

## Menyelamatkan dan Potensi Penyelamatan Ekonomi Pasca Covid-19: Adopsi Kebijakan Literasi Digital untuk Sektor UMKM

Purwanto Putra<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup>Program Studi D3 Perpustakaan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Negeri Lampung  
e-mail: purwanto.putra@fisip.unila.ac.id \*

---

### Article Info

#### Article history:

#### Received

December 9<sup>th</sup>, 2021

#### Revised

June 18<sup>th</sup>, 2022

#### Accepted

June 19<sup>st</sup>, 2022

#### Published

June 19<sup>th</sup>, 2022

### Abstract

*Almost all countries in the world are facing the Covid-19 pandemic, which is spreading very massively. The MSME sector has a strategic role and is predicted to be the engine of economic recovery after the Covid-19 pandemic. This can be seen from the trend of the positive contribution of MSMEs to Indonesia's GDP in the pre-pandemic period which increased by around 60%. However, in these uncertain conditions, ideas and innovations are needed to get out of the pressure and the worst possible economic crisis. This study will look at the potential adoption of digital literacy skills in the MSME sector as a post-Covid-19 economic recovery strategy. This study uses a qualitative-descriptive approach with the application of the information literacy method, The Big 6. The application of this method is expected to be a way to build more detailed and in-depth arguments about the research subject. The results of the study indicate that the idea of adopting MSME digital literacy skills is needed as an answer to the challenges regarding the possibility of innovative behavior change in the MSME sector post-Covid-19. The transformation of MSMEs in the field of digital literacy in all sectors (production, promotion, and marketing) has the potential to support a faster post-Covid-19 economic recovery.*

**Keywords:** *UMKM; post covid-19; MSME digital literacy*

---

### Abstrak

Hampir seluruh negara dunia menghadapi pandemi Covid-19 yang penyebarannya begitu masif. Bidang UMKM memiliki peran strategis dan diprediksi dapat menjadi motor dalam pemulihan ekonomi pasca pandemi Covid-19. Hal itu terlihat dari trend kontribusi positif UMKM terhadap PDB Indonesia di masa pra pandemi yang meningkat hingga sekitar 60%. Namun, dalam kondisi penuh ketidakpastian ini dibutuhkan gagasan dan inovasi agar bisa segera keluar dari tekanan dan kemungkinan terburuk krisis perekonomian. Penelitian ini melihat potensi pengadopsian kemampuan literasi digital bidang UMKM sebagai strategi pemulihan (recovery) ekonomi pasca Covid-19. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif dengan penerapan metode literasi informasi, The Big 6. Penerapan metode ini diharapkan menjadi cara untuk membangun argumen yang lebih rinci dan mendalam terkait subjek penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gagasan adopsi kemampuan literasi digital UMKM sangat diperlukan sebagai jawaban atas tantangan mengenai kemungkinan inovasi perubahan (behavior) kebiasaan dan operasional bidang UMKM pasca Covid-19. Transformasi UMKM pada bidang literasi digital di seluruh sektor (produksi, promosi, dan pemasaran) berpotensi mendukung pemulihan (recovery) ekonomi pasca Covid-19 dengan lebih cepat.

**Kata Kunci:** *UMKM; pasca covid-19; literasi digital UMKM*

## PENDAHULUAN

Presiden Joko Widodo dalam RAPBN Tahun Anggaran 2021, di MPR RI menyebutkan bahwa pelaksanaan reformasi fundamental harus dilakukan, yaitu reformasi pendidikan, reformasi kesehatan, reformasi perlindungan sosial, dan reformasi sistem penganggaran dan perpajakan. Dengan berpijak pada strategi tersebut, Percepatan Pemulihan Ekonomi dan Penguatan Reformasi menjadi tema kebijakan fiskal tahun 2021 mendatang.

Warisan tahun 2020 akan dicatat dalam sejarah, suatu peristiwa bencana kemanusiaan yang menjangkiti seluruh dunia, sebelumnya tidak ada satupun negara yang memprediksi atau bisa mengantisipasi dampak dari pandemi Covid-19. Dari sudut pandang epidemiologi, Covid-19 berasal dari virus SARS-Cov2 saat ini menjadi virus baru bagi manusia. Virus dapat dengan mudah menular dari satu orang ke orang lainnya. Secara kumulatif jika dari setiap kasus Covid-19 bisa mereproduksi 2—3 kasus baru. Suatu pemodelan statistik menjelaskan tanpa adanya intervensi memadai, diperkirakan sekitar 70% populasi dunia akan terjangkit virus ini, menyisakan sekitar 30 persen saja bagi mereka yang memiliki tingkat imunitas (*herd immunity*) (Ahmad, 2020).

Wabah Covid-19 bermula dari Kota Wuhan, Tiongkok, selain dari sisi kesehatan juga turut memengaruhi berbagai sektor lainnya pada tataran dunia. Krisis ini membawa dampak di semua lini berbagai bidang usaha, korporasi, industri retail, *consumer*, bahkan pada sektor UMKM, seperti sektor Pariwisata, Hotel, Perdagangan, Manufaktur, dan Keuangan. Jika dibandingkan dengan berbagai krisis yang pernah melanda dunia beberapa dekade belakangan, krisis kali belum dapat benar-benar diprediksi bagaimana akhirnya. Sejauh ini sudah memberikan tekanan dari sisi *supply* dan *demand* yang sangat dalam tidak hanya dilingkup domestik Indonesia, tetapi juga global (Biro KLI KU, 2020).

Krisis Finansial Global 2008, krisis ini hanya berdampak pada korporasi besar dengan sektor yang terdampak utamanya pada bidang keuangan (terutama perbankan dan capital market). Krisis pun hanya terpusat di AS dan beberapa negara maju (terutama Eropa), perekonomian Indonesia ketika itu pun masih tumbuh moderat di angka 4,6%. Bahkan jika mundur lebih jauh lagi, membandingkan dengan Krisis Finansial Asia Tahun 1998 jika ditelaah krisis ini utamanya juga hanya menghantam korporasi besar, khususnya perusahaan yang memiliki kewajiban utang luar negeri besar dan menjadi gagal bayar.

Dalam kondisi serba tidak pasti ini, negara-

negara diberbagai belahan dunia berupaya untuk sesegara mungkin merespon dan mencari momentum untuk bangkit. Dari berbagai laporan banyak cara yang sudah dilakukan, seperti mencanangkan berbagai kebijakan prospektif baik berupa langkah pembatasan aktivitas maupun stimulus perekonomian. Pemerintah Indonesia juga berupaya melakukan hal serupa, seperti melakukan ketepatan pengolahan penganggaran ulang dan meluncurkan Stimulus Fiskal jilid I dan jilid II dengan harapan akan menyokong pergerakan sektor riil.

Berdasarkan data dari INDEF bahwa upaya stimulus jilid 1 dan 2 yang terdiri dari paket kebijakan fiskal dan non-fiskal tersebut dinilai tidak cukup mampan. Sebegitu dahsyatnya dampak dari Covid-19 pada sektor perekonomian, baik ditingkat pusat maupun daerah. Semua sektor perekonomian terdampak. Jika paket Stimulus Fiskal memang dirasa belum cukup berhasil, harus dicari sektor andalan lain yang sekiranya potensial untuk mendapatkan prioritas sebagai sektor unggulan.

Secara sederhana karakteristik yang harus dapat dipenuhi adalah sektor tersebut potensial dapat membangkitkan kelesuan ekonomi secara lebih cepat. Sektor tersebut mesti diberi perhatian lebih, misalnya terganggunya impor bahan baku produk untuk industri karena pembatasan gerak demi menghadang Covid-19, maka diupayakan melalui pemerintah untuk mendorong substitusi bahan baku berbasis domestik atau lokal.

Pada kesempatan yang sama gerak Pemerintah juga semakin cepat, Presiden Joko Widodo memerintahkan Menteri Perekonomian, Erlangga Hartanto untuk membentuk Tim Pemulihan Ekonomi Nasional. Menteri BUMN, Erik Tohir pun ditunjuk menjadi ketua pelaksana, melalui penugasan yang dituangkan dalam Perpres No. 82 Th. 2020 tentang Komite Penanganan Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) dan Pemulihan Ekonomi Nasional yang ditandatangani pada 20 Juli 2020 (Sekretariat Kabinet Republik Indonesia, 2020).

Tim ini bertugas memulihkan sektor ekonomi dan transformasi ekonomi nasional, serta mengintegrasikan, menetapkan, dan monitoring langkah-langkah melaksanakan kebijakan strategis untuk menekan penyebaran virus Covid-19 sehingga ekonomi dapat bertumbuh dan kesehatan masyarakat semakin terjaga dari ancaman virus mematikan ini. Sekaligus menjadi sinyal positif bagi kerja sama tim ekonomi dan tim kesehatan. Ekonomi dan kesehatan harus bisa berjalan beriringan. Belakangan “normal baru” sempat menjadi disalah artikan oleh masyarakat

demi menumbuhkan kembali perekonomian yang mana masyarakat diberbagai wilayah secara beramai-ramai kembali melakukan kegiatan secara bebas dengan mengabaikan disiplin dan protokol kesehatan.

Pemerintah melalui tim ekonomi yang dibentuk harus benar-benar bisa mengawal ini dengan berbagai regulasi dan sosialisasi secara masif kepada masyarakat. Hal ini menjadi begitu penting, mengingat kemungkinan jika tanpa kesadaran dari masyarakat dan pengawasan dari pemerintah akan sangat dimungkinkan untuk datangnya gelombang kedua (*second wave*) yang bukan saja akan kembali mengancam kesehatan masyarakat tetapi juga akan menghantam kembali ekonomi yang sedang mulai diupayakan untuk bangkit.

Selain itu, komitmen Pemerintah sekiranya telah terbukti dengan menganggarkan penanganan Covid-19 khusus untuk sektor UMKM sebesar Rp123,46 triliun. Harapannya ada inovasi lebih lanjut dari pelaku UMKM dengan dukungan berbagai pihak untuk bergabung dalam ekosistem *platform* digital sebagai langkah strategi agar mampu pulih dan kembali produktif lebih cepat sebagai salah satu bentuk dukungan UMKM untuk pemulihan (*recovery*) ekonomi Pasca Covid-19.

Kita semua dapat optimimis bahwa UMKM merupakan sektor yang tercepat bangkit dan menjadi penyelamat ekonomi nasional. Alasannya, berdasarkan pengalaman UMKM telah terbukti berhasil menjadi penggerak ekonomi Indonesia pada saat negara dihantam badai krisis ekonomi. Namun, guncangan yang terjadi sekarang ini berbeda dibanding saat terjadi krisis moneter tahun 1997 hingga 1998. Sektor UMKM pada saat itu mampu dan tampil menjadi penyelamat dalam menghadapi krisis. Terbukti saat hari Idulfitri karena umumnya lonjakan permintaan barang signifikan terjadi, tetapi tidak untuk tahun ini, bahkan cenderung sepi.

Permasalahan ini akan bertambah pelik ketika pemilik UMKM melakukan pembiayaan modal usaha menggunakan sistem kredit dan harus melakkan pembayaran pelunasan pokok kredit beserta bunganya kepada kreditor atau bank. Jika tidak diselamatkan, situasi ini dapat mematikan UMKM di Indonesia. Penurunan jumlah pelaku UMKM juga berdampak pada penurunan daya serap tenaga kerja yang otomatis akan meningkatkan jumlah pengangguran. Bagi pemerintah, kondisi semacam ini juga akan berdampak pada turunnya pendapatan perkapita dan naiknya biaya sosial (*social cost*) yang harus ditanggung dan kondisi ini dapat bermuara pada ketidakstabilan sosial dan politik.

Dukungan dan perhatian lebih dari pemerintah dan *stakeholder* harus ada agar pelaku UMKM tidak mengalami gagal bayar dan gulung tikar. Bagaimana cara agar UMKM tetap bertahan bahkan optimismenya dapat mengembangkan usaha secara masif dan meningkatkan kapasitas daya saing sehingga dapat melawan arus dan berbalik menyelamatkan ekonomi nasional dari ancaman resesi.

Strategi dan inovasi yang dapat diandalkan harus ada dan sangat mungkin dengan mengumpulkan sebanyak-banyaknya gagasan untuk kemudian dipilih mana yang paling aplikatif diterapkan menjadi hal prioritas yang mesti segera dilakukan. Agar lebih mengerucut, pengadopsian iklim digital dalam beragam kemungkinan dapat dijadikan kata kunci. Peradaban manusia telah berkembang dengan sedemikian pesatnya. Kita kini berada dalam kerangka besar Revolusi Industri 4.0 dan pembangunan berkelanjutan. Implementasi teknologi dan informasi merupakan hal yang tidak lagi bisa ditawar.

Berdasarkan latar belakang teoretis dan kebutuhan aplikatif untuk penyelamatan UMKM dengan segenap elemen penyertanya dan demi pemulihan (*recovery*) ekonomi pasca Covid-19, harapannya kajian ini menjadi layak untuk diketengahkan. Dari penelitian ini kita berharap ada kontribusi nyata berupa kemantapan penerapan aneka rupa digitalisasi dan informasionalisme UMKM. Tujuan dari kajian ini adalah untuk menjawab tantangan mengenai kemungkinan inovasi perubahan (*behavior*) masyarakat menuju digitalisasi UMKM dalam hal kebijakan dan implementasi literasi digital, pasca Covid-19.

Implementasi kecakapan literasi digital merupakan hal yang sangat krusial diberbagai bidang termasuk untuk bidang UMKM di Era industri 4.0. Menjadi dasar kemampuan atas kebutuhan penguasaan teknologi informasi yang sejatinya tidak lagi terhindarkan. Sekaligus menjadi unsur penting untuk transformasi budaya, ekonomi, politik, dan sosial (Anggraini & Supriyanto, 2019). Istilah literasi digital sendiri mulai populer sekitar tahun ini 2005 (Davis & Shaw, 2011). Literasi digital dapat pula diartikan sebagai kemampuan untuk memanfaatkan informasi hipertekstual dan bukan sekedar berbantuan komputer sekuensial, artinya harus ada sentuhan manusia sebagai subjeknya. Istilah literasi digital jauh sebelum ini sebenarnya juga sudah pernah digunakan pada kurun tahun 1980-an ketika teknologi komputasi mulai digunakan untuk mendukung kehidupan sehari-hari masyarakat.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif model literasi informasi (*information literacy*) The Big 6. Metode deskriptif dengan model The Big 6 (*research model*) digunakan sebagai upaya untuk memberikan penjelasan yang lebih terperinci dan mendalam terhadap subjek penelitian. Model ini dipilih sebagai inovasi dan upaya untuk mengantisipasi kedangkalan data dan interpretasi pada penelitian berbasis kajian literatur. Metode literasi informasi model The Big 6 ini terdiri dari enam tahap pemecahan masalah, yaitu definisi masalah, strategi pencarian informasi, lokasi dan akses, penggunaan informasi, sintesis dan evaluasi. Model tersebut pertama kali dikembangkan oleh Mike Eisenberg dan Bob Berkowits (Wolf, 2003) dengan cara mempelajari sejumlah dokumen dan literatur sesuai topik pembahasan. Data yang diperoleh untuk selanjutnya dianalisis dan disusun secara sistematis sesuai dengan tema pembahasan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Literasi Digital Bagi UMKM

Pemaknaan terhadap konsep literasi digital beberapa waktu ini telah bergeser. Literasi digital berkembang dari pemahaman awalnya bahwa literasi bukan hanya menyoal kemampuan membaca dan menulis. Namun, kini literasi sangat berkaitan dengan berbagai aktivitas dan produk digital, seperti kemampuan dalam menggunakan gawai atau perangkat lunak komputer. Literasi digital selain sebagai suatu kemampuan teknis menggunakan produk teknologi juga harus diiringi dengan kemampuan menganalisis informasi yang sumbernya tersebar luas di internet. Dari hasil survei APJII tahun 2018 saat ini di Indonesia hampir 64% dari penduduknya telah menggunakan internet, angkanya juga terus mengalami peningkatan signifikan hingga di 2018 mencapai 171,17 juta pengguna. Artinya masyarakat kita sudah melewati masa-masa pengenalan gawai (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2019).

Pelaku usaha (UMKM) dituntut untuk memiliki kemampuan dalam menerima informasi yang juga diimbangi dengan kemampuan untuk menelusuri dan mengidentifikasi informasi yang diterima terutama yang berbentuk media digital atau yang familiar disebut dengan literasi digital (Zahro, 2019).

Literasi digital adalah kemampuan untuk memahami informasi, dan yang lebih penting kemampuan untuk mengevaluasi dan mengintegrasikan informasi dalam berbagai format

yang terkomputerisasi (Glister, 1997). Glister juga memberikan penekanan pada kemampuan berfikir kritis terhadap temuan dalam media digital, serta menekankan pada evaluasi yang kritis terhadap berbagai informasi yang ditemukan dalam media digital. Sesungguhnya kemampuan mengabstraksi ini memiliki tingkatan yang lebih tinggi dibandingkan dengan kemampuan teknis untuk mengakses berbagai media digital.

Ada beberapa artikel yang telah diterbitkan dan mengeksplorasi gagasan tentang literasi digital secara lebih mendalam dan beragam. Literasi digital menurut Anderson didefinisikan sebagai kemampuan untuk memanfaatkan potensi teknologi komputer (Anderson, 2010). Literasi digital dalam berbagai bentuknya memuat nilai-nilai yang bersifat budaya, sosial, dan ekonomi yang memungkinkan untuk saling berinteraksi dalam suatu budaya tertentu (Kress, 2009). Tanpa literasi digital yang memadai di era informasi dan digital seperti sekarang ini maka akan banyak kemungkinan kerugian yang akan diterima individu-individu yang sedang melakukan kegiatan atau suatu usaha (Van Dijk, 2005).

Eshet (2002) juga menekankan bahwa literasi digital untuk pelaku UMKM seharusnya bisa lebih dari sekedar kemampuan menggunakan sumber digital secara efektif. Akan tetapi, literasi digital juga merupakan cara berfikir tertentu. Hal itulah yang sejatinya saat ini dibutuhkan oleh para pelaku UMKM dalam menghadapi masa krisis akibat pandemi Covid-19 ini.

### Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Perekonomian

Gugus Tugas Nasional Penanganan Covid-19 sebelumnya telah memperkirakan bahwa puncak pandemi Covid-19 di Indonesia akan mulai pada Mei dan berakhir pada Juli. Akan tetapi, kenyataannya prediksi itu meleset jauh. Gugus Tugas pun telah meralat terkait puncak pandemi bahkan para pakar kesehatan menyebut dengan pemberlakuan kenormalan baru akan berimbas pada jumlah kasus akan terus merangkak naik paling tidak hingga akhir tahun dan ini juga akan sangat berdampak pada sektor perekonomian.

Hingga sekarang, COVID-19 belum berlalu bahkan hingga artikel ini ditulis (10 September 2020) DKI Jakarta kembali menerapkan PSBB secara ketat, PSBB Transisi dicabut artinya ada kegawatdaruratan yang semakin luar biasa dari sisi kesehatan dan sisi lainnya. Pertanyaan berikutnya yang juga harus dijawab. Jika segenting ini situasinya apa dan bagaimana dampak COVID-19 terhadap



perekonomian Indonesia, baik secara nasional maupun subnasional. Upaya untuk menjawab pertanyaan ini sebenarnya telah banyak dilakukan, tetapi belum bisa sampai pada kesimpulan akhir karena penularan Covid-19 itu sendiri masih fluktuatif atau bahkan semakin masif.

*Digital marketing* didefinisikan oleh AMA sebagai rangkaian aktifitas institusi dan proses yang difasilitasi oleh teknologi digital dalam menciptakan, mengomunikasikan, menyampaikan nilai-nilai kepada konsumen dan pihak yang berkepentingan lainnya (Hongshuang, 2016). Kendala yang dihadapi dalam penguasaan digital marketing sebagian besar disebabkan kekurangpahaman pelaku usaha UMKM berkenaan tentang penggunaan internet dan tidak dimilikinya tenaga yang memahami teknologi informasi. Langkah strategis bagi penguatan UMKM dapat ditempuh melalui penambahan frekuensi pelatihan dan mengintensifkan pendampingan literasi digital (Anggraini & Supriyanto, 2019). Metode pemasaran *online* memiliki pengaruh yang baik untuk mengembangkan usaha dan memberikan kemungkinan keuntungan yang lebih besar (Potter, 2005).

### **Kebangkitan UMKM Pasca Covid-19 dan Menuju *New Normal Era***

Apertus konseptual yang dapat digunakan untuk membaca kondisi darurat ini bahwa pandemi mengancam seluruh rakyat Indonesia dan bahkan warga dunia tanpa terkecuali. Virus SARS-Cov2 menyerang siapapun tanpa mengenal etnik, agama, daerah maupun afiliasi politik. Penularan virus ini mengikuti hukum alam penularan penyakit, yaitu tertular karena memiliki kontak dengan orang yang sudah terinfeksi atau dapat bertahan karena tubuh mempunyai kekebalan terhadap virus tersebut.

Untuk mengatasi Covid-19, berdasarkan pengalaman berbagai negara utamanya dengan melakukan kebijakan pembatasan fisik, untuk menekan penyebaran dan kemungkinan korban meninggal. Hal ini *relative* berhasil ketika kebijakan tersebut diterapkan. Pembatasan fisik akan memutus rantai penularan sehingga virus tidak dapat berpindah sendiri selain melalui interaksi antara sesama manusia. Ketika pembatasan fisik atau yang dikenal dengan PSBB diterapkan, pasti akan mengurangi aktivitas di luar rumah. Dampaknya adalah produktivitas masyarakat menjadi sangat rendah.

Hal ini tentu akan turut berimbas pada kelesuan ekonomi, termasuk pada sektor UMKM yang akan mengurangi produksi karena lambatnya perputaran modal dan daya serap pasar. Selain itu, aktivitas distribusi

barang juga akan ikut terhambat. Sejatinya kondisi semacam ini tidak boleh berlangsung lama karena akan membuat perekonomian terpuruk. Sekali lagi, pandemi Covid-19 juga tidak bisa ditawar-tawar sebelum anti virus tersedia untuk publik.

Masalah semacam ini tentu tidak sederhana. Kondisi ini juga tidak terprediksi sebelumnya. Oleh karena itu pemerintah selaku penentu dan pengambil kebijakan tentu harus mengambil tindakan. Apakah akan menyelamatkan kesehatan masyarakat atau pilihannya jatuh pada ekonomi. Adakah kemungkinan keduanya diselamatkan sekaligus. Kemungkinan itu ada, ketika sektor UMKM dengan berbagai fleksibilitasnya dijadikan prioritas untuk diselamatkan sekaligus diupayakan menjadi penyelamat ekonomi.

Sektor perekonomian mesti disinergikan dengan kebijakan-kebijakan lain, agar daya lecutnya maksimal, misalnya, UMKM diintegrasikan dengan sembilan Kebijakan Ekonomi Jokowi di Tengah Pandemi Covid-19 untuk memangkas rencana belanja, alokasi ulang anggaran, menjamin ketersediaan bahan pokok, daya beli masyarakat, program Padat Karya Tunai, tambahan insentif pemegang kartu sembako murah, implementasi kartu prakerja, relaksasi kredit bagi UMKM (Ihsanuddin, 2020).

Kebijakan pembatasan sosial dalam jangka yang panjang terbukti tidak disukai masyarakat dan tidak mungkin diterapkan secara terus menerus oleh suatu negara, karena akan melumpuhkan negara bersama aspek ekonomi. Selain itu jika menelaah kebutuhan setiap individu yang merupakan makhluk sosial ada pula kebutuhan untuk bersosialisasi. Belum lagi peliknya pemenuhan urusan bekerja, belajar, berekreasi, maupun beribadah yang selama ini selalu memprasyaratkan adanya interaksi di ruang publik.

Untuk mengatasi kondisi publik tersebut, termasuk para pelaku UMKM harus juga mempersiapkan untuk masuk pada situasi "*The New Normal*", UMKM harus menciptakan suatu iklim usaha dan protokol yang sepenuhnya akan mendukung persiapan dan operasional bisnis. Maksud dari "*The New Normal*" ialah tentang bagaimana kita berfokus pada perubahan perilaku untuk dapat menjalankan aktivitas normal di tengah Covid-19 dengan tetap menjalankan protokol kesehatan untuk mencegah penularan (Asmoro, 2020).

### **Perubahan Perilaku Pengusaha dan Konsumen UMKM**

Penurunan kemampuan produksi pengusaha UMKM dan daya beli konsumen berimbas pada lambatnya perputaran uang. Harus ada perubahan cara menjalankan berwirasusaha dalam hal produksi dan pemasaran. Harus ada upaya untuk mendorong

konsumen untuk meleak teknologi dan meningkatkan aktivitas berbelanja melalui *platform online*.

Berikut ditampilkan profil dan kondisi UMKM Indonesia pada tahun 2018 dari tabel ini kita bisa melihat bagaimana proporsi pembagian usaha berdasarkan tingkatan dan omsetnya. Oleh karena itu, krusial jika perubahan *behavior* yang terjadi akibat pandemi Covid-19 untuk direspons secara serius oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

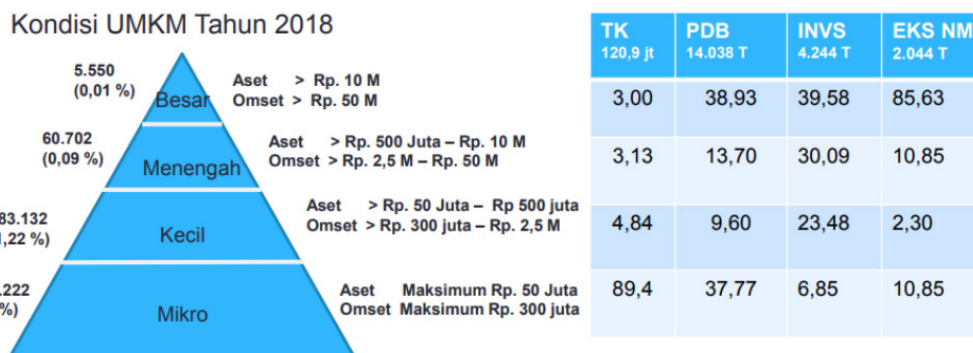
Selanjutnya akan ditampilkan juga data melalui grafis rekap dana pemulihan Ekonomi akibat dampak Covid-19. Sektor UMKM menjadi salah satu instrumen kebijakan dari sebelas kebijakan yang perlu dipulihkan dengan porsi yang cukup besar 13,66% dengan nilai mencapai Rp.87, 59 Triliun.

Begitu juga dengan para pengusaha UMKM harus secepat mungkin untuk bergabung dengan berbagai skema produksi dan pemasaran yang berbasis digital. Utamanya bagi para pengusaha di bidang makanan, minuman, travel, dll. ini tidak begitu sulit dan bahkan sangat potensial untuk diupayakan

dengan berbagai skema usaha digital yang sudah berjalan bahkan sebelum pandemi Covid-19 mendera seluruh dunia.

Jika dicermati secara seksama Covid-19 muncul dan tidak kunjung usai hingga lima bulan ini, masih akan bertambah hingga akhir tahun ini bahkan ada prediksi juga bahwa pandemi di Indonesia baru akan mencapai puncaknya pada tahun 2021. Untuk mengantisipasi situasi dan dalam posisi yang kian terjepit, para pelaku UMKM mencari jalan untuk mengupayakan inovasi dan menggali potensi kreativitasnya. Beberapa sudah bisa dilihat hasilnya, seperti pada usaha pariwisata. Ada beberapa bentuk *tour virtual* di berbagai museum dan galeri. Begitu juga dalam usaha pagelaran musik yang sudah menghasilkan program konser *online* atau virtual yang tetap dapat menarik sponsor, berbayar, dan tetap dapat menarik animo para penikmat musik di Indonesia.

Selain itu masih banyak sektor-sektor UMKM yang potensial untuk terus dikembangkan. Pada



Gambar 1. Profil dan Kondisi UMKM Indonesia Tahun 2018

Sumber: Kemenkop UKM, 2019

Table 1. Rekap Dana Pemulihan Ekonomi Nasional

No	Instrumen Kebijakan	Nilai (Rp Tiliun)	Porsi (%)
1	Dukungan Konsumsi	172,10	26,84
2	Subsidi Bunga	34,15	5,33
3	Insentif Perpajakan	123,01	19,19
4	Subsidi BBN (B-30)	2,78	0,43
5	Percepatan Pemberdayaan Kompensasi (Utang)	90,42	14,10
6	Tambahan Belanja K/L dan Sektoral	65,01	10,15
7	Dukungan untuk Pemda	15,10	2,36
8	Penjaminan Kredit Modal Kerja Baru bagi UMKM	6,00	0,94
9	PMn	25,27	3,94
10	Talangan (investasi) Modal Kerja	19,65	3,06
11	Penempatan Dana Pemerintah di Perbankan untuk restrukturisasi kredit UMKM	87,59	13,66
Total		641,17	100

Sumber: Kemenkeu, 20 Mei 2020

sisi yang lain konsumen juga menyadari berbagai keterbatasan yang ada selain itu kekhawatiran terhadap penularan virus Covid-19 juga telah meubah cara pikir dan cara pandang publik kita. Setelah beberapa bulan kita dilatih dengan bekerja dan beraktivitas dari rumah kondisi tersebut menjadi adaptasi baru yang sudah mulai tertanam dimasyarakat atau publik kita. Selanjutnya adalah bagaimana kita segenap elemen bangsa dapat saling berkolaborasi dan bergotong royong sesuai dengan kapabilitas atau kemampuan masing-masing untuk terus mendorong sektor UMKM agar dapat menjadi penyelemat ekonomi bangsa di era normal baru pasca Covid-19.

### **Penerapan Literasi Digital Bagi Pelaku UMKM**

Berbagai langkah yang ditempuh Pemerintah dalam rangka *flattening the curve* (melandaikan kurva) penularan wabah Covid-19 berimbas pada berhentinya berbagai ragam aktivitas ekonomi dan kemampuan berbagai sektor ekonomi menyerap tenaga kerja. Jika dimaknai secara sungguh-sungguh, hantaman pandemi Covid-19 ini adalah momentum untuk kembali menyatukan masyarakat menjadi bangsa besar, bersinergi, dan berjuang bersama-sama.

Masa kelesuan ekonomi yang turut menimpa UMKM akibat pembatasan aktivitas di luar rumah dan menurunnya daya beli masyarakat, para pelaku UMKM juga berhadapan dengan berbagai persoalan yang sebelumnya tidak terbayangkan dalam keseharian bisnis mereka, seperti soal hutang yang membuat *cash flow* terganggu, kontrak, regulasi, permodalan, bisnis dan ketenagakerjaan (pesangon, pemutusan hubungan kerja (PHK), upah kontrak) yang berubah akibat Covid-19 (Kemenkop UKM Republik Indonesia, 2020).

Terkait hal tersebut mesti ada dukungan berupa literasi digital, para pelaku UMKM harus tercerahkan secara informasi dan pengetahuan. Agar mereka bisa turut mengantisipasi keadaan. Mesti ada kecukupan informasi dan pengetahuan sebelum para wirausaha ini bisa mengambil keputusan yang tepat dengan resiko yang sudah terkalkulasi. Dengan pembatasan aktivitas secara fisik, seharusnya ada langkah strategis yang diterapkan tim pemulihan ekonomi dalam skema literasi digital untuk pelaku UMKM.

Ada beragam bentuk program dan kegiatan yang bisa dilaksanakan seperti layanan konsultasi jarak jauh atau via telepon, misalnya layanan konsultasi berdurasi 30 menit/perhari dengan *expert* (pakar) dibidang literasi digital UMKM. Jika pada umumnya biaya konsultasi semacam ini biayanya cukup mahal dan diperuntukan bagi sektor usaha

besar. Pemerintah melalui tim pemulihan ekonomi yang telah ditunjuk mesti bersinergi dan bergotong royong dengan para pemangku kepentingan untuk mewujudkan ini. Agar para pelaku UMKM dapat menggunakan layanan ini secara gratis. Para pelaku UMKM tidak perlu khawatir dan bisa berfokus untuk berkonsultasi secara lebih mendalam untuk bangkit menyelesaikan persoalannya.

Hal semacam ini tentu mesti masuk dalam kebijakan strategis agar dapat menjangkau sebanyak mungkin khalayak pelaku UMKM di berbagai wilayah yang ada di Indonesia. Prinsipnya adalah demi membantu sebanyak mungkin UMKM agar melek informasi dan pengetahuan secara digital demi mendukung kebangkitan bisnis di era normal baru, pasca Covid-19.

Mesti ada pula terobosan untuk bekerja sama dengan *start-up* digital, seperti yang berfokus dalam hal pengelolaan sumber daya manusia (SDM). Salah satu masalah yang kerap muncul karena tekanan pandemi Covid-19 adalah soal manajemen usaha yang terkait dengan pengelolaan sumber daya manusia dan pembayaran gaji karyawan.

*Start-up* dapat dipilih karena pada umumnya memiliki spesialisasi secara konseptual dan praktis pada isu-isu tertentu yang sifatnya mendalam selain itu pelaku star-up juga sudah meng-otomasi berbagai bentuk-bentuk hasil kerjanya sehingga semakin aplikatif untuk diterapkan diberbagai sektor usaha UMKM. Misalnya, pada UMKM yang mengalami kesulitan dalam penggajian atau penentuan insentif penjualan. Hal semacam itu bisa sangat mungkin diselesaikan dengan aplikasi atau software hasil pengembangan star-up yang berdaya guna untuk sistem penggajian.

*Startup* merupakan elemen potensial dengan beragam sumber daya yang tersedia untuk menjadi solusi dan memudahkan pelaku usaha agar tetap bertahan atau bahkan bangkit di masa pandemi Covid-19 yang belum usai. Selain itu, upayanya bukan hanya sekadar untuk menyelamatkan, tetapi juga membalikkan keadaan, situasi ini menjadi momentum untuk saling gotong royong melalui perantara UMKM agar mampu naik kelas dan bersaing dengan industri besar ke depannya.

Program dalam konteks literasi digital yang mengkolaborasi *tech-startup* dan gerakan sosial yang bertujuan untuk membantu UMKM agar terdigitalisasi dan pelakunya memiliki kecakapan digital untuk mendukung operasional usaha. Upaya ini juga dapat diinisiasi melalui kerja sama Tim Pemulihan Ekonomi dan Kementerian Koperasi &

UMKM sebagai katalisator menjaring mitra-mitra untuk saling terlibat dalam proyek literasi digital untuk UMKM. Melalui program jarak jauh yang berbasis digital dapat pula diberikan pelatihan kepada para inovator untuk bisa lebih berdaya, menjadi *agent of change* (agen perubah) yang akan berperan aktif kedepannya sebagai pelaku atau pendamping UMKM melalui berbagai inovasi dan kreatifitas untuk selalu membantu kebangkitan UMKM.

## SIMPULAN

Literasi digital merupakan salah satu strategi dan inovasi yang dapat diterapkan untuk mendukung peran UMKM. Berbagai bentuk implementasi, salah satunya dengan mengikuti daya adaptasi pembatasan fisik adalah membekali UMKM dengan kemampuan digital marketing, pengoptimalan pemasaran melalui *e-commerce*, baik dari segi pengelolaan keuangan maupun pemasaran. Langkah strategis bagi penguatan UMKM dapat ditempuh melalui penambahan frekuensi pelatihan, studi banding dan mengintensifkan pendampingan pada kelompok yang dilakukan secara *online*. Pada masa pandemi Covid-19 perlu dipertimbangkan untuk mengalokasikan permodalan bagi UMKM karena efek domino dari sektor ini yang dapat memengaruhi ekonomi secara luas. Ada beberapa keunggulan yang dapat dioptimalisasi dengan ketersediaan modal, regulasi pendukung, pilihan produk, dan strategi penerapan UMKM potensial berbasis digital demi pemulihan ekonomi nasional pasca pandemi Covid-19. Pengembangan sektor UMKM sangat memungkinkan untuk pelibatan banyak pihak dan berbagai bentuk pilihan produk sehingga daya dukungnya terhadap pemulihan ekonomi bisa maksimal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, R. A. (2020). *Pandemi Covid-19 dan Kesadaran Kolektif*. Diambil dari <https://mediaindonesia.com/>: <https://mediaindonesia.com/read/detail/301509-pandemi-covid-19-dan-kesadaran-kolektif>
- Anderson, J. (2010). *ICT Transforming Education: A Regional Guide*. . Bangkok: UNESCO Publication.
- Andry Asmoro. (2020). *Tantangan Perbankan dan Kesiapan Menghadapi New Normal*. Jakarta: PT Bank Mandiri.
- Anggraini, O., & Supriyanto. (2019). Literasi Digital: Suatu Kemewahan Bagi UMKM Perikanan di Era Industri 4.0. *Prosiding Seminar dan Lokakarya Kualitatif Indonesia 2019*, 117-126. doi:10.33510/slki.2019
- Anggraini, O., & Supriyanto. (2019). Literasi Digital: Suatu Kemewahan Bagi UMKM Perikanan di Era Industri 4.0? *Prosiding Seminar Dan Lokakarya Kualitatif Indonesia 2019*, 117-127. doi:doi: 10.33510/slki.2019.117-126
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2019). *Mari Manfaatkan Potensi Besar di Depan Mata!* *Buletin APJII*, 40, 1-6.
- Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Kementerian Keuangan. (2020). *Menjaga Ekonomi Indonesia Terhadap Dampak Negatif Pandemi COVID-19*. Diambil kembali dari <https://www.kemenkeu.go.id/>: <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/siaran-pers/siaran-pers-menjaga-ekonomi-indonesia-terhadap-dampak-negatif-pandemik-covid-19/>
- Davis, C. H., & Shaw, D. (2011). *Introduction to information science and technology*. New York: Medford Information Today.
- Glister. (1997). *Digital Literacy*. New York: Wiley.
- Hongshuang, & Kannan. (2016). Digital marketing: A framework, review and research agenda. *International Journal of Research in Marketing*.
- Ihsanuddin. (2020). *9 Kebijakan Ekonomi Jokowi di Tengah Pandemi Covid-19: Penangguhan Cicilan hingga Relaksasi Pajak*. Diambil kembali dari [kompas.com: https://nasional.kompas.com/read/2020/03/26/07412441/9-kebijakan-ekonomi-jokowi-di-tengah-pandemi-covid-19-penangguhan-cicilan?page=all](https://nasional.kompas.com/read/2020/03/26/07412441/9-kebijakan-ekonomi-jokowi-di-tengah-pandemi-covid-19-penangguhan-cicilan?page=all)
- Kemenkop UKM Republik Indonesia. (2020). *Pekan Ini, Pahlawan Digital Hadirkan Dua Inovator Bantu UMKM Atasi Problem Hukum dan SDM*. Diambil kembali dari <https://setkab.go.id/>: <https://setkab.go.id/pekan-ini-pahlawan-digital-hadirkan-dua-inovator-bantu-umkm-atasi-problem-hukum-dan-sdm/>
- Kress, G. (2009). *Literacy in the New Media Age*. Abingdon: Routledge.
- Potter, J. (2005). *Media Literacy*. London: Sage Publishing.
- Sekretariat Kabinet Republik Indonesia. (2020). *Ini Tugas Komite Penanganan Covid-19 dan Pemulihan Ekonomi Nasional Sesuai Perpres 82/2020*. Diambil kembali dari <https://setkab.go.id/>: <https://setkab.go.id/ini-tugas-komite-penanganan-covid-19-dan-pemulihan-ekonomi-nasional-sesuai-perpres-82-2020/>
- Update Virus Corona di Indonesia 30 Juli: 106.336 Positif Covid-19, Bertambah 1.904 dalam 24 Jam* (2020). [Gambar Hidup]. Jakarta: Tribun.
- Van Dijk, J. (2005). *The Deepening Divide. Inequality in the Information Society*. London: Sage Publications.
- Wolf, S. (2003). The Big Six Information Skills As a Metacognitive Scaffold: A Case Study. *School Library Media Research, Volume 6*, 1-24. Diambil kembali dari [http://www.ala.org/aasl/sites/ala.org/aasl/files/content/aaslpubsandjournals/slr/vol6/SLMR\\_BigSixInfoSkills\\_V6.pdf](http://www.ala.org/aasl/sites/ala.org/aasl/files/content/aaslpubsandjournals/slr/vol6/SLMR_BigSixInfoSkills_V6.pdf)
- Zahro, E. K. (2019). Kemampuan Literasi Digital Untuk Meningkatkan Keuntungan Usaha Pada Kalangan Pelaku Usaha Skala Kecil Di Kota Surabaya. *repository.unair.ac.id*, 1-25.