

POLA TRANSFORMASI PELAKU EKONOMI DI ERA TRANSISI PANDEMIK KE NEW NORMAL

Muh. Arafah

rafhli1987@gmail.com

Institut Agama Islam Negeri Bone

Abstract

This paper focuses on analyzing the changes in behavior carried out by three economic actors, from the government, business actors and consumers in the era of the pandemic transition to the new normal. This paper includes a literature study that draws data from reading results in the form of books, journals and other readings. Based on existing searches, the results obtained show that the government sector issued policies to save the country's economy while still following the health protocol. From the business sector, business actors use technology in the form of social media to market and sell their products. Meanwhile, the consumer sector uses cellphone application services to order daily necessities to avoid the spread of Covid-19 by staying at home.

Keywords: *consumers, business actors, government, pandemic*

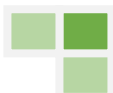
Abtrak

Tulisan ini berfokus mengurai perubahan perilaku yang dilakukan oleh tiga pelaku ekonomi mulai dari pemerintah, pelaku usaha dan konsumen di era transisi pandemik ke new normal. Tulisan ini termasuk studi kepustakaan yang mengambil sumber data dari hasil bacaan berupa buku, jurnal dan bacaan lainnya. Berdasarkan penelusuran yang ada, maka hasil yang diperoleh bahwa sektor pemerintah mengeluarkan kebijakan penyelamatan ekonomi negara dengan tetap mengikuti protokol kesehatan. Dari sektor pelaku usaha memanfaatkan teknologi berupa media sosial untuk memasarkan dan menjual produknya. Sementara sektor konsumen memanfaatkan layanan aplikasi handphone untuk memesan kebutuhan sehari-hari guna menghindari penyebaran covid-19 dengan tetap di rumah.

Kata Kunci: *konsumen, pelaku usaha, pemerintah, pandemik*

A. Latar Belakang

Peristiwa pandemik Covid-19 yang berkembang telah menimbulkan situasi yang tidak stabil dalam kehidupan dan berdampak pada kemerosotan perekonomian dunia. Peristiwa pandemik ini tidak hanya menurunkan sisi permintaan dalam perekonomian seperti krisis sebelumnya, akan tetapi juga berdampak pada sisi penawaran. Sehingga banyak negara merasakan tekanan terhadap pertumbuhan perekonomian. Badan keuangan dari berbagai dunia



memprediksi pandemik Covid-19 akan menimbulkan kemerosotan perekonomian dunia sebesar -2,0% sampai 2,8% pada 2020, dari sebelumnya tumbuh sebesar rata-rata 2,9% pada 2019. Pada kondisi yang sama, pandemik Covid-19 diprediksi akan terjadi penyusutan arus perdagangan dan investasi global hingga 30%, serta menambah volatilitas pasar keuangan dunia hingga 215%. Dengan berkurangnya berbagai kegiatan perekonomian dunia secara signifikan pada gilirannya diperkirakan akan mengakibatkan tidak kurang 195 juta orang akan mengalami kehilangan pekerjaan dan antara 420 sampai 580 juta orang jatuh pada jurang kemiskinan¹.

Masyarakat sekarang ini sudah masuk dalam masa transisi dari pandemi Covid 19 ke new normal. Di Indonesia telah banyak daerah melaksanakan liburan, akan tetapi yang disayangkan banyak di antaranya yang tidak lagi memperhatikan protokol kesehatan. Bahkan dalam masa transisi ini, telah banyak masyarakat yang menerjemahkan sebagai kembali ke kehidupan normal. Hal ini dapat terlihat dari penuhnya mal-mal yang mulai dibuka, dan pasar-pasar tradisional serta restoran dan café-café yang mulai menerima pengunjung. Demikian pula dengan fasilitas publik seperti transportasi umum. Meskipun protokol kesehatan sudah diberlakukan yang cukup ketat, akan tetapi di lapangan, bahaya kasus Covid 19 tetap tinggi. Indonesia bahkan mengalami peningkatan jumlah kasus hingga mencapai 1000 kasus per hari. Sesudah masyarakat melakukan liburan dalam beberapa hari, Indonesia mengalami peningkatan tertinggi dalam jumlah kasus yang mencapai lebih dari 1.000 kasus per hari².

Virus Corona sangat berdampak pada sektor pariwisata. Sektor-sektor penunjang pariwisata seperti hotel, restoran maupun pengusaha retail pun juga akan terpengaruh dengan adanya virus Corona. Okupansi hotel mengalami penurunan sampai 40 persen yang berdampak pada kelangsungan bisnis hotel. Sepinya wisatawan juga berdampak pada restoran atau rumah makan yang sebagian besar konsumennya adalah para wisatawan. Melemahnya pariwisata juga berdampak pada industry retail. Adapun daerah yang sektor retailnya paling terdampak adalah Manado, Bali, Kepulauan Riau, Bangka Belitung, Medan dan Jakarta. Penyebaran virus Corona juga berdampak pada sektor investasi, perdagangan, usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dan juga karena para wisatawan yang datang ke suatu destinasi biasanya akan

¹ Mohamad Ikhsan Modjo, "Memetakan Jalan Penguatan Ekonomi Pasca Pandemi," *The Indonesian Journal of Development Planning* IV, no. 2 (2020): 103–16, doi:10.33758/mbi.v14i4.342.

² Hartono, "Talent Management Perusahaan Multinasional Menuju Era New Normal : Tantangan Dan Peluang," in *Prosiding Seminar Stiarni*, vol. 7, 2020, 62–69.



membeli oleh-oleh. Jika wisatawan yang berkunjung berkurang, maka omset UMKM juga akan menurun³.

Kehidupan normal baru adalah sebuah tatanan kehidupan baru yang belum pernah ada sebelumnya. Jika dikaitkan dengan pandemi ini maka tatanan kehidupan baru yang dimaksud adalah memakai masker saat keluar rumah, selalu mencuci tangan, jaga jarak fisik, dll. New normal ini juga dibagi menjadi lima fase yang dimulai per tanggal 1 Juni 2020-27 Juli 2020. Kehidupan normal baru ini dapat mengurangi resiko wabah namun juga dengan pengaturan ketat terhadap tempat yang memiliki kerentanan tinggi⁴.

Dalam menghadapi kehidupan normal baru tersebut, maka diperlukan proses transformasi dalam kehidupan masyarakat. transformasi merupakan proses perubahan secara cepat dalam kehidupan sosial, budaya, politik dan agama yang tidak dapat dihindarkan. Transformasi sering mengabaikan nilai-nilai sosial keagamaan yang penting dalam kehidupan masyarakat. Dengan adanya transformasi ini perlu adanya persiapan diri baik secara individu ataupun masyarakat agar transformasi dapat terjadi dari hal yang negatif menuju pada yang positif. Salah satu wujud transformasi adalah adanya pergeseran budaya disiplin yang sebelumnya banyak diabaikan oleh masyarakat. Saat ini budaya disiplin sebagai bentuk aktualisasi dari watak kewargaan (civic disposition) dan komitmen kewargaan (civic commitment) sangat diharapkan akan menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari tingkah laku dan karakter dari masyarakat. Tentunya terbentuknya disiplin dalam diri masyarakat menjadikan tatanan baru untuk diri sendiri dan orang lain⁵.

Berdasarkan hasil wawancara dengan 5 talent manager di perusahaan multinasional diperoleh data bahwa sejak masa pandemi covid 19, sudah terlihat adanya pergeseran dalam tata cara bekerja, seperti berkolaborasi dengan sesama anggota divisi atau project hingga berinteraksi dengan klien. Di masa pandemi ini, shifting dari perilaku dan pola kerja kontras sekali. Hal ini akan memengaruhi teknologi proses bisnis di perusahaan. Secara operasional

³ Yenti Sumarni, "Pandemi Covid-19: Tantangan Ekonomi Dan Bisnis," *Al-Intaj* 6, no. 2 (2020): 46–58.

⁴ Farah Tri Apriliani et al., "Model Keberfungsian Sosial Masyarakat Pada Kehidupan Normal Baru," *Jurnal Kolaborasi Resolusi Konflik* 2, no. 2 (2020): 133–41, doi:10.24198/jkrk.v2i2.29123.

⁵ Ardhana Januar Mahardhani, "Menjadi Warga Negara Yang Baik Pada Masa Pandemi Covid-19: Perspektif Kenormalan Baru," *Jurnal Pancasila Dan Kewarganegaraan* 5, no. 2 (2020): 65–76, doi:10.24269/jpk.v5.n2.2020.pp65-76.



teknologi, bekerja jarak jauh menjadi suatu standar baru. Ketergantungan dengan jaringan dan teknologi pun semakin tinggi dan kritis ⁶.

Penelitian yang terkait dengan tulisan ini diantaranya persepsi pekerja dalam menghadapi new normal covid-19 ⁷, ekonomi rumah tangga di era pandemic covid-19 ⁸ dan penelitian yang membahas keputusan konsumen untuk ikan segar di era new normal ⁹. Sementara tulisan ini akan mengurai ketiga pelaku ekonomi mulai dari pemerintah, pelaku usaha dan konsumen dalam menjalani kehidupan di era transisi pandemi ke new normal.

Kasus covid-19 di Indonesia, sempat melumpuhkan kegiatan ekonomi masyarakat, dampaknya perekonomian terganggu. Negara-negara di dunia banyak menghentikan kegiatan produksinya, orang-orang dilarang bepergian sehingga ikut menganjlokkan sektor pariwisata, pendapatan individu, perusahaan bahkan negara menurun. Karena itu tidak hanya masyarakat secara pribadi yang merasakan imbasnya tetapi seluruh sendi kehidupan terutama karyawan perusahaan yang banyak dirumahkan. Dalam kehidupan sehari-hari manusia pasti selalu bersinggungan dengan hal ekonomi. Mulai dari memenuhi kebutuhan hidup seperti sandang, pangan dan papan semua itu berhubungan dengan ekonomi. Oleh karena itu negara juga mempunyai kebijakan tentang kesejahteraan perekonomian masyarakatnya, dan pertumbuhan ekonomi yang baik akan membantu meningkatkan pembangunan nasional negara ¹⁰.

Melihat kondisi tersebut, maka tulisan ini akan mengurai tindakan yang dilakukan oleh ketiga pelaku ekonomi dalam menjalani kehidupan di era peralihan pandemic ke new normal.

B. Metode Penelitian

Tulisan ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode penelitian studi kepustakaan, maka diperlukan penelusuran berupa literatur lebih lanjut untuk menemukan wacana atau teks bahkan informasi yang berkaitan dengan objek penelitian.

⁶ Hartono, "Talent Management Perusahaan Multinasional Menuju Era New Normal : Tantangan Dan Peluang."

⁷ Nurwati and Titin Suhartini, "Persepsi Pekerja Dalam Menghadapi New Normal Covid-19," *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi* 5, no. 4 (2020): 310–17, <http://ojs.uho.ac.id/index.php/KOMUNIKASI/article/view/12660>.

⁸ Peter Garlans Sina, "Ekonomi Rumah Tangga Di Era Pandemi Covid-19," *Journal of Management : Small and Medium Enterprises (SMEs)* 12, no. 2 (September 25, 2020): 239–54, doi:10.35508/jom.v12i2.2697.

⁹ Yuany Farradia and Mas Tri Djoko Sunarno, "Consumer Purchase Decision on Fresh Fish in the New Norm: Preliminary Case Study in Indonesia," *Journal of Social Transformation and Regional Development* 2, no. 1 (2020): 52–60, doi:10.30880/jstard.2020.02.01.006.

¹⁰ Siti Maimunah, "Masalah Ekonomi Masyarakat Yang Terdampak Covid-19," *Frenxiv Papers*, 2020, 1–6.



Pendekatan yang digunakan dalam tulisan ini bersifat normatif dengan mencari data baik data primer maupun sekunder yang diambil dari artikel atau jurnal-jurnal maupun buku yang terkait dengan objek penelitian.

Teknik analisis data dan penyajian data yang digunakan dalam tulisan ini berupa analisis deskriptif kualitatif dengan metode mereduksi data dan menyimpulkan yang ada kaitannya dengan transformasi ketiga pelaku ekonomi selama masa transisi pandemi ke new normal

C. Hasil dan Pembahasan

1. Sektor Pemerintah

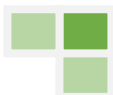
Banyak persoalan yang akan dihadapi saat era new normal akan dilaksanakan oleh pemerintah, terutama masalah perekonomian dan kesehatan. Pemerintah pusat dalam hal ini harus mampu menempatkan diri sebagai leading sector dalam perumusan kebijakan pemerintah secara nasional. Proses otonomi daerah memang menjadi prinsip penting dalam menjalankan negara kesatuan, namun sinkronisasi setiap hierarki pemerintahan di era new normal untuk memulihkan ekonomi dan meningkatkan sistem kesehatan menjadi lebih utama. Pemerintah daerah, baik provinsi, kabupaten/kota, dan pemerintah desa harus mampu menjadi memberikan masukan terhadap perumusan kebijakan di tingkat pusat dan juga menjadi perangkat pelaksana kebijakan pemerintah untuk tujuan yang telah ditetapkan bersama. Disisi lain, masyarakat juga perlu dilibatkan seluas-luasnya dengan peranan yang jelas sehingga proses perumusan dan pelaksanaan kebijakan yang sudah ditetapkan tujuannya untuk mengatasi berbagai persoalan yang timbul pasca pandemi covid-19 ini dapat dilaksanakan dengan sebaik-baiknya. Kerangka demokrasi pada hekekatnya mengupayakan keterbukaan dan keadilan (fairness) yang bertujuan untuk menciptakan kesejahteraan rakyat ¹¹.

Dengan dimulainya fase new normal di Indonesia maka sebuah perencanaan di berbagai aspek sosial ekonomi masyarakat seyogyanya sudah tersedia. Berbagai institusi pemerintah seperti Bappenas juga menyiapkan satu Protokol Produktif Aman sebagai protokol bagi masyarakat dalam melakukan berbagai aktivitas sosial ekonomi di masa Pandemi, yang mengacu pada kriteria badan kesehatan dunia WHO (World Health Organization). Akan tetapi berbagai protokol ini saja tidak cukup. Karena kehadirannya bermaksud sebatas menerapkan tindakan preventif penyebaran virus Covid-19, yang pada akhirnya bertujuan untuk

¹¹ Muhammad Qur'anul Kariem, "Konsepsi Kebijakan Pemerintah Di Era New Normal," *TheJournalish: Social and Government* 1, no. 2 (2020): 76–80.



menyelamatkan kehidupan dan penghidupan masyarakat, dengan mengatur pola aktivitas sosial ekonomi yang dilakukan. Berbagai protokol ini serupa dengan kebijakan yang dikeluarkan pemerintah, yang seyogyanya dikoordinasikan lintas instansi serta antar pemerintah pusat, provinsi serta daerah. Hal ini untuk mencegah terjadinya tumpang tindih kebijakan secara horizontal dan vertikal, yang kemudian malah menyebabkan kebingungan masyarakat dan ketidakefektifan dalam penerapannya. Contoh mutakhir di mana penerapan kebijakan new normal ini malah menjadi kontraproduktif adalah aturan terkait keharusan mendapatkan Surat Ijin Keluar Masuk (SIKM) dalam beraktivitas di era new normal, yang ditetapkan beberapa pemerintah daerah. Dalam praktiknya, aturan ini menjadi beban yang memberatkan masyarakat, karena selain pengurusannya yang berbelit juga melibatkan biaya yang tidak kecil. Berlikunya jalan beraktivitas kembali di era new normal ini bagi pekerja antar daerah juga ditambah adanya aturan keharusan menjalani tes polymerase chain reaction (PCR) atau rapid test yang dikeluarkan Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19. Sehingga tidak mengherankan banyak yang kemudian membatalkan beraktivitas, termasuk maskapai penerbangan pun membatalkan penerbangan. Lebih jauh, koordinasi kebijakan dan aturan lintas instansi horizontal dan vertical juga harus dilakukan bukan hanya terbatas pada aturan yang terkait protokol new normal. Yang juga penting sesungguhnya adalah kebijakan dan aturan yang terkait anggaran dan penggunaan anggaran untuk stimulus bagi pemulihan dan penguatan ekonomi masyarakat. Pemerintah dengan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang (Perppu) Nomor 1 Tahun 2020 sudah berikhtiar mengubah berbagai aturan terkait penganggaran, seperti pelonggaran batas maksimal defisit anggaran 3% selama masa penanganan Covid-19, relaksasi dalam penyesuaian besaran belanja wajib dan pergeseran anggaran antar unit organisasi (fiscal switching). Namun, kebijakan pelonggaran terkait penganggaran ini juga sebaiknya juga ikut diiringi oleh dua hal lain: penyusunan prioritas penanganan yang tepat dan merefleksikan kebutuhan serta keberpihakan ke masyarakat kecil yang paling terdampak, serta penguatan basis data untuk penanganan dan melakukan intervensi sosial ekonomi langsung. Sebab tanpa prioritas yang jelas dan pengeksplicitan asumsi dan filosofi yang mendasarinya, kebijakan pelonggaran penganggaran dapat diibaratkan memberi cek kosong yang rawan disalahgunakan untuk kepentingan-kepentingan yang sesungguhnya tak langsung berdampak ke masyarakat banyak. Begitu juga dengan penguatan basis data harus



dilakukan untuk menghindari kecurigaan dan konflik sosial di akar rumput yang kemudian malah bisa menjadi menjadi bumerang bagi upaya penguatan¹².

Kehidupan normal baru ini bertujuan untuk mengurangi resiko wabah dengan tetap menerapkan peraturan ketat terhadap tempat yang memiliki kerentanan tinggi. Sehingga pemerintah juga mengimbau bahwa masyarakat perlu terbiasa dengan kehidupan normal baru mengingat pandemi ini tidak akan bisa menghilang dalam waktu singkat¹³.

Kementerian Perhubungan akhirnya membuat aturan operasional transportasi online seperti Gojek dan Grab di era new normal ini. Aturan tersebut dituangkan dalam Surat Edaran No. 11 tahun 2020, yang menjelaskan Standar Operasional Prosedur mengenai¹⁴:

- a) Kendaraan bermotor perseorangan berupa mobil penumpang:
 - 1) Melakukan penyemprotan disinfektan di bagian dalam dan luar kendaraan;
 - 2) Tidak melakukan perjalanan jika dalam kondisi tidak sehat;
 - 3) Mencuci tangan dengan hand sanitizer / sabun;
 - 4) Kapasitas penumpang 50% bila hendak berbagi dengan orang lain (zona merah dan zona orange);
 - 5) Kapasitas penumpang 75% bila hendak berbagi dengan orang lain (zona kuning dan zona hijau);
 - 6) Kapasitas penumpang 100% dari kapasitas tempat duduk bila berasal dari rumah yang sama (semua zona);
 - g. Melaksanakan protokol kesehatan (memakai masker dan mencuci tangan / hand sanitizer);
 - 7) Menetapkan physical distancing bagi kendaraan yang penumpangnya tidak berasal dari rumah yang sama.
- b) Sepeda Motor dengan Aplikasi Berbasis Teknologi Informasi:
 - 1) Perusahaan Aplikasi menyediakan pos kesehatan di beberapa tempat dengan menyediakan disinfektan, hand sanitizer, dan pengukur suhu;
 - 2) Perusahaan Aplikasi disarankan untuk menyediakan penyekat antara penumpang dan pengemudi;
 - 3) Perusahaan Aplikasi menyediakan tutup kepala (haircap) jika helm dari pengemudi;

¹² Modjo, "Memetakan Jalan Penguatan Ekonomi Pasca Pandemi."

¹³ Apriliani et al., "Model Keberfungsian Sosial Masyarakat Pada Kehidupan Normal Baru."

¹⁴ Alfonsius, "Pelayanan Transportasi Online Di Era New Normal," *Journal of Accounting & Management Innovation* 4, no. 2 (2020): 91–100.



- 4) Penumpang disarankan membawa helm sendiri dan melaksanakan protocol kesehatan lainnya;
- 5) Pengemudi menggunakan masker, sarung tangan, jaket lengan panjang, dan hand sanitizer.

Pemerintah provinsi Bali dalam menyambut era baru dan mendukung aktivitas masyarakat untuk tetap produktif tentunya mengeluarkan kembali kebijakan yang telah diselesaikan dengan keadaan di lapangan. Gubernur Bali, Wayan Koster mengeluarkan Pergub Bali Nomor 46 Tahun 2020 tentang Penerapan Disiplin dan Penegakan Hukum Protokol Kesehatan sebagai Upaya Pencegahan dan Pengendalian Corona Virus Disease 2019 dalam Tatahidup Era Baru. Adapun dalam aturan ini dimuat sanksi bagi pelanggar yang tidak mematuhi protokol kesehatan, aturan ini dikeluarkan dilandaskan dari Instruksi Presiden (Inpres) No 6 Tahun 2020 yang bertujuan untuk meningkatkan ketertiban dan disiplin masyarakat¹⁵.

2. Sektor Pelaku Usaha

Pada masa pandemi covid-19 telah meluluhlantakkan berbagai sektor perekonomian berbagai aktivitas ekonomi terlebih dalam sektor pariwisata terpaksa dihentikan. Sejumlah hotel di daerah-daerah wisata seperti Bali, Jakarta, dan Yogyakarta Surabaya ditutup. Pemutusan hubungan kerja (PHK) menjadi langkah efektif bagi perusahaan untuk mengurangi kerugian perusahaan yang semakin bertambah (Syaharuddin, 2020). Hal ini bertujuan agar tidak terjadi interaksi antar satu dengan lainnya. Interaksi seperti itu mendominasi pandangan jika terjadi benturan kepentingan antara individu dengan kelompok kepentingan. Interaksi sosial hanya terjadi antara para pihak dalam peristiwa reaksi ke dua sisi. Interaksi sosial tidak terjadi jika orang memegang langsung hubungan dengan sesuatu yang tidak mempengaruhi sistem sosial sebagai akibat dari hubungan tersebut. Oleh karena itu Pemerintah menerapkan pembatasan sosial untuk mengurangi interaksi dan campur baur pada masyarakat dalam rangka pemutusan rantai penyebaran covid-19. Terhitung sejak awal 2020 aktivitas jumlah kunjungan wisatawan menurun. Hal ini dikarenakan banyak negara yang menghentikan penerbangan dan menerapkan lockdown pada wilayahnya. Pemberlakuan pembatasan sosial juga berdampak pada aktivitas ekspor dan impor pada negara-negara. Dampak dari wabah covid-19 ini begitu banyak merugikan berbagai pihak pelaku ekonomi. Hal ini menjadi tantangan bagi pemerintah untuk meningkatkan kembali aktivitas roda perekonomian yang sedang melemah. Dengan

¹⁵ Dewa Ayu Agung Ika Pramesti and I Gusti Ngurah Dharma Laksana, "Implementasi Peraturan Gubernur Bali No. 46 Tahun 2020 Di Desa Batubulan," *Kertha Wicara* 10, no. 1 (2020): 71–82.



mengeluarkan beberapa kebijakan seperti New Normal yang akan diterapkan diharapkan dapat menstabilkan keadaan ekonomi kembali ¹⁶.

Kenormalan baru saat ini sangat diharapkan oleh sebagian masyarakat untuk segera diimplementasikan. Terutama untuk masyarakat yang penghasilannya secara harian dan sampai dengan saat ini telah lama menganggur akibat pandemi Covid-19. Begitupun terhadap dunia usaha telah banyak yang merugi sejak virus corona menjadi wabah ¹⁷.

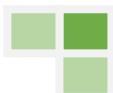
Ketangguhan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia kembali diuji dalam menghadapi dampak ekonomi akibat penyebaran Covid-19. Selain membutuhkan dukungan pemerintah, pelaku UMKM perlu melakukan terobosan dan strategi agar tetap mampu bertahan di tengah lesunya ekonomi. Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional . Memasuki era kenormalan baru, pelaku UMKM yang terpuruk akibat pandemi COVID-19 butuh strategi luar biasa, agar bisnisnya tetap bertahan dan berkembang di era adaptasi kebiasaan baru (new normal) (Sarasa, 2020). Strategi luar biasa yang dimaksud harus mempertimbangkan segala aspek, terutama faktor kesehatan, agar produk yang dihasilkan UMKM dapat diterima di tengah kekhawatiran masyarakat akibat pandemi COVID-19 ¹⁸.

Dalam menjalani kehidupan New Normal. Perlu diantisipasi dan disiasati, untuk mencegah agar bisnis tidak mengalami penurunan bahkan perlu memperkuat pondasi bisnis. Bisnis UKM memiliki peran yang sangat strategis dalam perekonomian Indonesia. Di mana saat perekonomian nasional meredup, para pelaku UKM justru punya peluang sebagai penyelamat keterpurukan perekonomian nasional. Keterbatasan masih dimiliki oleh para pelaku UKM, seperti kualitas produk, keterbatasan permodalan, jaringan pemasaran, dan sebagainya. Salah satu solusi adalah memperkuat keunggulan kompetitif yang spesial. Keunggulan kompetitif adalah memberikan nilai lebih kepada pelanggan dan menghasilkan keuntungan di atas rata-rata. Perlu lingkungan yang kondusif bagi UKM, memastikan kolaborasi yang optimal dengan para pemangku kepentingan di pemerintahan, entitas bisnis yang beragam, serta dunia pendidikan. Kolaborasi diarahkan untuk berpikir strategis dalam

¹⁶ Irma Dwina, "Melemahnya Ekonomi Indonesia Akibat Covid-19," *Socarxiv Papers*, 2020, 1–5, <https://www.kompasiana.com/dewilst08/5ebcb675097f3659853413b3/ekonomi-indonesia-menanggung-beban-covid-19>.

¹⁷ Mahardhani, "Menjadi Warga Negara Yang Baik Pada Masa Pandemi Covid-19: Perspektif Kenormalan Baru."

¹⁸ Ari Susanti, Budi Istiyanto, and Muhammad Jalari, "Strategi UKM Pada Masa Pandemi Covid-19," *Karya Ilmiah Pengaduan Masyarakat (KANGMAS)-Neolectura* 1, no. 2 (2020): 67–74.

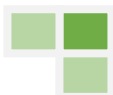


menciptakan keunggulan bersaing yaitu bagaimana berkompetisi untuk menjadi terbaik, berkompetisi untuk punya keunikan. UKM juga harus fokus pada tingkat integritas unit bisnisnya. Semua keunggulan kompetitif berada dalam rantai nilai dioptimalkan melalui penerapan supply chain manajemen yang bernilai excellent. Jadi UKM bisa diarahkan agar memiliki performance yang superior melalui penerapan prinsip operasional supply chain manajemen yang efektif serta strategic positioning yang tepat pada rantai nilainya agar memiliki keunggulan kompetitif spesial agar bisa bertahan dan bahkan memimpin di kondisi krisis pandemik ini ¹⁹.

New normal mendorong pelaku UMKM melakukan shifting baik perilaku pengusaha (behaviour) maupun aktivitas bisnisnya (economic activity). Perubahan-perubahan tersebut merupakan keniscayaan agar UMKM dapat bertahan dan berkelanjutan. Perubahan aktivitas pengusaha yang sebelumnya mengabaikan kesehatan, sekarang menjadi mengutamakan protokol kesehatan dan memperhatikan aspek sosial. Selain itu, perubahan aktivitas bisnis ini juga mendorong evolusi usaha yang sebelumnya offline, sekarang menjadi online. Hal tersebut seiring dengan perkembangan teknologi digital yang menjadi tren anak muda.

Strategi utama untuk mendorong scaling-up UMKM di era new normal, agar dapat bertahan dan berkelanjutan adalah melalui transformasi ekonomi dan merubah klasifikasi entrepreneurship menjadi Techno-sociopreneur. Techno-sociopreneur merupakan gabungan antara wirausaha teknologi dan wirausaha sosial. Kombinasi model bisnis seperti ini yang ideal untuk masa new normal. Wirausaha berbasis teknologi digital seperti UMKM online menjadi semakin menarik karena adanya perubahan pola konsumsi masyarakat akibat pandemi covid-19. Perubahan pola konsumsi barang dan jasa dari offline ke online, peningkatan pemanfaatan teknologi digital dan kenaikan trafik sekitar 15-20%, serta adanya peningkatan pemanfaatan e-learning, e-commerce, literasi digital, peningkatan permintaan delivery, peningkatan kebutuhan alat kesehatan/kebersihan. Contoh techno-sociopreneur adalah Sdr. Hafidz (CEO Nares Essential Oil). Nares merupakan unit bisnis terkait minyak esensial oil (minyak atsiri) di Kab. Kendal. Pada masa pandemi covid-19, bisnis minyak atsiri justru mengalami kenaikan signifikan, sampai tiga kali lipat dari hari biasa. Hal ini disebabkan minyak atsiri dapat dijadikan alternatif untuk meningkatkan kesehatan dan kebugaran tubuh, sehingga permintaan masyarakat menjadi melonjak tinggi. Nares melakukan inovasi teknologi berupa penyediaan

¹⁹ Aramia Fahriyah and Rochland Yoseph, "Keunggulan Kompetitif Spesial Sebagai Strategi Keberlanjutan UKM Di Era New Normal," in *Prosiding Seminar Stiami*, vol. 7, 2020, 104–10, doi:10.1155/2010/706872.



alat penyulingan minyak atsiri dan teknologi digital untuk pemasarannya, sehingga disebut sebagai technopreneur. Selain itu, Nares juga melakukan program pendampingan bagi para pengumpul/petani daun sereh/cengkeh. Aspek sosial motive yang diberikan adalah dengan mendorong para petani membentuk kelompok usaha untuk memproduksi sendiri minyak atsiri dengan memiliki alat penyuling yang disiapkan oleh Nares. Hasil produksi kelompok usaha petani tersebut akan diserahkan kepada Nares yang juga berperan sebagai offtaker. Buruh tani yang sebelumnya berpenghasilan Rp10.000,- per hari, sekarang menjadi penyapu daun cengkeh berpenghasilan Rp70.000,- per hari. Model kerjasama kemitraan B2C yang dilakukan Nares menjadikan inspirasi bagi pelaku usaha lainnya agar dalam berbisnis tidak hanya profit oriented saja, tetapi juga social motive menjadikan usaha berkelanjutan²⁰.

Terdapat perbedaan antara entrepreneurship biasa dan technopreneurship (technology entrepreneurship). Technology entrepreneurship harus sukses pada dua tugas utama, yakni: menjamin bahwa teknologi berfungsi sesuai kebutuhan target pelanggan dan teknologi tersebut dapat dijual dengan mendapatkan keuntungan (profit). Entrepreneurship biasa umumnya hanya berhubungan dengan bagian yang kedua, yakni menjual dengan mendapatkan profit²¹.

Perusahaan Grab menyikapi era new normal ojek online melalui penambahan peralatan khusus pada motor pengemudi. Russell Cohen, Regional Head of Operations Grab, mengatakan Grab Indonesia melengkapi kendaraan dengan partisi plastik dan peralatan kebersihan. Grab menyediakan layanan GrabBike Protect yang memberikan perlindungan tambahan bagi mitra pengemudi dan penumpang ojek online di sejumlah kota di Indonesia. Sebagai armada khusus pertama di Indonesia, GrabBike Protect dilengkapi dengan partisi plastik sehingga dapat menjadi pemisah antara penumpang dan mitra pengemudi dan meminimalkan kontak. Di samping itu, mitra pengemudi Grab juga diperlengkapi masker dan hand sanitizer sebagai kesiapan menjalani “kebiasaan baru” di kota-kota besar di Indonesia. Sebagai upaya dalam meningkatkan keamanan dan kebersihan pada setiap perjalanan. Grab melakukan pemeriksaan suhu tubuh mitra pengemudi sebelum memulai aktivitasnya dan ketika melakukan tugasnya melalui online health declaration. Selanjutnya, Grab menerapkan protokol kebersihan seperti mencuci tangan dengan rutin, menutup mulut atau hidung ketika bersin/batuk, dan meningkatkan kebersihan serta mendisinfeksi kendaraan mitra pengemudi.

²⁰ Bayu Anggara Silvatika, “Technosociopreneur, New Model UMKM Di Era New Normal,” in *Prosiding Seminar Nasional*, vol. 7, 2020, 29–35, doi:10.1155/2010/706872.

²¹ Arief Wibowo et al., “Penyuluhan Wirausaha Berbasis Teknologi Untuk Pemulihan Ekonomi Masyarakat Terdampak Covid-19 Di Masa New Normal,” *E-Dimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 11, no. 3 (2020): 357–65, doi:10.26877/e-dimas.v11i3.5872.



Selain itu, Grab menyarankan mitra pengemudi agar membuka kaca jendela sesudah menyelesaikan perjalanan, dan segera menemui dokter apabila dirasa kurang sehat. Grab juga memperkenalkan dua fitur in- app terbaru yaitu formulir deklarasi kesehatan dan kebersihan online serta fitur pengecekan masker via swafoto (mask selfie) ²².

Marketplace Shopee menerapkan strategi komunikasi pemasaran efektif dalam membangun positioning yang dapat diterima secara baik di benak konsumen. Strategi komunikasi pemasaran melalui media baru dengan memanfaatkan media chanel yang mengadopsi fitur-fitur media sosial seperti hiburan, informasi, serta event- event yang dilakukan. Tujuan utama strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Shopee adalah Terbangunnya positioning dengan mewujudkan terciptanya kemudahan berbelanja di tengah situasi penyebaran virus Covid- 19 dan upaya menghadapi kondisi beralihnya kebiasaan baru (New Normal). Fitur media sosial yang diadopsi ke dalam mobile commerce Shopee membuat platform e-commerce ini menjadi lebih berbeda dari platform e- commerce lainnya. Pada masing- masing fitur terdapat informasi singkat dan penjelasan sesuai fitur yang ada di aplikasi Shopee. Shopee yang dikenal sebagai platform belanja online yang mengusung konsep sosial melakukan gerakan kampanye #ShopeeDariRumah yaitu dengan menggunakan media chanel yang dimiliki Shopee ²³.

“Coffeebreak” merupakan salah satu kedai kopi yang ada di Purwokerto, kedai kopi “Coffeebreak” telah melakukan promosi melalui media sosial seperti whatsapp dan instagram sebagai strategi dalam menyongsong new normal. Media sosial digunakan untuk mengembangkan jangkauan pasar guna menarik pelanggan baru dengan memperkuat eksistensi di media sosial melalui engagement dan beriklan di media sosial. Media sosial juga digunakan pemilik untuk mengenal pelanggan lebih dekat dengan memposting segala hal yang berkaitan dengan kedai kopi “Coffeebreak” ke akun media sosial kedai kopi “Coffeebreak” termasuk memposting pelanggan yang telah berkunjung ke kedai kopi “Coffeebreak”. Pemilik juga mengkolaborasikan strategi promosi lainnya yang mungkin dapat dikolaborasikan dengan media sosial kedai kopi “Coffeebreak” seperti mengajak coffee blogger untuk me-review kedai kopi “Coffeebreak”. Coffee blogger bercerita tentang kesan-kesan menarik yang mereka dapat ketika mencicipi menu makanan dan minuman yang ada di kedai kopi “Coffeebreak”. Ketika

²² Alfonsius, “Pelayanan Transportasi Online Di Era New Normal.”

²³ Priyo Suswanto and Sri Dewi Setiawati, “Strategi Komunikasi Pemasaran Shopee Dalam Membangun Positioning Di Tengah Pandemi Covid-19 Di Indonesia,” *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi* 3, no. 2 (2020): 16–29, <http://52.221.78.156/index.php/linimasa/article/view/2754>.



hasil review dari coffee blogger tersebut positif maka coffee blogger tersebut tentu akan merekomendasikan kedai kopi “Coffeebreak” kepada khalayak²⁴.

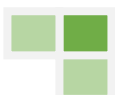
Dalam rangka dukungan pemerintah terhadap pelaku usaha, maka pemerintah mengeluarkan kebijakan baru tentang insentif perpajakan UKM yang terkandung dalam Melalui PMK Nomor 44/PMK.03/2020 pemerintah menggantikan PMK Nomor 23/PMK.03/2020 yaitu dengan memunculkan satu jenis insentif pajak baru yaitu PPh Final berdasarkan PP 23 Ditanggung Pemerintah (DTP). Kebijakan ini bertujuan untuk keberlangsungan bisnis UKM, mendorong partisipasi masyarakat dan pengetahuan perpajakan. strategi bisnis yang dilakukan pelaku UKM adalah berupa inovasi produk, sehingga peluang bisnis yang dilakukan dapat meningkatkan penjualan di toko online selama masa pandemi Covid-19 dan era new normal. Pelaku UKM mengapresiasi kebijakan insentif pajak dan pelaku UKM menyatakan telah memanfaatkan insentif pajak tersebut serta terus meningkatkan kepatuhan kewajiban perpajakan. Pelaku UKM mengharapkan sosialisasi dan pendampingan untuk mendapatkan informasi yang lebih detail terkait peraturan atau kebijakan perpajakan terbaru²⁵.

3. Sektor Pelaku Konsumen

Pandemi Covid-19 akan memperlambat roda perekonomian, namun tanpa upaya sigap dari pemangku kebijakan untuk menyelamatkan nyawa penduduk Indonesia, maka optimisme perekonomian tidak akan pernah datang. Optimisme dan sentimen positif ekonomi baru akan terjadi jika pandemi Covid-19 dapat diatasi, setidaknya menunjukkan tanda-tanda terkendali dan akhirnya dapat diselesaikan. Upaya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) sangat penting dikedepankan, sebelum nanti vaksin Covid-19 akan ditemukan, atau kita terpaksa harus berdampingan dengan Covid-19 sebagai sebuah cara hidup di zaman normal baru. Dalam zaman normal baru kegiatan ekonomi dapat dilakukan, namun dengan standar kesehatan serta fasilitas kerja dan infrastruktur publik yang memungkinkan manusia untuk hidup berdampingan dengan Covid-19 yang belum pergi. Kita harus siap dengan kemungkinan perubahan ke arah itu. Pada dasarnya, kita pun sudah banyak melakukan perubahan agar dampak pandemi Covid-19 tidak terlalu besar memakan korban. Misalnya dengan melakukan

²⁴ Siti Barokah, Anisa Nur Andina, and Zahrah Anggriany, “Strategi Adaptif Kedai Kopi ‘Coffeebreak’ Purwokerto Dalam Upaya Menyongsong New Normal,” *Intelektiva: Jurnal Ekonomi, Sosial, Dan Humaniora* 1, no. 12 (2020): 150–60.

²⁵ Ratih Kumala and Ahmad Junaidi, “Strategi Bisnis Dan Pemanfaatan Kebijakan Pajak Di Masa Pandemi COVID-19 Dan Era New Normal (Studi Kasus Pelaku UKM Marketplace,” in *Prosiding Seminar Stiarni*, vol. 7, 2020, 98–103.



realokasi anggaran pembangunan untuk keperluan program social safety net, dan sebagainya. Perubahan lebih besar masih harus kita tempuh ²⁶.

Secara umum banyak sekali perubahan-perubahan yang dilakukan oleh masyarakat dalam menanggapi wabah ini. Berikut adalah perbedaan perilaku masyarakat sebelum dan sesudah adanya pandemi ini ²⁷:

- a) Sebelum pandemi pemenuhan pendidikan para individu, kelompok dan masyarakat pergi ke sekolah atau kampus. Selain itu, peran guru mendominasi dalam memberikan kegiatan pembelajaran. Kebanyakan orang tua menyerahkan sepenuhnya kepada sekolah. Setelah adanya pandemi, menggunakan model hybrid yaitu kolaborasi antara guru dan orang tua, karena peran orang tua semakin meningkat karena harus berperan sebagai orang tua sekaligus guru untuk anak- anaknya.
- b) Sebelum adanya pandemi, masyarakat bersifat abai terhadap kesehatan. Seperti jarang mencuci tangan sebelum makan, setelah berpergian dari luar dan setelah memegang benda, jarang mencuci kaki setelah dari luar, dan lain-lain. Setelah adanya pandemi, terjadi perubahan perilaku. Masyarakat lebih memperhatikan dan menjaga kesehatannya dengan mencuci tangan sebelum makan, menggunakan masker ketika pergi ke luar rumah, membawa handsanitizer, tisu basah, tisu kering dan disinfektan ketika berpergian.
- c) Peran sosial yang dimiliki masyarakat selama belum adanya pandemi, masih cenderung bersifat abai kepada orang lain atau belum memiliki rasa kepedulian terhadap orang lain. Di kehidupan normal ini peran social masyarakat bertambah sebagai mediator dan edukator. Masyarakat sebagai mediator karena saling menasehati satu sama lainnya, seperti menasehati untuk mencuci tangan, physical distancing, social distancing, dan lain-lain. Sebagai edukator karena masyarakat mencari pengetahuan tentang wabah ini kemudian dibagikan kepada keluarga, teman, tetangga, dan lain-lain.

Yuswohadi, salah satu praktisi pemasaran di Indonesia, menulis artikel yang menjelaskan bahwa di era pandemic Covid-19 ada empat (4) mega peralihan perilaku konsumen di era Covid-19, antara lain ²⁸:

²⁶ Muhyiddin and Hanan Nugroho, "Edisi Khusus Tentang Covid-19, New Normal, Dan Perencanaan Pembangunan," *Jurnal Perencanaan Pembangunan: The Indonesian Journal of Development Planning* 4, no. 2 (2020), doi:10.36574/jpp.v4i2.120.

²⁷ Apriliani et al., "Model Keberfungsian Sosial Masyarakat Pada Kehidupan Normal Baru."

²⁸ Fahriyah and Yoseph, "Keunggulan Kompetitif Spesial Sebagai Strategi Keberlanjutan UKM Di Era New Normal."



- a) Gaya hidup baru stay at home dengan adanya kebijakan perusahaan-perusahaan dan dunia pendidikan untuk melakukan Work From Home karena adanya peraturan pemerintah tentang adanya aturan PSBB (Pedoman Pembatasan Sosial Berskala Besar) yang merupakan Peraturan Pemerintah atau PP nomor 21 Tahun 2020 dalam Rangka Percepatan Penanganan Covid-19
- b) Banyaknya korban nyawa akibat Covid- 19, melahirkan masyarakat yang empati dan sarat solidaritas sosial.
- c) Karena aturan PSBB tersebut, konsumen menghindari kontak fisik dan beralih ke media digital.
- d) Dari teori Abraham Mashlow, konsumen bergeser dari puncak piramida (aktualisasi diri dan kehormatan) ke dasar, yaitu kebutuhan terhadap makanan, keamanan jiwa raga.

Terdapat banyak gerakan sosial di kalangan masyarakat, salah satunya adalah gerakan filantropi pada masa pandemi. Gerakan filantropi yang dilakukan masyarakat Indonesia saat pandemi dikategorikan sebagai adalah gerakan filantropi sosial. Menurut Knight terdapat lima poin filantropi sosial yaitu pertama adalah, upaya memenuhi kebutuhan pokok masyarakat, kedua yaitu kesetaraan gender, hak asasi manusia dan anti diskriminasi. Ketiga adalah memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk terlibat dalam kebijakan, keempat adalah pemberdayaan masyarakat atau peningkatan kapasitas masyarakat, dan yang terakhir adalah penguatan partisipasi masyarakat dalam pengambilan keputusan. Filantropi sosial yang dilakukan masyarakat sesuai dengan poin pertama dari paradigm Knight, yaitu upaya memenuhi kebutuhan pokok masyarakat. Terdapat banyak sekali gerakan- gerakan sosial dari masyarakat berbagai kalangan masyarakat untuk berbagi dan memberikan paket kebutuhan pokok. Misalnya terdapat gerakan dapur umum di Yogyakarta, dimana gerakan tersebut telah membuat 11 dapur umum untuk memenuhi kebutuhan pangan masyarakat berupa pembagian rata-rata 100 nasi bungkus setiap hari untuk yang terkena dampak covid-19 secara langsung ataupun tidak langsung. Gerakan tersebut berhasil mengumpulkan uang Rp. 160 juta pada bulan April 2020 yang lalu, dan melibatkan banyak sekali pihak seperti komunitas pemulung, komunitas difabel dan paguyuban petani ²⁹.

Perilaku masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya selama pandemik ini tentunya ingin hal-hal yang praktis tanpa harus keluar rumah. Maka, banyak dari beberapa perusahaan dan juga wirausahawan yang menggunakan teknologi berupa media, iklan online, pemasaran

²⁹ Kariem, "Konsepsi Kebijakan Pemerintah Di Era New Normal."



email, dll untuk menjangkau produknya untuk dibeli oleh konsumennya. Revolusi bisnis 4.0 yang dilakukan oleh banyak pengusaha di Indonesia adalah memanfaatkan teknologi berupa website, dengan hanya mengklik tombol yang ada di handphone para pembeli sudah dapat memenuhi kebutuhan yang mereka inginkan dengan praktis, kemudian menunggu barang sampai ditempat tujuan. Akan tetapi, di era bisnis 4.0 ini tidak hanya penggunaan teknologi berupa website saja, banyak yang sudah memanfaatkan aplikasi seluler untuk memasarkan produknya. Penggunaannya sama dengan website, namun aplikasi seluler ini akan lebih praktis digunakan oleh konsumen karena tidak perlu menghafalkan link atau membuka browser terlebih dahulu. Para konsumen bisa langsung download aplikasi dan penggunaannya bisa dalam jangka panjang, dalam artian ketika konsumen membutuhkan mereka akan membuka kembali aplikasinya. Penggunaan teknologi tidak hanya bermanfaat untuk memasarkan produk yang ditawarkan oleh produsen saja, akan tetapi revolusi bisnis 4.0 mengubah metode pembayaran menjadi praktis. Dalam menghadapi pandemik COVID-19 metode pembayaran seperti ini bermanfaat dalam memutus mata rantai penyebaran virus, metode pembayaran ini berbasis aplikasi dimana pengguna harus mengisi uang ke aplikasi tersebut. Metode pembayaran yang dimaksud adalah Go- pay, OVO, dana, linkaja dan shopee pay. Metode pembayaran ini menjadi salah satu pandemicve para konsumen setelah prepaid. Selain itu, promo-promo menarik yang ditawarkan masing-masing aplikasi juga menjadi salah satu alasan para konsumen untuk menggunakan metode pembayaran ini. Hal ini berarti, revolusi bisnis 4.0 membuat masyarakat menjadi mudah dan praktis dalam memenuhi kebutuhan dasarnya. Sehingga ketika revolusi bisnis 4.0 hadir ditengah pandemik tentu akan bermanfaat bagi masyarakat, karena penggunaan uang kertas bisa dialihkan ke beberapa metode pembayaran sesuai pilihan³⁰.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan hasil yang diperoleh, maka penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut:

1. Sektor pemerintah yang dibantu oleh kementerian dan lembaga negara lainnya serta pemerintah propinsi sampai daerah mengeluarkan beberapa kebijakan yang terkait pemulihan ekonomi untuk menghadapi masa transisi pandemik ke new normal dengan selalu berpedoman pada protokol kesehatan seperti yang dilakukan kementerian perhubungan yang mengeluarkan kebijakan pembatasan bagi roda dua dan roda empat.

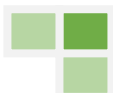
³⁰ Apriliani et al., "Model Keberfungsian Sosial Masyarakat Pada Kehidupan Normal Baru."



- Pemerintah daerah seperti Bali menerapkan sanksi bagi yang melanggar protokol kesehatan.
2. Sektor pelaku usaha sangat merasakan dampak dari adanya pandemik ini padahal para pelaku pelaku khususnya usaha kecil menengah sangat diharapkan berperan penting demi kemajuan perekonomian negara. Maka dari itu pelaku usaha melakukan shifting baik perilaku pengusaha (behaviour) maupun aktivitas bisnisnya (economic activity), pemasaran secara online dengan memanfaatkan media sosial dilakukan oleh usaha seperti Grab dan Café-café.
 3. Sektor konsumen atau masyarakat ikut melakukan perubahan dalam kehidupan transisi pandemik ke new normal ini dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dalam mengikuti aturan protokol kesehatan dan batasan keluar rumah, maka konsumen melakukan hal-hal yang praktis berupa memesan kebutuhan sehari-hari dengan memanfaatkan teknologi hanya dengan mengklik aplikasi yang terdapat di handphone masing-masing. Begitupula untuk melakukan transaksi pembayaran, tidak lagi dilakukan secara tunai, namun dengan metode pembayaran secara online.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfonsius. “Pelayanan Transportasi Online Di Era New Normal.” *Journal of Accounting & Management Innovation* 4, no. 2 (2020): 91–100.
- Apriliani, Farah Tri, Hery Wibowo, Sahadi Humaedi, and Maulana Irfan. “Model Keberfungsian Sosial Masyarakat Pada Kehidupan Normal Baru.” *Jurnal Kolaborasi Resolusi Konflik* 2, no. 2 (2020): 133–41.
- Barokah, Siti, Anisa Nur Andina, and Zahrah Anggriany. “Strategi Adaptif Kedai Kopi ‘Coffeebreak’ Purwokerto Dalam Upaya Menyongsong New Normal.” *Intelektiva: Jurnal Ekonomi, Sosial, Dan Humaniora* 1, no. 12 (2020): 150–60.
- Dwina, Irma. “Melemahnya Ekonomi Indonesia Akibat Covid-19.” *Socarxiv Papers*, 2020, 1–5. <https://www.kompasiana.com/dewilst08/5ebcb675097f3659853413b3/ekonomi-indonesia-menanggung-beban-covid-19>.
- Fahriyah, Aramia, and Rochland Yoseph. “Keunggulan Kompetitif Spesial Sebagai Strategi Keberlanjutan UKM Di Era New Normal.” In *Prosiding Seminar Stiarni*, 7:104–10, 2020.
- Farradia, Yuany, and Mas Tri Djoko Sunarno. “Consumer Purchase Decision on Fresh Fish in the New Norm: Preliminary Case Study in Indonesia.” *Journal of Social Transformation and Regional Development* 2, no. 1 (2020): 52–60.
- Hartono. “Talent Management Perusahaan Multinasional Menuju Era New Normal : Tantangan Dan Peluang.” In *Prosiding Seminar Stiarni*, 7:62–69, 2020.
- Kariem, Muhammad Qur’anul. “Konsepsi Kebijakan Pemerintah Di Era New Normal.”



- The Journalish: Social and Government* 1, no. 2 (2020): 76–80.
- Kumala, Ratih, and Ahmad Junaidi. “Strategi Bisnis Dan Pemanfaatan Kebijakan Pajak Di Masa Pandemi COVID-19 Dan Era New Normal (Studi Kasus Pelaku UKM Marketplace.” In *Prosiding Seminar Stiarni*, 7:98–103, 2020.
- Mahardhani, Ardhana Januar. “Menjadi Warga Negara Yang Baik Pada Masa Pandemi Covid-19: Perspektif Kenormalan Baru.” *Jurnal Pancasila Dan Kewarganegaraan* 5, no. 2 (2020): 65–76.
- Maimunah, Siti. “Masalah Ekonomi Masyarakat Yang Terdampak Covid-19.” *Frenxiv Papers*, 2020, 1–6.
- Modjo, Mohamad Ikhsan. “Memetakan Jalan Penguatan Ekonomi Pasca Pandemi.” *The Indonesian Journal of Development Planning* IV, no. 2 (2020): 103–16.
- Muhyiddin, and Hanan Nugroho. “Edisi Khusus Tentang Covid-19, New Normal, Dan Perencanaan Pembangunan.” *Jurnal Perencanaan Pembangunan: The Indonesian Journal of Development Planning* 4, no. 2 (2020)..
- Nurwati, and Titin Suhartini. “Persepsi Pekerja Dalam Menghadapi New Normal Covid-19.” *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi* 5, no. 4 (2020): 310–17.
- Pramesti, Dewa Ayu Agung Ika, and I Gusti Ngurah Dharma Laksana. “Implementasi Peraturan Gubernur Bali No. 46 Tahun 2020 Di Desa Batubulan.” *Kertha Wicara* 10, no. 1 (2020): 71–82.
- Silvatika, Bayu Anggara. “Technosociopreneur, New Model UMKM Di Era New Normal.” In *Prosiding Seminar Nasional*, 7:29–35, 2020.
- Sina, Peter Garlans. “EKONOMI RUMAH TANGGA DI ERA PANDEMI COVID-19.” *Journal of Management : Small and Medium Enterprises (SMEs)* 12, no. 2 (September 25, 2020): 239–54.
- Sumarni, Yenti. “Pandemi Covid-19: Tantangan Ekonomi Dan Bisnis.” *Al-Intaj* 6, no. 2 (2020): 46–58.
- Susanti, Ari, Budi Istiyanto, and Muhammad Jalari. “Strategi UKM Pada Masa Pandemi Covid-19.” *Karya Ilmiah Pengabdian Masyarakat (KANGMAS)-Neolectura* 1, no. 2 (2020): 67–74.
- Suswanto, Priyo, and Sri Dewi Setiawati. “Strategi Komunikasi Pemasaran Shopee Dalam Membangun Positioning Di Tengah Pandemi Covid-19 Di Indonesia.” *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi* 3, no. 2 (2020): 16–29.
- Wibowo, Arief, Anindya Putri Pradipta, Mulyati Mulyati, and Dyah Retno Utari. “Penyuluhan Wirausaha Berbasis Teknologi Untuk Pemulihan Ekonomi Masyarakat Terdampak Covid-19 Di Masa New Normal.” *E-Dimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 11, no. 3 (2020): 357–65.

