangan pertanian organik harus disesuaikan dengan daya adaptasi tumbuh tanaman/binatang terhadap kondisi lahan, pengetahuan lokal teknis perawatannya, sumber daya pendukung, manfaat sosial tanaman/ binatang bagi komunitas dengan memperhatikan kondisi lingkungan dalam mengembangkan metode budidaya dan pengolahan berwawasan lingkungan yang berkelanjutan. Pertanian organik juga menjamin keberlanjutan bagi agroekosistem

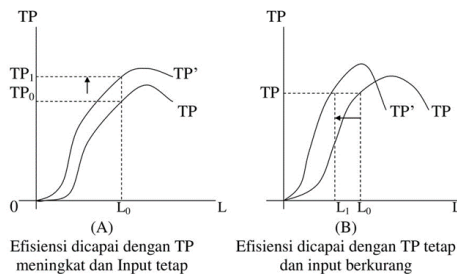
dan kehidupan petani sebagai pelaku pertanian. Sumber daya lokal dipergunakan sedemikian rupa sehingga unsur hara, biomassa, dan energi bisa ditekan serendah mungkin serta mampu mencegah pencemaran.

Pada saat teknologi dimasukkan sebagai faktor produksi, maka jumlah produksi yang ditawarkan akan semakin meningkat akibat semakin turunnya biaya produksi per unit. Akibatnya kurva penawaran bergeser ke kanan dari S_0 ke S_2 (gambar 1b) atau S ke S' (gambar 1a) dan jumlah barang/ jasa yang ditawarkan akan ikut bergeser dari Q_1 ke Q_2 atau terjadi penambahan penawaran sebanyak Q_1Q_2 . Sebelum adanya teknologi untuk memproduksi sebesar Q_1 diperlukan biaya yang lebih tinggi sehingga harga yang ditawarkan pun ikut tinggi di P_1 . Keadaan ini berubah dengan adanya teknologi sehingga untuk menghasilkan jumlah produksi yang sama diperlukan biaya yang lebih sedikit. Akibatnya harga yang ditawarkan pun ikut mengalami penurunan di P_2 . Berbeda jika produsen ingin tetap menjual pada harga P_1 , maka harus memproduksi pada Q_2 atau meningkatkan kapasitas produksinya sebesar Q_1Q_2 .



Gambar 1 Pergeseran Kurva Penawaran Akibat Teknologi (Lipsey, Courant, Purvis, & Steiner, 1995; Pindyck & Rubinfeld, 2009)

Penerapan teknologi tersebut diharapkan akan mempengaruhi kurva produksi dengan dua cara, yaitu menggeser kurva produksi ke atas menjadi TP' (gambar 2A). Dengan cara ini, penggunaan input yang sama yaitu L_0 dapat meningkatkan produksi menjadi TP_1 . Biaya produksi rata-rata per unit yang dibutuhkan pun akan menurun dan kurva penawaran akan bergeser ke bawah atau terjadi penambahan penawaran sehingga pada harga yang sama petani akan menyediakan produk yang lebih banyak. Cara kedua (gambar 2B) akan mengurangi input yang digunakan dari L_0 menjadi L_1 . Pada perspektif keberlanjutan cara inilah yang lebih banyak dijalankan.



Gambar 2 Kurva produksi dengan penggunaan teknologi (Pindyck & Rubinfeld, 2009), disederhanakan

C. Ketahanan Pangan Perkotaan dalam Pandemi Covid 19

Masalah pangan yang dihadapi Indonesia bukan tanggung jawab masyarakat pedesaan saja sebagai penyedia pangan, akan tetapi juga masyarakat perkotaan. Hanya perbedaannya terdapat pada luasan areal lahan yang dimiliki karena sejak dahulu kota selalu menarik masyarakat pedesaan untuk melakukan urbanisasi dengan alasan mencari pekerjaan, pendidikan, sampai hiburan. Mayoritas mereka yang melakukan urbanisasi untuk mencari pekerjaan adalah sekelompok tenaga kerja dengan *skill* yang terbatas sehingga pendapatan yang mereka peroleh pun sangat terbatas. Akhirnya sasaran tempat tinggalnya pun pada luasan yang terbatas dengan areal pekarangan yang sangat minim.

Permasalahan perkotaan tidak hanya pada lahan yang semakin sempit, tetapi juga tingginya biaya hidup terlebih untuk pemenuhan pangan yang dapat menyerap lebih dari 50% pendapatan keluarga (Hubeis, 2012). Oleh karena itu, pertanian perkotaan dapat menjadi salah satu solusi (Slabinski, 2013) karena tidak hanya menjadikan lahan kosong menjadi berguna, tetapi juga memberikan solusi murah dan fleksibel bagi masyarakat yang kesulitan finansial. Hal inilah yang dapat memberikan dampak pada ekonomi rumah tangga perkotaan (Egal, Valstar, & Meershoek, 2001; Nugent, 2000), terutama peran perempuan sebesar 41.9% dari seluruh angkatan

kerja pertanian di negara berkembang (*International Labour Organization*, 2017), seperti yang ditemukan Li (2009) di China, Robertson (2013) di kota dan pinggiran Kanada, Slabinski (2013) di Pennsylvania, di Bangladesh (Sraboni, Malapit, Quisumbing, & Ahmed, 2014), Akter *et al.* (2017) di Asia Selatan, dan di Jakarta (Cahya, 2014) karena perempuan masih menanggung sebagian besar tanggung jawab untuk mencari rejeki dan kesejahteraan rumah tangga walaupun status pendidikan formalnya lebih rendah dari laki-laki. Selain itu peran *multi-faceted* pertanian perkotaan di Afrika di mana beberapa wanita yang menggunakan aktivitas ini untuk mendukung rumah tangga mereka setiap hari serta sebagai jalan untuk pemberdayaan sosial dan ekonomi dalam jangka panjang (Hovorka, 2006).

Demikian halnya dengan adanya pandemi Covid 19 yang memaksa terjadinya penutupan perbatasan, karantina, menimbulkan gangguan pasar dan rantai pasok yang memicu terjadinya kerawanan pangan, terutama pada kelompok masyarakat berpenghasilan Rp1.800.000,00 dan di sisi lain terjadi peningkatan pengeluaran masyarakat sebesar 20%-50%, khususnya untuk bahan makanan (BPS, 2020). Penerapan pembatasan sosial pun berdampak pada akses petani ke pasar sehingga terbuangnya bahan pangan. Berbeda dengan kelompok masyarakat menengah ke atas yang melakukan pembelian berlebihan akibat rasa panik dan penimbunan makanan serta respons kebijakan terkait

perdagangan terhadap pandemi, khususnya pembatasan apapun pada ekspor, dapat menyebabkan naiknya harga dan meningkatkan volatilitas harga dan membuat pasar internasional menjadi tidak stabil (Glauber, Laborde, Martin, & Vos, 2020). Keadaan ini mendorong kota untuk menyediakan pangan secara lokal sebagai fungsi *supply* pangan (Bon *et al.*, 2010).

Alternatif peran masyarakat selama pandemi antara lain: (1) melakukan kampanye dan afirmasi sosial untuk mencegah penularan dari orang luar, (2) mengembangkan *start-up* bidang pertanian yang menjadi perantara pasar bagi petani, (3) memanfaatkan riset dan teknologi terkini/ *smart agriculture*, (4) menjadi pendamping petani dalam mengembangkan kapasitas usaha dan memperkuat kelembagaan. Sementara (Satria, 2020) memberi alternatif penanganan tersebut dalam dua jangka waktu yang berbeda. Pertama, jangka pendek untuk perlindungan petani yang dilakukan dengan cara: (1) kebijakan logistik dan rantai pasok pangan dengan melibatkan BUMN pangan, koperasi, dan swasta nasional dengan berbasis teknologi 4.0, khususnya *blockchain*, (2) memperluas akses petani, peternak, dan nelayan pada jaring pemasaran daring, (3) stimulus ekonomi khusus pertanian dan pedesaan, dan (4) skema perlindungan dan jaring pengaman sosial. Kedua, jangka menengah untuk mewujudkan kemandirian pangan melalui enam cara: (1) gerakan produksi skala rumah tangga, (2) produk substitusi impor, (3) penyempurnaan sistem data dan

informasi pertanian dan perikanan secara spasial berbasis teknologi 4.0, (4) reformasi agraria dalam bentuk *land reform* dan *access reform*, (5) mempercepat regenerasi petani, dan (6) pengembangan pertanian organik dan implementasi *blue economy*.

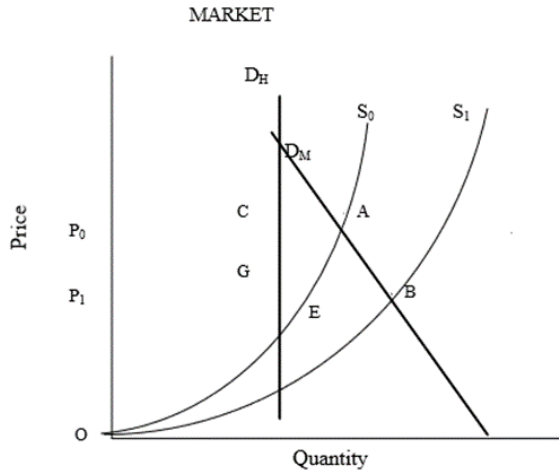
Pada tingkat rumah tangga dilakukan melalui diversifikasi ketahanan pangan lokal sebagai upaya mengurangi ketergantungan kepada beras dan peningkatan perbaikan gizi Himagizi *cit* Darma (2014) karena perasaan kenyang dengan nasi adalah perasaan kenyang yang tidak sehat akibat kekurangan gizi (Rungkat & Zakaria, 2006). Bentuk diversifikasi pangan sendiri dapat dilakukan dengan cara: (1) meningkatkan konsumsi daging, telur, ikan, buah dan sayur untuk golongan berpenghasilan tinggi, (2) mengganti sebagian beras dengan sumber karbohidrat lain dan sebagian dengan sumber pangan hewani, sayur, dan buah, (3) mengganti sebagian kecil beras dengan sumber karbohidrat lain untuk golongan menengah ke bawah, (4) tetap mengkonsumsi beras untuk golongan rendah karena kandungan protein yang lebih baik dan murah dibanding umbi, singkong, dan sagu, (5) pangan berbasis sumber daya lokal perlu diolah dan disajikan secara modern menjadi pangan yang mempunyai nilai yang setara atau lebih baik dari beras, dan (6) proses modernisasi pangan lokal dilakukan secara lokal agar memenuhi kebutuhan lokal. Upaya terdekat dimulai dari pekarangan yang dikenal sebagai Pekarangan Pangan

Lestari (P2L) dengan memanfaatkan lahan pekarangan (Cahya, 2014) yang ada untuk diusahakan tanaman pangan dan hortikultura, tanaman berekonomi tinggi, ternak, maupun ikan yang menunjang kebutuhan gizi keluarga (Rauf, Rahmawaty, & Said, 2013) di masa pandemi dan memberi nilai keindahan bila dikelola secara optimal dan terencana.

Pemanfaatan pekarangan tersebut mempunyai empat fungsi dasar berdasarkan aspek sosial ekonomi, yaitu (1) untuk memenuhi kebutuhan pokok, (2) menghasilkan tambahan pendapatan keluarga, (3) fungsi sosial dan budaya, serta (4) fungsi ekologi (Andrianyta & Mardiharini, 2015; Mitchell & Hanstad, 2004). Sebagai contoh pemanfaatan pekarangan di Pulau Jawa dengan skala $< 120 \text{ m}^2$ dapat memberikan sumbangan bagi rumah tangga, antara lain mengurangi pengeluaran untuk pangan rata-rata 9,9%, menambah pendapatan rumah tangga sekitar 11%, dan perbaikan pola konsumsi dengan peningkatan asupan vitamin, mineral dan karbohidrat masing-masing 2,4%, 23,6% dan 1,9% (Arifin *et al.*, 2012). Berbeda dengan pertanian Kota Makassar yang dilakukan di hamparan hanya memberi kontribusi pendapatan rumah tangga sebesar 5,5% yang diperoleh dari penjualan hasil panennya sebesar 2%-7%, sisanya dikonsumsi dan sebagai upah tenaga kerja. Dengan demikian, pemanfaatan dan pengelolaan pertanian ini sangat sesuai di saat masyarakat harus lebih banyak tinggal di rumah.

D. Teknologi Hijau: Konsep Pertanian Kota dalam Mendukung Ketahanan Pangan Secara Berkelanjutan

Manfaat kemajuan teknologi bagi konsumen perkotaan akan mengorbankan produsen, situasinya secara signifikan berbeda ketika sebagian dari komoditi dikonsumsi oleh produsen sendiri (Hayami & Ruttan, 1985 *cit* Gabre-Madhin, Barrett, & Dorosh., 2002). Dalam ekonomi tertutup sebagian besar dari surplus konsumen dibebankan kepada produsen dan sebagian atau seluruhnya mengkompensasi kerugian dalam surplus produsen dari efek *treadmill*. Pada gambar 3, D_H mewakili permintaan untuk konsumsi rumah tangga oleh produsen, D_M adalah permintaan pasar, S_0 dan S_1 adalah kurva penawaran sebelum dan sesudah perubahan teknologi. Dengan pergeseran pasokan, konsumen mendapat manfaat dari peningkatan produksi dan harga lebih rendah dari P_0 ke P_1 . Surplus konsumen meningkat menjadi AP_0P_1B di mana sebesar $ACGB$ dikenakan kepada non-produsen dan CP_0P_1G dikenakan kepada produsen. Surplus produsen berubah dari AP_0O ke BP_1O . Meskipun secara teori surplus produsen dapat meningkat, permintaan pasar yang lebih inelastik akan semakin menurunkan surplus produsen. Namun, jika kuantitas konsumsi rumah tangga besar, maka semakin tinggi surplus konsumen yang diterima oleh produsen.



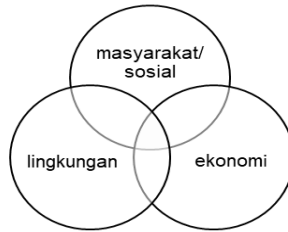
Gambar 3 Dampak Perubahan Teknologi terhadap Tanaman Subsisten (Hayami & Ruttan, 1985 *cit* Gabre-Madhin *et al.*, 2002)

Jika pemanfaatan teknologi termasuk bioteknologi (Farouki, 2018) yang dipakai sesuai dengan kondisi di perkotaan, maka ketahanan dan keamanan pangan (Baulcombe *et al.*, 2009; Cordell, Drangert, & White, 2008); dapat diwujudkan (Mursalim, 2013) mengingat pangan sebagai masalah dasar untuk kelangsungan peradaban manusia (Bó, Hernández-Lagos, & Mazzuca, 2015; Subejo, 2011) yang semakin bertambah (Burns, Gleadow, Cliff, Zacarias, & Cavagnaro, 2010) sebagai faktor penting dalam usaha pembangunan manusia yang berkualitas. Tentunya dengan pemanfaatan dan penguasaan teknologi pertanian yang handal untuk menekan biaya produksi (Park, McDonald, Devkota, & Davis, 2018). Dengan demikian diperlukan perubahan agar pembangunan pertanian dapat berkelanjutan (Mosher, 1991). Perubahan tersebut diharapkan akan

meningkatkan produktivitas, baik melalui penerapan teknologi secara mandiri maupun beberapa teknologi secara bersamaan. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mempercepat perubahan tersebut adalah dengan riset (Lakitan, 2012; Mosher, 1991; Noor, 2011). Akan tetapi, perubahan yang terjadi untuk memajukan peradaban manusia tersebut secara tidak langsung menciptakan bencana bagi manusia sendiri (Ehrlich, 1995; Ngafifi, 2014) seperti pencemaran maupun kerusakan alam.

Tentu saja pengembangan pertanian perkotaan dapat dilakukan dalam pendekatan pembangunan perkotaan yang berkelanjutan. Li (2009) dan Cahya (2014) menyatakan bahwa pembangunan pertanian yang berkelanjutan berupaya mencapai keberlanjutan produksi pertanian dengan memperhatikan keberlanjutan sosial, keberlanjutan ekonomi, dan keberlanjutan lingkungan dalam jangka panjang seperti yang ditunjukkan gambar 4. Keberlanjutan sosial pada dua tingkat, yakni di tingkat komunitas pertanian terkait dengan kesejahteraan petani dan keluarganya, serta di tingkat masyarakat terkait dengan tuntutan masyarakat, nilai-nilai, dan keprihatinannya. Sementara keberlanjutan ekonomi umumnya dipandang sebagai kelayakan ekonomi, yaitu apakah sistem tersebut dapat bertahan dalam jangka panjang dalam konteks ekonomi yang berubah, sedangkan keberlanjutan lingkungan berfokus pada aspek fisik, seperti unsur hara, pestisida, sumber daya

yang tidak terbarukan (energi dan air), pengelolaan lahan, emisi gas rumah kaca dan zat pengoksidasi, keanekaragaman hayati, serta kualitas fisik, kimia, dan tanah biologis (Latruffe *et al.*, 2016).



Gambar 4 Tiga pilar keberlanjutan (James, 2005; Pattis, 2010)

Keterbatasan ruang gerak dan lahan di perkotaan menjadikan pekarangan sebagai lahan paling ideal. Pemanfaatan pekarangan tersebut dapat dilakukan dengan beberapa cara, antara lain dengan teknik: (1) vertikultur, merupakan budidaya tanaman secara vertikal atau bertanam dengan sistem bertingkat. Tujuan bertanam secara vertikultur adalah memanfaatkan lahan yang sempit secara optimal. Tingkat kesulitan bertanam tergantung model yang digunakan; (2) hidroponik, yaitu cara bertanam menggunakan media air dan larutan mineral bernutrisi; (3) *wallkaponik* prinsip sistemnya sama dengan vertiminaponik yaitu mengintegrasikan antara budidaya tanaman dan budidaya ikan, hanya saja budidaya tanaman disusun bertingkat secara vertikal; (4) vertiminaponik; (5) *wallgardening* dengan memanfaatkan tembok atau dinding yang kosong, baik berdiri menempel langsung pada tembok maupun berdiri sejajar tembok; dan (6) aeroponik, yakni pemanfaatan (6) udara sebagai

media tanam sehingga akar terlihat menggantung di mana nutrisi yang dibutuhkan langsung disemprot ke akar tanaman. Teknologi model penanaman tersebut memberi beberapa keuntungan, seperti dapat ditanam kapan saja atau tidak mengenal musim, lebih hemat air penyiraman, tidak menggunakan pupuk anorganik, lebih efisien waktu dan tenaga untuk penyiraman, kualitas air lebih terjaga, dan hasil produksi tanaman dan ikan lebih aman dikonsumsi.

Tabel 1 Hasil Panen Budidaya Vertiminaponik dengan Siklus 3 Bulan

No.	Komoditas	Hasil Panen	Jumlah Panen	Berat Panen (kg)	Harga Pasar (Rp/kg)	Total Penerimaan (Rp)
1.	Kangkung/ talang	582 (g)	8 kali	4,656	30.000	139.680
2.	Sawi/ talang	277,5 (g)	3 kali	0,8325	40.000	19.980
3.	Selada/ talang	352,5 (g)	3 kali	1,0575	50.000	52.875
4.	Bayam/ talang	211,5 (g)	3 kali	0,6345	45.000	28.552
5.	Lele	19,373 (Kg)	1 kali	19,373	25.000	484.325
Total						725.412

Sumber: Sastro *et al.* (2013)

Sebagai contoh pada teknik vertiminaponik (tabel 1) menggunakan 8 talang air dengan panjang masing-masing satu meter dan bak kolam berkapasitas 0,5m³. Teknik ini memberikan nilai ekonomis jika dikomersialkan dan dapat memberi nilai gizi pada anggota keluarga jika dikonsumsi sendiri. Jenis sayuran yang ditanam merupakan sayuran berumur pendek, seperti bayam, selada, kangkung, sawi, maupun pokcoy. Panen

setiap komoditas dilakukan pada waktu yang berbeda-beda sesuai dengan umurnya, misalnya kangkung dan bayam dapat dipanen pada umur 3 minggu dengan cara digunting 4 – 5 cm di atas media tanam sehingga dapat tumbuh dan dipanen kembali. Begitu pula ikan yang ditebar dapat dipanen 3 bulan untuk lele atau 4-5 bulan untuk ikan nila dan bawal. Selanjutnya jika dilakukan analisis usaha diperoleh nilai *break event point* sebesar 3,74 dan *return cost ratio* sebesar 2,18 (Rokhmah, Ammatillah, & Sastro, 2014). Dengan demikian, vertiminaponik sebagai salah satu teknologi hijau secara ekonomi memberi nilai positif bagi keluarga. Demikian pula secara sosial dapat mempererat hubungan anggota keluarga, terlebih di masa pandemi dan dari sisi lingkungan kotoran yang dihasilkan dari kolam ikan dapat digunakan kembali sebagai nutrisi tanaman di atasnya sehingga mengurangi *input* pupuk. Artinya, penggunaan teknologi ini membentuk ketahanan pangan secara berkelanjutan pada skala rumah tangga perkotaan.

Selanjutnya keberadaan perangkat sensor memungkinkan kita untuk memperoleh data dari lahan pertanian secara akurat dan real time. Saat ini telah tersedia perangkat sensor untuk berbagai parameter yang ingin diukur, seperti suhu, kelembaban (tanah dan udara), CO₂, O₂, cahaya, dan tingkat ketinggian air (Pasinggi, 2018). Data yang diperoleh dari lahan pertanian dapat dimanfaatkan untuk berbagai kepentingan, baik untuk sekedar melakukan monitoring ataupun

dokumentasi. Data yang terus-menerus diperoleh dari lahan pertanian akan terakumulasi dalam volume dan jenis data yang sangat besar. Perkembangan teknologi penanganan *big data* terkini memungkinkan kita untuk melakukan penyimpanan data tersebut. Data yang banyak tersebut dapat dianalisis untuk kepentingan pengambilan keputusan atau melakukan prediksi. Pada kasus pengambilan keputusan misalnya dapat berupa penentuan jenis tanaman yang akan ditanam pada kondisi tertentu. Lain halnya menurut (Akhir, 2018) yang menyatakan bahwa sektor pertanian juga perlu beradaptasi untuk menjawab tantangan ke depan yaitu penggunaan *remote control* dari rumah untuk mengolah lahan, menanam, memanen hingga pengolahan. Selain itu melalui implementasi industri 4.0 di sektor pertanian diharapkan proses usahatani menjadi semakin efisien sehingga harapannya akan meningkatkan produktivitas dan daya saing.

E. Daftar Pustaka

- Akhir, D. J. 2018. Revolusi Industri 4.0 Sektor Pertanian, Petani Gunakan Remote Control saat Panen. Retrieved from www.economy.okezone.com
- Akter, S., P.Rutsaert, Luis, J., Htwe, N. M., San, S. S., Raharjo, B., & Pustika, A. 2017. Women's Empowerment and Gender Equity in Agriculture: A Different Perspective from Southeast Asia. *Food Policy*, 69, 270–279.
- Andrianyta, H., & Mardiharini, M. 2015. Sosial Ekonomi Pekarangan Berbasis Kawasan Di Perdesaan dan

- Perkotaan Tiga Provinsi Di Indonesia. *Jurnal Pengkajian Dan Pengembangan Teknologi Pertanian*, 18(3), 225–235.
- Arifin, H. S., Munandar, A., Schultink, G., & Kaswanto, R. L. 2012. The Role and Impacts of Smallscale, Homestead Agro-forestry Systems (“Pekarangan”) on Household Prosperity: an Analysis of Agro-Ecological Zones of Jawa, Indonesia. *International Journal of AgriScience*, 2(10), 896–914.
- Artiola, J. F., Reynolds, K. A., & Brusseau, M. L. 2019. Urban and Household Pollution. In M. L. Brusseau, I. L. Pepper, & C. P. Gerba (Eds.), *Environmental and Pollution Science Third Edition* (pp. 311–326). New York: Academic Press.
- Azunre, G. A., Amponsah, O., Peprah, C., Takyi, S. A., & Braimah, I. 2019. A Review of The Role of Urban Agriculture in The Sustainable City Discourse. *City*, 93, 104–119.
- Basuki, R. S. 2014. Identifikasi Permasalahan dan Analisis Usahatani Bawang Merah di Dataran Tinggi Pada Musim Hujan di Kabupaten Majalengka. *Hortikultura*, 24(3), 266–275.
- Baulcombe, D., Crute, I., Davies, B., Dunwel, I. J., Gale, M., Jones, J., ... Toulmin, C. 2009. *Reaping the Benefits: Science and the Sustainable Intensification of Global Agriculture*. London: Royal Society.
- Bó, E. D., Hernández-Lagos, P., & Mazzuca, S. 2015. *The Paradox of Civilization Pre-Institutional Sources of Security and Prosperity* (NBER Working Paper Series). Cambridge.
- Bon, H. de, Parrot, L., & Moustier, P. 2010. Sustainable Urban Agriculture in Developing Countries: A Review. *Agronomy for Sustainable Development*, 30, 21–32.
- BPS. 2020. *Hasil Survei Sosial Demografi Dampak COVID-19*. Jakarta.
- BPS Kota Makassar. 2020. *Kota Makassar dalam Angka*
-

2020. Makassar.

- BPS Sulawesi Selatan. 2020. *Provinsi Sulawesi Selatan dalam Angka 2020*. Makassar.
- Burns, A., Gleadow, R., Cliff, J., Zacarias, A., & Cavagnaro, T. 2010. Cassava: The Drought, War and Famine Crop in a Changing World. *Sustainability*, 2(11), 3572–3607.
- Cahya, D. L. 2014. Kajian Peran Pertanian Perkotaan Dalam Pembangunan Perkotaan Berkelanjutan (Studi Kasus: Pertanian Tanaman Obat Keluarga Di Kelurahan Slipi, Jakarta Barat. *Forum Ilmiah*, 11(3), 323–333.
- Chi, G., & Ho, H. C. 2018. Population Stress: A Spatiotemporal Analysis of Population Change and Land Development at The County Level in The Contiguous United States, 2001–2011. *Land Use Policy*, 70, 128–137.
- Cohen, N., & Reynolds, K. 2014. Urban Agriculture Policy Making in New York’s “New Political Spaces”: Strategizing for a Participatory and Representative System. *Journal of Planning Education and Research*, 34(2), 221–234.
- Cohen, N., Reynolds, K., & Sanghvi, R. 2012. *Five Borough Farm: Seeding the Future of Urban Agriculture in New York City*. New York: Print Craf.
- Cook, J., Oviatt, K., Main, D. S., Kaur, H., & BretT, J. 2015. Re-Conceptualizing Urban Agriculture: An Exploration of Farming Along the Banks of the Yamuna River in Delhi, India. *Agric Hum Values*, 32, 265–279.
- Cordell, D., Drangert, J. O., & White, S. 2008. The Story of Phosphorus: Global Food Security and Food for Thought. *Global Environmental Change*, 19, 292–305.
- Darma, R. 2014. Kedaulatan Pangan. In D. Dachlan & S. Suhab (Eds.), *Pembangunan Kawasan Timur Indonesia dalam Konteks Kekinian Indonesia*. Makassar: Pusat Penelitian dan Pengembangan

Kebijakan dan Manajemen Universitas Hasanuddin.

- Debertin, D. L. 2012. *Agricultural Production Economics Second Edition*. California: CreateSpace Independent Publishing Platform.
- Egal, F., Valstar, A., & Meershoek, S. 2001. *Urban Agriculture, Household Food Security and Nutrition in Southern Africa*. Rome: Mimeo.
- Ehrlich, A. H. 1995. Implications of Population Pressure on Agriculture and Ecosystems. *Advances in Botanical Research*, 21, 79–104.
- Elizabeth, R. 2007. Fenomena Sosiologis Metamorphosis Petani: Ke Arah Keberpihakan pada Masyarakat Petani di Pedesaan yang Terpinggirkan Terkait Konsep Ekonomi Kerakyatan. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, 25(1), 29–42.
- Fathun, L. M. 2015. Paradiplomasi Menuju Kota Dunia: Studi Kasus Pemerintah Kota Makassar. *Indonesian Perspective*, 1(1), 75–94.
- Ferreira, A. J. D., Guilherme, R. I. M. M., Ferreira, C. S. S., & Oliveira, M. F. M. L. de. 2018. Urban Agriculture, a tool towards more resilient urban communities? *Current Opinion in Environmental Science & Health*, 5, 93–97.
- Gabre-Madhin, E., Barrett, C. B., & Dorosh., P. 2002. *Technological Change and Price Effects in Agriculture : Conceptual and Comparative Perspectives*. Washington.
- Glauber, J., Laborde, D., Martin, W., & Vos, R. 2020. COVID-19: Trade restrictions are worst possible response to safeguard food security.
- Haletky, N., Taylor, O., Weidner, J., & Gerbing, S. 2006. Urban Agriculture as a Solution to Food Insecurity: West Oakland and People's Grocery. In M. Jacques-Menegaz & N. Haletky (Eds.), *Urban Action 2006* (pp. 49–57). San Francisco: San Francisco State University.
- Hovorka, A. 2006. Urban agriculture: Addressing practical
-

- and strategic needs. *Development in Practice*, 16(1), 51–61.
- ILO. 2017. *World Employment Social Outlook: Trends for women 2017*.
- James, H. S. 2005. *For a Sustainable Agriculture, We Need More Adam Smith, Not Less*. Columbia: The Department of Agricultural Economics University of Missouri.
- Lakitan, B. 2012. *Kebijakan Riset dan Teknologi untuk Mewujudkan Ketahanan Pangan Nasional. Widyakarya Peran Teknologi dalam Peningkatan Ketahanan Pangan dan Gizi Masyarakat*. Jakarta.
- Latruffe, L., Diazabakana, A., Bockstaller, C., Desjeux, Y., Finn, J., Kelly, E., ... Uthes, S. 2016. Measurement of Sustainability in Agriculture: A Review of Indicators. *Studies in Agricultural Economics*, 118, 123–130.
- Lattre-Gasquet, M., Mouël, C. L., & Mora, O. 2018. The 'Land Use and Food Security' System. In M. Lattre-Gasquet, C. L. Mouël, & O. Mora (Eds.), *Land Use and Food Security in 2050: A Narrow Road* (p. 15). Versailles Cedex: Éditions Quæ.
- Li, M. 2009. The choice of Sustainable development model of China's. *Agriculture Asian Social Science*, 5, 91–93.
- Lipsey, R. G., Courant, P. N., Purvis, D. D., & Steiner, P. O. 1995. *Pengantar Mikroekonomi*. (A. J. Wasana & Kirbrandoko, Eds.) (10th ed.). Jakarta: Binarupa Aksara.
- Maru, R., Nasaruddin, Ikhsan, M., & Laka, B. M. 2015. Perubahan Penggunaan Lahan Kota Makassar Tahun 1990-2010. *Sainsmat*, 4(2), 113–125.
- Mitchell, R., & Hanstad, T. 2004. *Small Homegarden Plots and Sustainable Livelihoods for the Poor* (FAO LSP Working Paper). New York.
- Mosher, A. T. 1991. *Menggerakkan dan Membangun Pertanian*. Jakarta: Yasaguna.

- Myers, J. P. 2003. *From Silent Spring to Scientific Revolution*. San Francisco: Medical Society.
- Ngafifi, M. 2014. Kemajuan Teknologi dan Pola Hidup Manusia dalam Perspektif Sosial Budaya. *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi Dan Aplikasi*, 2(1), 33–47.
- Noor, I. H. M. 2011. Pemanfaatan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi dalam Kegiatan Pengabdian Masyarakat di Perguruan Tinggi. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 17(3), 306–315.
- Nugent, R. 2000. The impact of urban agriculture on household and local economies. In S. Gundel, M. Dubbeling, H. de Zeeuw, N. Bakker, & U. Sabel-Koschella (Eds.), *Growing Cities, Growing Food: Urban Agriculture on the Policy Agenda*. Fefdafing: Deutsche Stiftung fur internationale Entwicklung.
- O’Sullivan, C. A., Bonnett, G. D., McIntyre, C. L., Hochman, Z., & Wasson, A. P. 2019. Strategies to Improve the Productivity, Product Diversity and Profitability of Urban Agriculture. *Agricultural Systems*, 174, 133–144.
- Opitz, I., Berges, R., Piorr, A., & Krikser, T. 2016. Contributing to Food Security in Urban Areas: Differences between Urban Agriculture and Peri-Urban Agriculture in the Global North. *Agriculture and Human Values*, 33(2), 341–358.
- Park, A. G., McDonald, A. J., Devkota, M., & Davis, A. S. 2018. Increasing Yield Stability and Input Efficiencies with Cost-Effective Mechanization in Nepal. *Field Crops Research*, 228, 93–101.
- Pasinggi, E. S. 2018. *Agriculture 4.0: Revolusi Pertanian Tahap Keempat*.
- Pattis, A. T. 2010. *Motivating Sustainable Agriculture Change Applied to the Island of Samsø*. Aalborg University.
- Peraturan Pemerintah No.17, Pub. L. No. No.17. 2015. indonesia.

- Pindyck, R. S., & Rubinfeld, D. L. 2009. *Microeconomics (Eighth Edition)*. New York: Prentice Hall.
- Poerwanto, R., & Wattimena, G. A. 2012. Belajar dari Revolusi Hijau. In R. Poerwanto, I. Z. Siregar, & A. Suryani (Eds.), *Merevolusi Revolusi Hijau* (pp. 31–40). Bogor: IPB Press.
- Rauf, A., Rahmawaty, & Said, D. B. T. J. 2013. Sistem Pertanian Terpadu Di Lahan Pekarangan Mendukung Ketahanan Pangan Berkelanjutan Dan Berwawasan Lingkungan. *Jurnal Pertanian Tropik*, 1(1), 1–8.
- Rijal, S. 2018. Kebutuhan Ruang Terbuka Hijau di Kota Makassar Tahun 2017. *Jurnal Hutan Dan Masyarakat*, 3(1), 65–77.
- Robertson, C. 2013. *The Role of Gender in Urban Agriculture: A Case Study of Cape Town's Urban and Peri-Urban Townships*. The University of Guelph.
- Rokhmah, N. A., Ammatillah, C. S., & Sastro, Y. 2014. VERTIMINAPONIK, MINI AKUAPONIK UNTUK LAHAN SEMPIT DI PERKOTAAN. *Buletin Pertanian Perkotaan*, 4(2), 14–22.
- Rungkat, F., & Zakaria. 2006. Ketahanan Pangan Sebagai Wujud Hak Asasi Manusia atas Kecukupan Pangan. In Sutanto (Ed.), *Revitalisasi Pertanian dan Dialog Peradaban*. Jakarta: Kompas Media Nusantara.
- Sastro, Y., Lestari, I. P., Amatillah, C. S., Hakim, L., Astuti, E. P., & Nur, M. 2013. Pengkajian Sistem Akuaponik Sayuran Skala Pekarangan di Perkotaan. *Balai Pengkajian Teknologi Pertanian*.
- Satria, A. 2020. *Kebijakan Pangan dan Pertanian dalam Rangka Kemandirian Pangan Pasca Pandemi Covid 19*. Jakarta: Low Carbon Development Indonesia.
- Slabinski, J. M. 2013. From Wasteland To Oasis: How Pennsylvania Can Appropriate Vacant Urban Land Into Functional Space Via Urban Farming. *Widener Law Journal*, 22, 253–287.
- Sraboni, E., Malapit, H. J., Quisumbing, A. R., & Ahmed,

- A. U. 2014. Women's Empowerment in Agriculture: What Role for Food Security in Bangladesh? *World Development*, 61, 11–52.
- Subejo. 2011). Pembangunan Pertanian Visioner Menuju Kejayaan Bangsa. In J. Sutanto (Ed.), *The Dancing Leader* (p. 325). Jakarta: Kompas Media Nusantara.
- Suharyanto, Rinaldi, J., Arya, N. N., & Mahaputra, K. 2017. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Petani terhadap Kebijakan Perlindungan Lahan Pertanian Pangan Berkelanjutan di Provinsi Bali. *Jurnal Pengkajian Dan Pengembangan Teknologi Pertanian*, 20(2), 111–124.
- Sulaeman, A. 2012. Dampak Revolusi Hijau dan Kekhawatiran terhadap Revolusi Bioteknologi. In R. Poerwanto, I. Z. Siregar, & A. Suryani (Eds.), *Merevolusi Revolusi Hijau* (pp. 19–30). Bogor: IPB Press.
- Undang-undang No.26. Penataan Ruang, Pub. L. No. 26, Penataan Ruang 2007.
- Valley, W., & Wittman, H. 2019. Beyond Feeding The City: The Multifunctionality of Urban Farming in Vancouver, BC. *City, Culture and Society*, 16, 36–44.
- White, B. 2015. Meneliti Masalah Petani dan Pangan pada Tingkat Lokal: Pengantar Studi Kemandirian Pangan Akatiga. *Jurnal Analisis Sosial*, 19(1), 1–10.
- Zeza, A., & Tasciotti, L. 2010. Urban Agriculture, Poverty, and Food Security: Empirical Evidence from a Sample of Developing Countries. *Food Policy.*, 35, 265–273.

Tim Penulis



Prof. Dr. H. Thamrin Tahir, M.Si. Lahir di Bendoro, 11 Januari 1962. Beliau lulus S1 di Program Studi Ekonomi Umum, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Institut Keguruan dan Ilmu Pendidikan (IKIP UP) pada Tahun 1986, kemudian melanjutkan studi S2 pada Program Studi Ekonomi Pembangunan dan Perencanaan Program Pascasarjana, Universitas Hasanuddin dan lulus pada Tahun 1998. Pada Tahun 2010 beliau mendapatkan gelar Doktor (Dr.) sebagai lulusan S3 pada Program Studi Sosiologi Program Pascasarjana, Universitas Negeri Makassar. Sekarang ini beliau merupakan Dosen Tetap Program Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Makassar, dan sekaligus menjabat sebagai Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Makassar



Dr. Muhammad Hasan, S.Pd., M.Pd. Lahir di Ujung Pandang, 6 September 1985. Beliau lulus S1 di Program Studi Pendidikan Ekonomi/Pendidikan Koperasi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Makassar pada Tahun 2007, kemudian melanjutkan studi S2 pada Program Studi Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Kekhususan Pendidikan Ekonomi Program Pascasarjana, Universitas Negeri Makassar dan lulus pada Tahun 2009. Pada Tahun 2020 beliau mendapatkan gelar Doktor (Dr.) sebagai lulusan S3 pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Program Pascasarjana, Universitas Negeri Makassar. Sekarang ini beliau merupakan Dosen Tetap Program Studi Pendidikan

Ekonomi, Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Makassar, dan sekaligus menjabat sebagai Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Jurusan Ilmu Ekonomi, Universitas Negeri Makassar.



Prof. Dr. Ir. H. Ilham Thaief, Mm., MBA., IPU. Lahir di Soppeng, 12 September 1958. Beliau lulus S1 di Program Studi Teknik Elektro, Fakultas Teknik, Universitas Hasanuddin pada Tahun 1985, kemudian melanjutkan studi S2 pada Program Studi Manajemen Sumberdaya manusia Program Pascasarjana, Universitas Hasanuddin dan lulus pada Tahun 2001. Pada Tahun 2010 beliau mendapatkan gelar Doktor (Dr.) sebagai lulusan S3 pada Ilmu Manajemen Program Pascasarjana, Universitas Muslim Indonesia. Sekarang ini beliau merupakan Dosen Tetap Program Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Makassar.



Dr. Tuti Supatminigsih, M.Si. Lahir di Masamba, 2 April 1961. Beliau lulus S1 di Program Studi Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Hasanuddin pada Tahun 1985, kemudian melanjutkan studi S2 pada Program Studi Agribisnis Program Pascasarjana, Universitas Hasanuddin dan lulus pada Tahun 1999. Pada Tahun 2018 beliau mendapatkan gelar Doktor (Dr.) sebagai lulusan S3 pada Program Studi Ekonomi Syariah Program Pascasarjana, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. Sekarang ini beliau merupakan Dosen Tetap Program Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Makassar, dan sekaligus menjabat sebagai Ketua KPRI Universitas Negeri Makassar.



Muhammad Dinar, S.E., M.S. Lahir di Majene, 17 Desember 1959. Beliau lulus S1 di Program Studi Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan, Universitas Hasanuddin Tahun 1985, kemudian melanjutkan studi S2 pada Program Studi Ekonomi Pembangunan dan Perencanaan Program Pascasarjana, Universitas Hasanuddin dan lulus pada Tahun 1993. Sekarang ini beliau merupakan Dosen Tetap Program Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Makassar, dan sekaligus menjabat sebagai Bendahara KPRI Universitas Negeri Makassar.



Dr. Rahmatullah, S.Pd., M.E. Lahir di Camba, 5 Desember 1982. Beliau lulus S1 di Program Studi Pendidikan Ekonomi/Pendidikan Koperasi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Makassar pada Tahun 2005, kemudian melanjutkan studi S2 pada Program Studi Ilmu Ekonomi Program Pascasarjana, Universitas Brawijaya dan lulus pada Tahun 2009. Pada Tahun 2016 beliau mendapatkan gelar Doktor (Dr.) sebagai lulusan S3 pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Program Pascasarjana, Universitas Negeri Malang. Sekarang ini beliau merupakan Dosen Tetap Program Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Makassar, sekaligus sebagai ketua Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Makassar



Dr. Mustari, S.E., M.Si. Lahir di Atakka, 5 Juli 1971. Beliau lulus S1 di Program Studi Manajemen, Universitas Hasanuddin Tahun 1997, kemudian melanjutkan studi S2 pada Program Studi Agribisnis Program Pascasarjana, Universitas Hasanuddin dan lulus pada Tahun 2005. Pada Tahun 2017 beliau mendapatkan gelar Doktor (Dr.) sebagai lulusan S3 pada Program Studi Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Hasanuddin. Sekarang ini beliau merupakan Dosen Tetap Program Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Makassar.



Dr. M. Ihsan Said Ahmad, S.E., M.Si. Lahir di Ujung Pandang, 9 Juli 1973. Beliau lulus S1 di Program Studi Manajemen, Universitas Hasanuddin Tahun 1998, kemudian melanjutkan studi S2 pada Program Studi Ekonomi Sumberdaya Program Pascasarjana, Universitas Hasanuddin dan lulus pada Tahun 2006. Pada Tahun 2019 beliau mendapatkan gelar Doktor (Dr.) sebagai lulusan S3 pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Program Pascasarjana, Universitas Negeri Makassar. Sekarang ini beliau merupakan Dosen Tetap Program Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Makassar.



Dr. Hj. Inanna, S.Pd., M.Pd. Lahir di Pangkajene Sidrap, 23 Juni 1981. Beliau Lulus S1 di Program Studi Pendidikan Ekonomi Koperasi tahun 2003 kemudian melanjutkan studi S2 pada Program Studi Ilmu Pengetahuan Sosial Kekhususan Pendidikan Ekonomi Program Pascasarjana Universitas Negeri Makassar dan lulus tahun 2006. Pada tahun 2013 melanjutkan pendidikan S3 (Doktor) pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Program Pascasarjana Universitas Negeri Malang dan lulus tahun 2016. Sejak 2007 sampai Sekarang sebagai Dosen Tetap Program Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Makassar



Syamsu Rijal, S.E., M.Si. Ph.D. Lahir di Ujung Pandang, 26 Desember 1973. Beliau lulus S1 di Program Studi Manajemen, Universitas Hasanuddin Tahun 1999, kemudian melanjutkan studi S2 pada Program Studi Ekonomi Sumberdaya Program Pascasarjana, Universitas Hasanuddin dan lulus pada Tahun 2005. Pada Tahun 2017 beliau mendapatkan gelar Ph.D sebagai lulusan S3 pada Program *Economics and Business Faculty of Central China Normal University*. Sekarang ini beliau merupakan Dosen Tetap Program Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Makassar



Nurdiana, S.P., M.Si. Lahir di Lamuru, 24 Maret 1982. Beliau lulus S1 di Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Kehutanan, Universitas Hasanuddin Tahun 2006, kemudian melanjutkan studi S2 pada Program Studi Agribisnis Program Pascasarjana, Universitas Hasanuddin dan lulus pada Tahun 2011. Sekarang ini beliau merupakan Dosen Tetap Program Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Makassar.



Nurjannah, S.Pd., M.Pd. Lahir di Pangkajene, 12 Desember 1991. Beliau lulus S1 di Program Studi Pendidikan Akuntansi, Universitas Negeri Makassar Tahun 2013, kemudian melanjutkan studi S2 pada Program Studi Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Kekhususan Pendidikan Ekonomi Program Pascasarjana, Universitas Negeri Makassar dan lulus pada Tahun 2017. Sekarang ini beliau merupakan Dosen Tetap Program Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Makassar.



Andi Tenri Ampa, S.Pd., M.Pd. Lahir di Ujung Pandang, 6 Mei 1991. Beliau lulus S1 di Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Makassar Tahun 2013, kemudian melanjutkan studi S2 pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Program Pascasarjana, Universitas Negeri Malang dan lulus pada Tahun 2015 Sekarang ini beliau merupakan Dosen Tetap Program Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Makassar.



Dr. Muhammad Ilyas Thamrin Tahir, S.Pd., M.Pd. Lahir di Pangkep, 30 Maret 1990. Beliau lulus S1 di Program Studi Pendidikan Ekonomi/Pendidikan Koperasi, Universitas Negeri Makassar Tahun 2011, kemudian melanjutkan studi S2 pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Program Pascasarjana, Universitas Negeri Malang dan lulus pada Tahun 2014. Pada Tahun 2019 beliau mendapatkan gelar Doktor (Dr.) sebagai lulusan S3 pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Program Pascasarjana, Universitas Negeri Malang. Sekarang ini beliau merupakan Dosen Kontrak Program Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Makassar.



Andi Sawe Riesso, S.E., M.Si. Lahir di Pare-pare, 20 Maret 1982. Beliau lulus S1 di Program Studi Manajemen di STIE PI Tahun 2005, kemudian melanjutkan studi S2 pada Program Studi Agribisnis Program Pascasarjana, Universitas Hasanuddin dan lulus pada Tahun 2012 Sekarang ini beliau merupakan Dosen Kontrak Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Jurusan Ilmu Ekonomi, Universitas Negeri Makassar.



Nur Arisah, S.Pd., M.Pd. Lahir di Soppeng, 13 November 1993. Lulus S1 di Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Makassar pada Tahun 2015, kemudian melanjutkan studi S2 pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Program Pascasarjana, Universitas Negeri Malang dan lulus pada Tahun 2017. Sekarang ini beliau merupakan Dosen Kontrak Program Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Makassar.



Dr. Nur Fatwa, S.E., M.M. Beliau merupakan Dosen Tetap Sekolah Kajian Strategik dan Global, Prodi Kajian Wilayah Eropa, Universitas Indonesia, yang berkantor di Salemba Raya 4. Jakarta 10430. Email. nurfatwa@ui.ac.id



Prof. Dr. H. Muhammad Azis, M.Si. Lahir di Polewali/Mamasa, 31 Desember 1959. Beliau lulus S1 di Program Studi Ekonomi Perusahaan, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial di IKIP UP pada Tahun 1985, kemudian melanjutkan studi S2 pada Program Studi Manajemen Keuangan Program Pascasarjana, Universitas Hasanuddin dan lulus pada Tahun 2000. Pada Tahun 2011 beliau mendapatkan gelar Doktor (Dr.) sebagai lulusan S3 pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Program Pascasarjana, Universitas Negeri Malang. Sekarang ini beliau merupakan Dosen Tetap Program Studi Pendidikan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Makassar, dan sekaligus menjabat sebagai Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi (S3), Program Pascasarjana, Universitas Negeri Makassar.



Fajriani Azis, S. Pd., S.E., M.Si. Lahir di Ujung Pandang, 22 Agustus 1991. Penulis melanjutkan pendidikan di bangku perguruan tinggi tepatnya di Universitas Negeri Makassar jurusan Pendidikan Akuntansi dan lulus pada Tahun 2013, kemudian melanjutkan studi S2 pada Program Studi Akuntansi Program Pascasarjana di Universitas Hasanuddin dan lulus pada Tahun 2016. Sekarang ini penulis merupakan Dosen Tetap Program Studi Pendidikan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Makassar.



Atirah, S.Pd., M.Pd. Lahir pada tanggal 08 Desember 1995 di Pinrang, Sulawesi Selatan. Penulis melanjutkan pendidikan di bangku perguruan tinggi tepatnya di Universitas Negeri Makassar jurusan Pendidikan Ekonomi tahun 2013 dan lulus pada tahun 2017. Selanjutnya penulis melanjutkan kejenjang Magister di Universitas Negeri Malang dan lulus pada tahun 2019. Kemudian ditahun 2019 pula Penulis Mengabdikan dan diterima sebagai dosen tetap di STKIP Cokroaminoto Pinrang Prodi Pendidikan Ekonomi.



Andika Isma, S.Pd. Lahir pada tanggal 5 April 1997 di Kabupaten Pinrang, Provinsi Sulawesi Selatan. Penulis melanjutkan pendidikan sarjana (S-1) di bangku perguruan tinggi di Universitas Negeri Makassar (UNM) pada Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi pada tahun 2015 dan lulus pada tahun 2019. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan magister (S-2) di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang pada Program Studi Manajemen, Konsentrasi Kewirausahaan tahun 2019 sampai sekarang.



Muhammad Imam Ma'ruf, S.P., M.Sc. Lahir di Bandung, 30 Mei 1986. Menyelesaikan S-1 di Program Studi Agribisnis, Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Gadjah Mada (UGM), Yogyakarta pada tahun 2007. Setelah itu melanjutkan studi S-2 pada tahun 2009 masih di Fakultas Pertanian, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta dengan mengambil bidang Ekonomi Pertanian dan menyelesaikan studi pada tahun 2011. Sempat bergabung sebagai *supporting staff* pada Pusat Studi Perdagangan Dunia (PSPD) atau *Center for World Trade Studies* (CWTS) UGM dan membantu dosen di Jurusan Sosial

Ekonomi, Fakultas Pertanian, Universitas Gadjah Mada sebagai *research assistant*. Saat ini, masih aktif mengajar pada Program Studi Ekonomi Pembangunan, Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Makassar (UNM).



Diah Retno Dwi Hastuti, S.P., M.Si.

Penulis merupakan anak kedua dari empat bersaudara yang lahir di Surakarta, 26 Januari 1979. Pendidikan sarjana ditempuh di Universitas Sebelas Maret (2001), magister di Universitas Gadjah Mada (2003), dan saat ini sedang menempuh program doktoral di Universitas Hasanuddin. Sejak 2014 penulis menjadi staf pengajar tetap di Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar. Beberapa buku ber-ISBN (salah satunya “*Ekonomika Agribisnis*”) dan artikel ilmiah telah dipublikasikan, baik pada tingkat nasional maupun internasional serta HaKI berupa Hak Cipta.



Rahim Darma. Penulis merupakan staf pengajar di Program Studi Agribisnis Universitas Hasanuddin kelahiran Parepare, 11 April 1959. Penulis menempuh pendidikan sarjana di Universitas Hasanuddin (1983), magister di Institut Pertanian Bogor (1987), dan program doktoral di University of The Philippines At Los Banos (1993). Buku berjudul “*AGRIBUSINESS: An Introduction to Agricultural Development*” telah diterbitkan pada 2017 selain beberapa artikel ilmiah di jurnal nasional dan internasional bereputasi. Sampai saat ini penulis aktif di Pusat Penelitian dan Pengembangan Kebijakan dan Manajemen Universitas Hasanuddin.



Darmawan Salman. Lahir di Bulukumba pada 6 Juni 1963. menyelesaikan pendidikan sarjana di Universitas Hasanuddin (1986), magister di Institut Pertanian Bogor (1993), dan meraih gelar Doktor Sosiologi (2002) di Universitas Padjadjaran. Beberapa buku telah dihasilkan, salah satunya berjudul “*Sosiologi Desa: Revolusi Senyap dan Tarian Kompleksitas*” pada 2013 dan artikel ilmiah di jurnal nasional dan internasional bereputasi. Saat ini penulis menjabat sebagai Ketua Program Studi Doktorat Ilmu-ilmu Pertanian Universitas Hasanuddin.



Slamet Santosa. Penulis lahir di Situbondo, 26 Juli 1962 dan menyelesaikan program sarjana di Institut Pertanian Bogor (1986). Selanjutnya menyelesaikan program magister di Universitas Hasanuddin (2008) dan doktoral di Universitas Brawijaya (2014). Selain sebagai staf pengajar di Program Studi Biologi Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Hasanuddin, penulis juga aktif menulis artikel ilmiah di jurnal bereputasi, baik internasional maupun nasional. Sampai saat ini penulis menjabat sebagai Ketua Program Studi Magister Biologi Universitas Hasanuddin.

Pandemi Covid-19 sudah menjadi isu global yang telah menimbulkan dampak yang besar hampir di segala bidang termasuk di ekonomi, sosial, politik, budaya dan pendidikan, serta telah menimbulkan tekanan sosial ekonomi masyarakat. Hampir di seluruh negara mengalami masalah yang dilematis antara menyelamatkan perekonomian negaranya atau keselamatan hidup warganya, yang tentu saja negara tersebut pastinya akan menyelamatkan warga negaranya.

Namun hal ini memberikan konsekuensi terhadap pertumbuhan ekonomi yang mengalami penurunan yang telah berdampak pada kehidupan sosial termasuk di negara-negara di ASEAN dan khususnya di Indonesia. Kebijakan lockdown di beberapa negara telah menghentikan beberapa bidang ekonomi, sehingga memiliki efek yang sangat signifikan bagi perputaran uang. Diperkirakan separuh lebih aktivitas di bidang ekonomi terhenti karena pandemi Covid-19 ini.

Negara Indonesia pun juga harus menghadapi peningkatan jumlah pengangguran, kondisi kinerja yang menurun, aktivitas ekonomi yang melambat dan penyebaran virus yang masih terus meningkat. Pandemi ini juga memberikan dampak yang sangat besar pada dunia pendidikan yang dimana membuat kita terpaksa belajar secara daring serta terbatasnya kondisi infrastruktur yang terbatas seperti kuota yang mahal, sinyal yang belum merata, serta perangkat yang belum sesuai dalam proses belajaran.

Berdasarkan kajian terhadap dampak Covid-19 terhadap bidang pendidikan dan ekonomi, khususnya dalam hal terjadinya transformasi paradigma pendidikan dan ekonomi.

Tim Penulis

Thamrin Tahir | Muhammad Hasan | Ilham Thaief |
Tuti Supatminingsih | Muhammad Dinar | Rahmatullah | Mustari |
M. Ihsan Said Ahmad | Inanna | Syamsu Rijal | Nurdiana | Nurjannah |
Andi Tenri Ampa | Muhammad Ilyas Thamrin Tahir | Andi Sawe Riesso |
Nur Arisah | Nur Fatwa | Muhammad Azis | Fajriani Azis | Atirah |
Andika Isma | Muhammad Imam Ma'ruf | Diah Retno Dwi Hastuti |
Rahim Darma | Darmawan Salman | Slamet Santosa



Media Sains Indonesia

Melong Asih Regency B.40, Cijerah
Kota Bandung - Jawa Barat
Email : penerbit@medsan.co.id
Website : www.medsan.co.id



ISBN 978-623-6882-26-9 (PDF)



9 786236 882269