



NEW NORMAL ERA

DALAM BERBAGAI ASPEK KEHIDUPAN



Rosanita Tritias Utami - Sitti Fithriani Saleh
Hastin Umi Anisah - Nisfatul Izzah - Shulbi Muthi Sabila Salayan Putri
Sawitania Christiany Dwi Utami Situmorang - Widyastuti Andriyani
A. Nur Aisyah Rusnali - Anastasia Diana Megawati Tumimomor
Rambu Luba Kata Respati Nugrohowardhani - Galih Wicaksono

NEW NORMAL ERA

DALAM BERBAGAI ASPEK KEHIDUPAN

Rosanita Tritias Utami

Sitti Fithriani Saleh

Hastin Umi Anisah

Nisfatul Izzah

Shulbi Muthi Sabila Salayan Putri

Sawitania Christiany Dwi Utami Situmorang

Widyastuti Andriyani

A. Nur Aisyah Rusnali

Anastasia Diana Megawati Tumimomor

Rambu Luba Kata Respati Nugrohowardhani

Galih Wicaksono

NEW NORMAL ERA DALAM BERBAGAI ASPEK KEHIDUPAN [sumber elektronik]

Penulis

Rosanita Tritias Utami
Sitti Fithriani Saleh
Hastin Umi Anisah
Nisfatul Izzah
Shulbi Muthi Sabila Salayan Putri
Sawitania Christiany Dwi Utami Situmorang
Widyastuti Andriyani
A. Nur Aisyah Rusnali
Anastasia Diana Megawati Tumimomor
Rambu Luba Kata Respati Nugrohowardhani
Galih Wicaksono

Editor

Dr. Dian Utami Sutiksno, S.E., M.Si.
Dr. Ratnadewi, S.T., M.T.
Ismi Aziz

Tata Letak

Lathifa Aziziy

Desain Sampul

Rio

15.5 x 23 cm, viii + 177 hlm.
Cetakan I, Januari 2021

ISBN digital: 978-623-6995-19-8

Diterbitkan oleh:

ZAHIR PUBLISHING

Kadisoka RT. 05 RW. 02, Purwomartani,
Kalasan, Sleman, Yogyakarta 55571
e-mail : zahirpublishing@gmail.com

Anggota IKAPI D.I. Yogyakarta

No. 132/DIY/2020

bekerja sama dengan



Hak cipta dilindungi oleh undang-undang.

Dilarang mengutip atau memperbanyak
sebagian atau seluruh isi buku ini
tanpa izin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Akhirnya buku dengan judul “New Normal Era Dalam Berbagai Aspek Kehidupan” dapat terselesaikan dengan baik. Syukur alhamdulillah kami haturkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat-Nya. Semoga kehadiran buku ini dapat menambah khazanah buku bacaan mengenai *New Normal Era*.

Buku dengan gaya tulisan bertutur ini ditulis oleh sebelas penulis mengenai beragam perspektif keilmuan dalam memandang *New Normal Era*. Isu mengenai *New Normal Era* saat ini menjadi hangat dibicarakan, bukan hanya karena kita saat ini sedang ada di masa pandemi, namun karena isu *New Normal Era* merupakan hal yang selalu penting untuk dibahas.

Buku ini tersusun dalam beberapa bagian, sebagai berikut :

Bab 1 : Kenormalan Baru dalam Situasi Pandemi

Bab 2 : *New Normal* Dunia Pendidikan

Bab 3 : *New Normal* Dunia Usaha (Usaha Mikro Kecil Menengah/UMKM)

Bab 4 : Arah Konsumsi Rumah Tangga di Era *New Normal* : Pendekatan Teori Keynesian

Bab 5 : *Public Relations* Dalam Menyambut “The New Normal”

Bab 6 : Manajemen Agribisnis di Era *New Normal*

Bab 7 : *New Normal Era FinTech Lending*

Bab 8 : Media Sosial dan Kesehatan Mental di Era *New Normal*

Bab 9 : *New Normal* : Peluang Bagi Bisnis Sosial

Bab 10 : Era Normal Baru dan Ekonomi Desa : Ancaman atau Peluang?

Bab 11 : Pengabdian Kepada Masyarakat di Era *New Normal*

Buku ini tentunya masih jauh dari kata sempurna. Namun penulis berharap kehadirannya mampu memberikan sumbangsih bacaan mengenai kebencanaan. Akhirnya, terima kasih penulis sampaikan kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu penyusunan buku ini. Semoga akan ada manfaat yang mengikuti hadirnya buku ini.

Bandung, Desember 2020

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
BAB 1	
KENORMALAN BARU DALAM SITUASI PANDEMI.....	1
A. Pendahuluan	1
B. Definisi <i>New Normal</i> di Indonesia	2
C. <i>Social Distancing</i> dan <i>Physical Distancing</i>	3
D. Tren <i>New Normal</i> di Berbagai Bidang Kehidupan	6
E. Siapkah Indonesia Menerapkan Kenormalan Baru?	9
BAB 2	
NEW NORMAL DUNIA PENDIDIKAN	16
A. Pendahuluan	16
B. Pendidikan dalam Keluarga	17
C. Pendidikan Formal	19
D. Pendidikan di Luar Sekolah	22
E. Terus Belajar dan Bertumbuh	23
BAB 3	
NEW NORMAL DUNIA USAHA (USAHA MIKRO KECIL MENENGAH/ UMKM)	29
A. Pendahuluan	29
B. <i>New Normal</i>	30
C. UMKM di Era <i>New Normal</i>	31
D. Strategi UMKM di Masa <i>New Normal</i>	32
E. Kesimpulan	40
BAB 4	
ARAH KONSUMSI RUMAH TANGGA DI ERA NEW NORMAL: PENDEKATAN TEORI KEYNESIAN	42
A. Pendahuluan	42

B.	Pergerakan Indeks Konsumsi Rumah Tangga dan Paham Keynesian	44
C.	Arah Daya Beli Rumah Tangga di Era <i>New Normal</i>	48
BAB 5		
PUBLIC RELATIONS DALAM MENYAMBUT “THE NEW NORMAL”		62
A.	Pendahuluan	62
B.	Industri PR dalam New Normal.....	65
C.	Manajemen Krisis di Tengah Pandemi.....	70
BAB 6		
MANAJEMEN AGRIBISNIS DI ERA NEW NORMAL		74
A.	Pendahuluan	74
B.	<i>New Normal</i> Tak Berarti Semua Kembali Berjalan Seperti Sediakala. Namun, <i>New Normal</i> Memberi Secercah Harapan Bagi Sektor Pertanian Indonesia Pasca-PSBB.....	80
C.	Di Era <i>New Normal</i> , Terjadi Perubahan Nilai Manajemen Agribisnis dari yang Semula Berbasis Tenaga Kerja Menuju <i>Leadership Brain Mechanism</i> . Pemberian Nilai Tambah (<i>Value Added</i>) Menjadi Sebuah Keharusan, Bukan Pilihan ...	81
D.	Produk-Produk yang Sehat dan Mampu Memperkuat Imun yang Akan Menjadi Primadona di Era New Normal Bisa Dijadikan Alternatif Komoditas Pilihan Bagi Petani Agrokompleks Indonesia.....	82
E.	Menerapkan Prinsip <i>Good Agricultural Practices</i> dan <i>Integrated Pest Management</i> Guna Mengurangi Risiko Kerugian Akibat Ketergantungan Pada Penggunaan Bahan Baku Usaha Pertanian Agrokompleks dari Luar	84
BAB 7		
NEW NORMAL ERA FINTECH LENDING		89
A.	Pendahuluan	89
B.	<i>FinTech Lending</i> Solusi Keuangan Modern	91
C.	Globalisasi <i>FinTech Lending</i>	95
D.	Kecerdasan Buatan pada <i>FinTech Lending</i> dan Reaksi Perbankan	96
E.	<i>2020 New Normal Era FinTech Lending</i>	99

BAB 8	
MEDIA SOSIAL DAN KESEHATAN MENTAL DI ERA NEW NORMAL	
	110
A. Pendahuluan	110
B. Media Sosial.....	110
C. Kesehatan Mental	114
D. Media Sosial dan Kesehatan Mental di Era <i>New Normal</i>	116
BAB 9	
NEW NORMAL : PELUANG BAGI BISNIS SOSIAL.....	
	127
A. Pendahuluan	127
B. Apa Itu Bisnis Sosial ?.....	127
C. Bisnis Sosial di Indonesia	134
D. Peran Bisnis Sosial Dalam Mengatasi Masalah Sosial	136
E. Peluang Bisnis Sosial dalam <i>New Normal</i>	141
BAB 10	
ERA NORMAL BARU DAN EKONOMI DESA: ANCAMAN ATAU PELUANG?	
	145
A. Pendahuluan	145
B. Normal Baru dalam Perekonomian.....	147
C. Normal Baru dan Pandemi Covid-19.....	149
D. Dampak Pandemi Covid-19 di Desa.....	151
E. Ekonomi Desa Menuju Normal Baru	153
F. Penutup	157
BAB 11	
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT DI ERA NEW NORMAL....	
	161
A. Pendahuluan	161
B. Pengabdian Kepada Masyarakat.....	162
C. Tantangan Pengabdian Kepada Masyarakat Akibat Dampak Covid-19.....	164
D. Aktivitas Dosen pada Era <i>New Normal</i>	165
E. Pengabdian Masyarakat pada Era <i>New Normal</i>	166
BIODATA PENULIS	172

BAB 4

ARAH KONSUMSI RUMAH TANGGA DI ERA NEW NORMAL: PENDEKATAN TEORI KEYNESIAN

Nisfatul Izzah
Universitas Widya Mataram
Nisfatulizzah@gmail.com

A. Pendahuluan

Setiap hari manusia membutuhkan makan, minum, dan kebutuhan pokok lainnya seperti pakaian, tempat tinggal, kendaraan dan sebagainya, sehingga mau tidak mau masyarakat suatu negara akan membeli semua barang/jasa tersebut guna memenuhi kebutuhannya. Menurut (Mankiw, 2011) konsumsi rumah tangga yaitu pembelian barang atau jasa yang bersifat tahan lama atau tidak tahan lama untuk kepentingan pribadi yang dikeluarkan rumah tangga.

Sejarah mencatat naik turunnya daya beli konsumsi rumah tangga masyarakat Indonesia misalnya pada era orde baru tahun 1965-1997 sekitar 7% dan sepanjang tahun 2000-2011 sebanyak 55%-58% sebagai penyumbang terbesar pertumbuhan perekonomian Indonesia atas Produk Domestik Bruto (PDB), Adapun 2011-2015 Indonesia mengalami penurunan pertumbuhan PDB hingga 5% (*year to year*), serta kondisi parah pada krisis finansial Asia 1998-1999 yang mengakibatkan Indonesia turun pada level 4.6% atau tumbuh -6,65% dari tahun-tahun sebelumnya (Indonesia Invesment, 2020).

Sementara itu (Badan Pusat Statistik, 2020a) melaporkan untuk periode 2015-2019 berdasarkan komponen pengeluaran, struktur ekonomi Indonesia pada tahun 2019 pendapatan nasional Indonesia didominasi oleh komponen konsumsi rumah tangga sebesar 56,62 persen.

Naik turunnya daya beli atau konsumsi rumah tangga tersebut di atas tergantung dengan pendapatan yang dihasilkan suatu masyarakat

yang pada akhirnya akan berdampak pada pendapatan perekonomian nasional sebagaimana teori konsumsi John Maynard Keynes dalam bukunya yang sangat terkenal *The General Theory of Employment, Interest, and Money* 1936 yang selanjutnya teori-teorinya dikenal dengan sebutan Keynesian. (Keynes, 2018)

Adapun akibat Covid-19 (Kemenkeu, 2020) memprediksi perkembangan perekonomian Indonesia pada awal kuartal 2020 berisiko turun di kuartal pertama dan kedua sebesar 2,3% pada skenario berat bahkan -0.4% pada skenario sangat berat yang salah satu faktornya adalah akibat melemahnya daya beli konsumsi masyarakat.

SKENARIO OUTLOOK INDIKATOR UTAMA EKONOMI MAKRO

INDIKATOR	APBN	SKENARIO		KOMPONEN PDB PENGELUARAN (%)	APBN	SKENARIO	
		BERAT	SANGAT BERAT			BERAT	SANGAT BERAT
Pertumbuhan PDB (% yoy)	5,3	2,3	-0,4	Konsumsi RT	5,0	3,22	1,60
Harga ICP (USD/barel)	63	38	31	Konsumsi LNPRT	-1,6	-1,78	-1,91
Nilai Tukar Rupiah (Rp/USD)	14.400	17.500	20.000	Konsumsi Pemerintah	4,3	6,83	3,73
Inflasi (%)	3,1	3,9	5,1	PMTB	6,0	1,12	-4,22
				Ekspor	3,7	-14,00	-15,60
				Impor	3,2	-14,50	-16,65
				Pertumbuhan PDB	5,3	2,3	-0,4

Gambar 4.1 Skenario outlook Indikator Utama Ekonomi Makro pada *Press Conference* Kementerian Keuangan 1 April 2020. (Kemenkeu, 2020).

Upaya untuk memulihkan perekonomian Indonesia dari dampak pandemi Covid-19 ini Presiden Republik Indonesia pada 27 Mei 2020 di Komplek Istana Kepresidenan Bapak Joko Widodo telah menyiapkan *exit strategy* dengan sebuah wacana untuk menerapkan tatanan kehidupan baru atau *new normal*. *New normal* menurut Roger McNamee adalah suatu waktu di mana seseorang atau kelompok kemungkinan besar bersedia dengan permainan dan aturan baru untuk kehidupan jangka panjang (McNamee, 2004).

B. Pergerakan Indeks Konsumsi Rumah Tangga dan Paham Keynesian

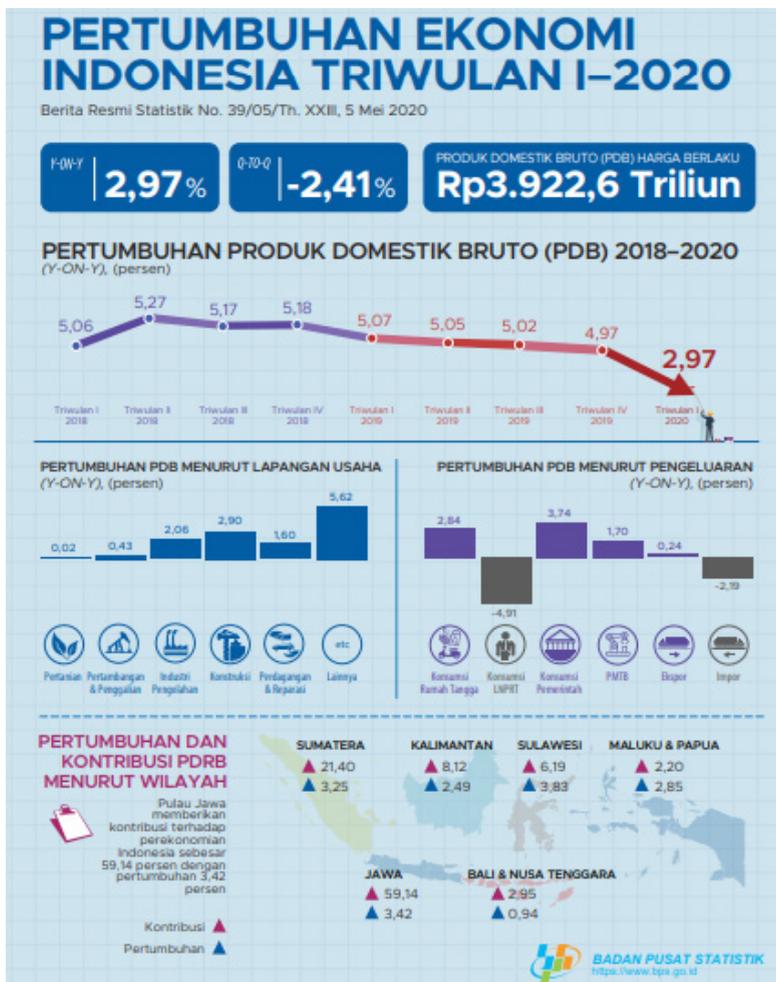
Sejak Covid-19 dinyatakan sebagai pandemi global dan masuk Indonesia pada awal kuartal 2020, perekonomian Indonesia banyak mendapatkan perhatian dari berbagai pakar ekonom Indonesia bahkan dunia dan World Bank. Sementara itu, menteri keuangan Sri Mulyani membuat skenario tingkat penurunan perekonomian Indonesia dari adanya dampak wabah ini dari yang berat 2,3% hingga sangat berat -0,4% yang bisa menjadikan kontraksi pada empat sektor utama yaitu rumah tangga, UMKM, korporasi dan sektor keuangan. Adapun sektor rumah tangga saat itu diprediksi menjadi sektor terbesar yang mengalami penurunan pada level 2.84%, jauh dari tahun sebelumnya yang dapat tumbuh pada 5% (Kemenkeu, 2020).

Sejalan dengan Kementerian Keuangan pada awal wabah masuk Indonesia, Bank Dunia juga memprediksi pertumbuhan ekonomi Indonesia bakal mengalami penurunan di bawah 5% bahkan ke titik 0 karena tidak mampu tumbuh dengan baik. Hal ini juga dilihat dari kemampuan daya beli konsumsi rumah tangga yang anjlok akibat banyaknya Pemutusan Hubungan Kerja (PHK), kepercayaan konsumen yang rendah akibat kegiatan ekonomi yang menurun (World Bank, 2020).

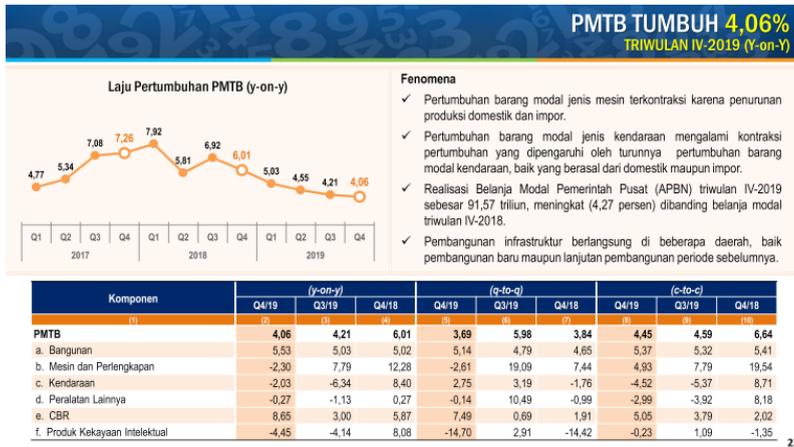
Kedua prediksi tersebut di atas kini terbukti dengan adanya laporan Badan Pusat Statistik yang mencatat tingkat konsumsi rumah tangga sejak adanya Covid-19 pada triwulan pertama 2020 melemah signifikan pada kuartal I-2020 dibandingkan dengan kuartal I-2019 dari ahir 2019 sebesar 5,03% menjadi 2,84% di awal 2020. Padahal konsumsi di Indonesia memiliki peran penting dalam pertumbuhan perekonomian hingga 57% kemudian disusul peran lainnya, seperti pembentukan modal tetap bruto 31,95%, impor serta ekspor barang dan jasa 17,57 % dan 17,43%, dan selebihnya konsumsi pemerintah 6,50%, perubahan inventori pada persentase 2,25%, serta konsumsi lembaga nonprofit rumah tangga persentasenya terendah hanya 1,28%. Sedangkan jika dilihat dari kontribusi daerah penyumbang konsumsi masyarakat, yaitu provinsi Jawa menjadi penyumbang

terbesar hingga 59% dengan pertumbuhan 3,42% dilanjutkan dengan Sumatra 21,40% dengan pertumbuhan 3,25% baru diikuti provinsi lainnya yang rata-rata di bawah 10% dari total pendapatan nasional. (Badan Pusat Statistik, 2020b)

Di bawah ini terdapat dua gambar pertumbuhan ekonomi Indonesia pada triwulan 1 tahun 2020 dan perbandingannya dengan triwulan IV tahun 2019 dari Badan Pusat Statistik sebagai berikut:



Gambar 4.2 Pertumbuhan Ekonomi Indonesia dari 2018 hingga awal 2020 terdiri dari Persentase PDM Menurut Pengeluaran dan Kontribusi PDRB Wilayah. (Badan Pusat Statistik, 2020b).



Gambar. 4.3 Tingkat konsumsi rumah tangga dari tahun 2017 hingga tahun 2019 di mana triwulan pertama masih lebih bagus 5.03% sebelum akhirnya turun ke level 4,06 %. (BPS, 2020)

Besarnya konsumsi dan pendapatan belanja rumah tangga menurut (Keynes, 2018) sangat berpengaruh terhadap fluktuasi ekonomi negara. Adapun besarnya jumlah konsumsi rumah tangga suatu masyarakat, tergantung dari pendapatan yang diperoleh. Perbandingan antara besarnya jumlah konsumsi terhadap pendapatan suatu masyarakat antara nol dan satu yang disebut sebagai *Marginal Propensity to Consume* (MPC) atau kecenderungan konsumsi marginal. Sedangkan untuk menghitung perbandingan tersebut perlu menggunakan sebuah hipotesis pengujian yang diberi nama Hipotesis Pendapatan Absolut (*absolut income hypothesis*) yang berbunyi “semakin besar pendapatan semakin tinggi pula konsumsi rumah tangga suatu masyarakat dan sebaliknya semakin kecil pendapatan semakin rendah daya beli di bidang konsumsi rumah tangga”.

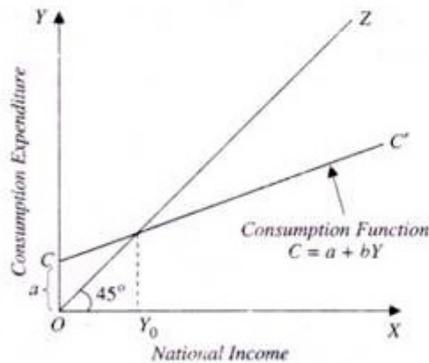
Untuk lebih jelasnya berikut ini akan dijelaskan rumus untuk menghitung daya beli konsumsi rumah tangga ala John Maynard Keynes sebagai berikut:

$$C = a + bY$$

Keterangan:

C_0 = konsumsi (*consumption*)

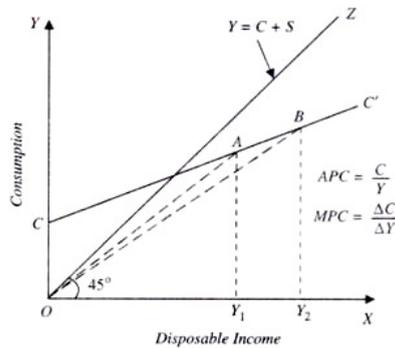
Y = pendapatan yang bisa digunakan untuk konsumsi
 a = Konstanta
 b =Kecenderungan konsumsi Marginal



Gambar 4.4 Fungsi Konsumsi Linier Keynesian (Supriya Guru, 2020)

Jika kurva fungsi konsumsi ada pada garis 45° itu berarti jumlah konsumsi sama dengan pendapatan di setiap tingkat pendapatan. Sehingga peningkatan pendapatan akan meningkatkan konsumsi dengan jumlah yang sama, namun pada waktu tertentu garis kurva bisa menyimpang dari pusat yang berarti konsumsi tidak selalu sama dengan pendapatan, bisa saja konsumsi meningkat namun di sebesar total pendapatan. Hal ini karena masyarakat butuh untuk menyisihkan menjadi tabungan dikemudian hari.

Dari rumus konsumsi juga dapat diperoleh perbandingan jumlah konsumsi dibandingkan dengan pendapatan dalam bentuk rata-rata konsumsi atau *Average Propensity to Consume* (APC). Sedangkan untuk perubahan jumlah konsumsi akibat adanya penambahan pendapatan dihitung dengan *Marginal Propensity to Consume* (MPC) atau perubahan konsumsi yang terjadi karena pendapatan yang meningkat. Adapun kecenderungan mengkonsumsi rata-rata adalah sama di semua tingkat pendapatan sebagaimana gambar berikut ini.



Gambar 4.5 Kecenderungan penurunan rata-rata untuk mengkonsumsi dari Keynesian (Supriya Guru, 2020)

Sebagaimana penjelasan gambar kurva 4.4 bahwa konsumsi tidak selamanya sama dengan pendapatan melainkan dapat menyimpang ke arah yang lebih rendah dari pendapatan atau sebaliknya konsumsi lebih tinggi dari pendapatan yang menyebabkan terjadinya “*konsumsi otonomus*”. Adapun dalam kondisi terpuruk seperti Covid-19 ini atau kondisi akibat faktor lain yang membuat anjloknya suatu perekonomian dan menurunkan daya beli, maka teori Keynesian berpendapat supaya pemerintah mengambil peran untuk membantu masyarakatnya dengan memberikan bantuan kepada masyarakat miskin untuk digunakan sebagai alat belanja konsumsi rumah tangga. Karena sejatinya orang miskin yang tidak memperoleh penghasilan tidak akan menggunakan uangnya untuk menabung melainkan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi pokok yang hal ini akan kembali kepada pertumbuhan perekonomian suatu negara.

C. Arah Daya Beli Rumah Tangga di Era *New Normal*

Dampak Covid-19 terhadap perekonomian dunia dan Indonesia memang sangat terasa tidak hanya pada segi kesehatan, tapi juga pada segi perekonomian nasional di berbagai negara. Maka peran pemerintah untuk memutus mata rantai penularan dengan membuat protokol kesehatan serta karantina wilayah menjadi penting. Selain itu, pemerintah idealnya juga harus bisa menjaga kondisi perekonomiannya selama pandemi. Adapun setelah 3

bulan masyarakat Indonesia diimbau di rumah saja dengan aturan ketat lainnya seperti Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) guna memutus mata rantai penularan. Adapun di awal April 2020 pemerintah sudah mulai memikirkan untuk menumbuhkan kembali perekonomian Indonesia yang anjlok akibat Covid-19, salah satunya dengan memberikan bantuan sosial kepada masyarakat miskin. Bantuan sosial yang dimaksud berupa bantuan sembako dan bantuan langsung tunai (BLT) sebagaimana yang disosialisasikan Juru Bicara Presiden pada awal April 2020 supaya masyarakat dapat bertahan hidup dengan membeli kebutuhan pokok rumah tangga (Kompas, 2020).

Peran pemerintah seperti ini sangat sesuai dengan apa yang digaungkan dalam teori Keynesian tersebut di atas, yaitu jika terjadi *great depression*, supaya pemerintah sudah sewajarnya harus turun tangan untuk meningkatkan belanja masyarakat, baik dengan cara meningkatkan pembelian barang dan jasa oleh pemerintah maupun dengan suplai uang selama daya beli menurun. Adapun terobosan ini untuk menjawab rumus konsumsi tersebut di atas bahwa pendapatan perekonomian terjadi dari konsumsi yang dilakukan seseorang yang membelanjakan kepada seorang penyedia barang dan jasa supaya penjual terbantu penghasilannya, sehingga otomatis secara terus menerus siklus transaksi ekonomi berlanjut yang ujungnya lambat laun dapat membuat perekonomian berjalan secara normal kembali (Keynes, 2018).

Adapun harapan pemerintah terhadap kasus penurunan perekonomian akibat pandemi Covid-19 selama tiga bulan terakhir di triwulan pertama 2020 yaitu dengan melakukan *exit strategy* berupa wacana menjalankan kenormalan baru yang selanjutnya disebut dengan *new normal*.

New normal adalah tentang kehidupan dan waktu yang nyata untuk beraktivitas dengan segala cara, pola dan kebiasaan baru yang bisa jadi membutuhkan waktu yang lama dalam adaptasi menjalankan tatanan kehidupan yang sangat berbeda dengan sebelumnya. Namun mempelajarinya dan menjalankannya dengan benar meski pelan dan

butuh waktu lama itu lebih baik dari pada cepat namun tidak tepat. (McNamee, 2004)

Penggunaan kata *new normal* sebelumnya juga digunakan dalam bidang rumah tangga yang harus menyesuaikan dengan model keluarga normal yang bahagia dengan membesarkan anak-anak dengan baik (Walsh, 2012). Dalam bidang masalah keuangan, pekerjaan, dan layanan pemerintah daerah untuk pemulihan ekonomi setelah terjadi resesi, pecahnya gelembung perumahan dan krisis perbankan pada 2008. (Martin, Levey and Cawley, 2012)

Adapun wacana penerapan *new normal* di Indonesia dalam tatanan kehidupan baru dengan protokol kesehatan setelah masa pandemi masih mengalami pro kontra di masyarakat di awal pengumumannya. Hal ini karena Indonesia dinilai belum layak menjalankan kenormalan baru meski sudah ada protokol untuk tetap mengenakan masker, jaga jarak, dan tidak berkerumun, serta rajin cuci tangan. Standar tersebut dirasa Indonesia masih jauh untuk penerapan *new normal* seperti pada negara lain yang telah turun kasus Covidnya, serta siap untuk memenuhi kriteria atau standar *new normal* dari WHO.

Menurut (WHO, 2020) setidaknya ada 6 (enam) kriteria pelaksanaan *new normal* yaitu:

1. Pertama, penularan Covid-19 setempat harus sudah terkendali dan terisolasi di tiap wilayah.
2. Kedua, kapasitas infrastruktur kesehatan harus baik.
3. Ketiga dapat menekan impor dan kasus dari luar daerahnya.
4. Keempat, adanya prosedur standar operasional (SOP) pemerintah untuk mengantisipasi jika kasus merebak pada suatu wilayah tertentu.
5. Kelima, semua sektor harus siap menjalankan protokol baru
6. Keenam, harus ada sikap suportif dari masyarakat, kepastian hukum, kanal laporan, masukan, dan pusat aduan masyarakat.

Terlepas dari pro kontra waktu yang tepat untuk diterapkannya *new normal* di Inonesia. Penulis dalam bab ini akan mengulas pendapat

terkait dengan arah konsumsi rumah tangga di era *new normal* dengan pendekatan teori konsumsi Keynesian sebagaimana beberapa data yang ada pada bab sebelumnya (subbab B) tentang gerak konsumsi rumah tangga dan paham Keynesian.

Adapun arah konsumsi rumah tangga masyarakat menurut penulis akan mengalami beberapa rutinitas dan perilaku baru dan kebiasaan konsumsi baru. Meminjam istilah perusahaan analisis data dan AI ADA perilaku baru dan konsumsi baru di sebut dengan istilah "*crisis persona*". Berikut ini adalah perubahan dan arah konsumsi yang mungkin terjadi di era *new normal* dengan asumsi penulis menggunakan pendekatan postulat teori konsumsi Keynesian yang setidaknya ada 3 hal yaitu:

1. Perubahan permintaan untuk barang menyebabkan perubahan produksi.

Barang konsumsi yang dibutuhkan konsumen selama pandemi dan dimasa *new normal* akan tinggi dalam penyerapan produk perlengkapan rumah tangga seperti sayur, buah, vitamin, daging, serta produk kesehatan dan produk kebersihan seperti *hand sanitizer*, sabun mandi, sabun cuci tangan, dan sabun cuci pakaian, serta sabun pel lantai, dan konsumsi listrik serta konsumsi rumah tangga lainnya yang dapat mendukung keberhasilan pemutusan dan pencegahan rantai penularan pandemi.

Begitu pula dengan pola transaksi belanja konsumen. Ke depan pembelian secara *online* menjadi alternatif mengurangi kerumunan, sehingga wajar jika menjadi primadona dalam metode belanja di era *new normal* dan akan berdampak signifikan pada segmen produk yang berkolerasi dengan metode penjualan *online*, misalnya akan meningkatkan pengeluaran biaya di bidang komunikasi, sehingga pengusaha alat komunikasi dan internet akan sangat terbantu dalam peningkatan pendapatan usahanya.

Adapun dari sisi produsen akan banyak berubah produk bisnisnya, misalnya pabrik kosmetik jika tidak berubah sama sekali kemungkinan akan menambah segmen produk baru seperti masker wajah dan *hand*

sanitizer yang ramah dengan kulit masyarakat Indonesia sekaligus dapat menyehatkan kulit yang menggunakannya. Hotel dan restoran akan merambah dengan bisnis pelayanan *catering* rumahan dan jasa servis seperti perbaikan AC.

Tidak hanya produknya yang ditingkatkan variasi segmennya, tetapi pihak produsen juga akan melengkapi fasilitas yang akan menunjang jalannya produksi dengan memperhatikan protokol pencegahan, misalnya di tempat kerja kantor dan industri perusahaan memiliki area atau ruang terpisah untuk karyawan yang suspek atau diduga memiliki gejala virus corona, serta memberikannya hak selama isolasi bagi karyawan. Hal ini sesuai dengan Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor HK.01.07/ MENKES/ 328/2020 tentang Pedoman untuk Mencegah dan Mengendalikan Covid-19 (KemenKes RI, 2020).

2. Perubahan produksi menyebabkan perubahan pendapatan

Pada awal *new normal* pendapatan tidak akan naik dengan cepat karena sebagian masyarakat masih enggan beraktivitas di luar rumah sampai obat virus ditemukan dan kasus Covid benar-benar tidak ada, sehingga tingkat konsumsi tetap berada di level bawah. Sepinya toko-toko serta penutupan beberapa pusat perbelanjaan selama Covid-19 mengakibatkan sektor rumah tangga banyak yang kehilangan pendapatan akibat tidak dapat bekerja untuk memenuhi kebutuhan dasarnya terutama bagi keluarga rentan di sektor informal dan keluarga miskin.

Butuh waktu yang tidak sebentar untuk mengembalikan kepercayaan konsumen untuk membeli barang dan menggunakan jasa yang selama pandemi tutup atau dihentikan seperti jasa perawatan tubuh untuk ibu-ibu rumah tangga, tukang pijat dan lainnya yang membutuhkan interaksi sentuhan langsung antara penyedia jasa dengan konsumen.

Kesanggupan produsen dalam memproduksi secara massal barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat secara cepat juga belum tentu bisa. Hal ini disebabkan jumlah karyawan yang sudah

terlanjur di PHK, sehingga konsumen akan dengan mudah beralih ke tempat lain yang dapat dengan mudah memenuhi kebutuhannya. Misal masker tidak selalu harus ke apotik namun bisa ke pengusaha rumahan pembuat masker atau justru dapat membuat masker sendiri dengan memanfaatkan bahan sisa/ perca. Hal ini dapat menghemat pengeluaran konsumen namun menurunkan pendapatan bagi apotek dan produsen masker yang selama ini sudah konsen di bidang pembuatan masker.

Menurut teori Keynesian permintaan barang tidak selalu sama dengan penawaran karena *income* tidak selamanya dibelanjakan melainkan sebagian ditabung (*saving*). Semangat masyarakat dalam menabung dengan mengurangi volume belanja kebutuhan rumah tangga akan berakibat dengan kelebihan stok barang atau kelebihan produksi barang (penawaran). Sementara ketidakseimbangan penawaran dengan permintaan akan berdampak kurang baik terhadap perekonomian negara. Ada dua akibat dalam hal ini: *Pertama*, para produsen akan mengurangi jumlah produksi mereka pada tahun berjalan dan tahun periode berikutnya. Hal ini berarti *output* akan berkurang yang akhirnya akan berdampak sangat serius terhadap variabel makro, akibatnya *income*, lapangan, pekerja, konsumsi, investasi dan seterusnya akan menurun. *Kedua*, akibat dari turunnya *output* barang (GDP) dan *income* maka harga-harga akan turun. Seandainya harga barang dan harga tenaga kerja bersifat fleksibel dan turun sebanding dengan penurunan *income*, sesuai dengan hukum permintaan dan penawaran. Dengan demikian kemungkinan untuk kembali perekonomian jatuh meski sudah menerapkan *new normal* itu sangat besar untuk masa uji coba *new normal*.

3. Perubahan pendapatan menyebabkan perubahan permintaan barang.

Konsumsi rumah tangga saat pandemi tidak hanya menurunkan daya beli masyarakat tetapi juga mengubah pola konsumsi rumah tangga masyarakat mulai dari pemilihan produk kesehatan hingga produk-produk yang terjamin kebersihan dan keamanannya dari penyebaran Covid-19. Survei membuktikan sejak terjadinya Covid-19

sebanyak 46,8% ibu rumah tangga senang memasak sendiri, tingkat konsumsi vitamin dari 35,1% menjadi 58,6%. Hal ini menjadi salah satu indikator masyarakat yang tergerak untuk hidup lebih sehat walaupun masih ada yang mengkonsumsi makanan cepat saji seperti makanan kaleng, mie instan, *frozen food* sebesar 27,9% responden dan 47,7% responden akibat masyarakat sulit menemukan produk kesehatan yang dimaksud dengan kebutuhannya. Sehingga untuk memenuhi pola hidup yang sehat ini para konsumen juga mengalami perubahan dalam hal kesetiaan pada salah satu *brand* produk industri, masyarakat lebih memikirkan apakah saya mendapatkan barang yang saya butuhkan atau tidak daripada sekadar memikirkan barang merek apa yang saya inginkan, sehingga loyalitas *customer* terhadap suatu *brand* menurun dari 75,7%, 79,3%, hingga 93,7% untuk produk makanan minuman, kesehatan, hingga produk higienitas (Fetry Wursanti, 2020).

Pandemi tidak hanya mengubah daya beli dan pola konsumsi masyarakat (kualitas), tetapi juga akan mengarah pada pembelian produk prioritas dengan jumlah yang tidak terlalu banyak pada segmen produk tertentu, misal jika selama ini seseorang ganti baju bisa tiga kali sehari maka menurut penulis dengan keterbatasan kegiatan di era *new normal* nanti akan membuat seseorang yang tidak bekerja di luar mengurangi kebutuhan beli baju baru karena tidak ada alasan untuk berpergian jauh, rutin, serta ramai. Serta banyak contoh lainnya yang mengalami perubahan kuantitas yang awalnya membutuhkan banyak barang menjadi memilih untuk belanja dengan jumlah sedikit yang disebabkan oleh penurunan pendapatan masyarakat.

Adapun jika tetap harus melakukan pengeluaran yang sama dengan biasanya bahkan terpaksa harus meningkatkan jumlah belanja namun dengan kondisi pendapatan yang minim atau nol, bahkan minus yang bisa mengakibatkan terjadi konsumsi otonomus, maka jalan keluar yang diberikan oleh Keynes adalah harus ada keterlibatan pemerintah dalam mensejahterakan masyarakat melalui bantuan untuk menstimulus daya beli atau memulai konsumsi dengan prioritas daya beli demi kelangsungan kesejahteraan masyarakat dan negaranya.

Teori Konsumsi Keynes menyatakan bahwa “daya beli konsumsi seseorang dan tabungan dipengaruhi oleh pendapatannya, sehingga semakin besar pendapatan semakin banyak jumlah konsumsi dan jumlah tabungannya, dan sebaliknya jika pendapatan kecil, maka konsumsi dan tabungan ikut kecil“. Hal Ini didasarkan pada kecenderungan mengkonsumsi marginal = MPC (*Marginal Propensity to Consume*) sehingga kemungkinan besar masyarakat dengan pendapatan kecil atau miskin yang menerima bantuan uang dari pemerintah juga akan dibelanjakan kembali untuk kebutuhan pokok semua tanpa sisa untuk menabung.

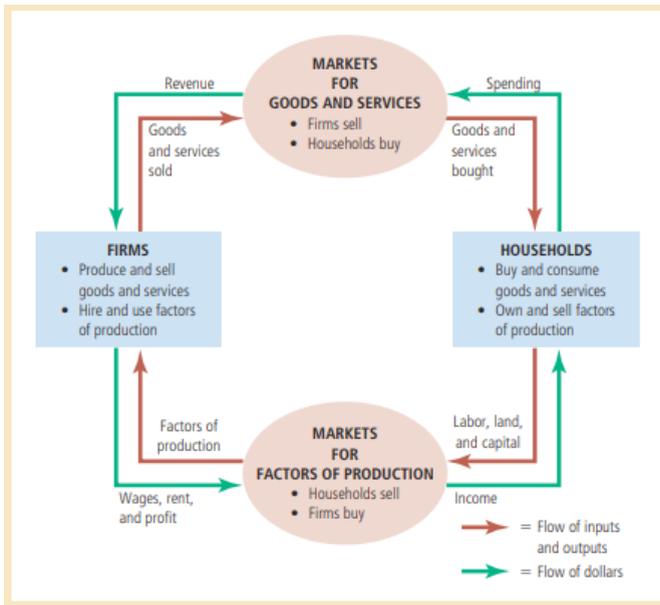
Adapun sebab seseorang lebih memilih menahan uang pada era *new normal* jika di kaitkan dengan pendekatan Keynesian adalah:

1. Motif transaksi (*transaction motive*), masyarakat melakukan pembayaran untuk kebutuhan setiap hari yang harus secara tunai, namun pilihan transaksi dengan *online* tetap menjadi idola masyarakat di era baru sehingga uang tunai akan lebih sedikit untuk beredar.
2. Motif berjaga-jaga (*precautionary motive*) untuk keperluan di masa mendatang. Masyarakat juga cenderung mengurangi belanja yang bersifat investasi dan hobi seperti rumah, mobil, dan sebagainya dalam waktu dekat, untuk berjaga-jaga memenuhi kebutuhan yang tidak dapat diperoleh dengan mudah jika menjual kembali produk yang mahal tersebut, karena kepercayaan masyarakat terhadap produk-produk mahal ini masih rendah. Namun bagi seseorang yang belum memiliki mobil dan kendaraan pribadi namun cukup pendapatan bisa saja sebaliknya akan membeli mobil untuk menghindari menggunakan fasilitas umum yang berisiko terhadap penularan Covid-19. Artinya motif berjaga-jaga ini tergantung siapa konsumennya dan hanya bisa dilakukan oleh semua lapisan masyarakat baik yang berpenghasilan menengah ke atas karena sudah terpenuhinya kebutuhan primer sehingga uangnya tidak dikeluarkan semua atau justru oleh masyarakat berpenghasilan rendah, karena takut ke depan jika ada sesuatu yang dibutuhkan tidak ada pendapatan yang dapat menjadi kelangsungan hidupnya

karena Covid yang belum diketahui akan berhenti selamanya dan tidak akan terulang lagi atau masih akan terjadi fase-fase baru .

3. Motif spekulasi (*speculation motive*) dalam kondisi normal masyarakat menahan uang untuk kegiatan spekulasi, yaitu disimpan atau digunakan untuk membeli surat-surat berharga, seperti obligasi pemerintah, saham, atau instrumen lainnya. Namun dalam kondisi *new normal* nanti motif ini masih akan berlaku bagi mereka dengan pendapatan yang makin meningkat selama pandemi dan tatanan baru ini, mereka itu di antaranya adalah para pengusaha jasa komunikasi, internet, aplikasi *meeting online* seperti Zoom, Skype, dan sejenisnya, pengusaha kesehatan dan higienitas yang memiliki konsumen setia, serta masyarakat lainnya yang tidak terkontraksi pendapatannya oleh sebab wabah Covid-19.

Sejalan dengan postulat teori Keynesian dan pandangan penulis tentang arah keputusan konsumsi rumah tangga di era *new normal* di bawah ini penulis sajikan sebuah gambar skema antara produksi oleh pengusaha sebagai penjual dengan kebutuhan konsumsi masyarakat sebagai pembeli dengan diagram lingkaran aliran yang dipopulerkan oleh Mankiw dalam bukunya *Principles of Economics* di mana dalam diagram tersebut sejalan dengan tiga postulat teori konsumsi Keynesian yang saling berpengaruh antara produksi dengan permintaan barang, pendapatan dengan konsumsi, dan pendapatan dengan perubahan barang sebagaimana diagram di bawah ini:



Gambar 4.6 Diagram Lingkaran Aliran sebuah skema representasi organisasi ekonomi interaksi antara perusahaan dan konsumsi rumah tangga. (Mankiw, 2011)

Selain pendapatan yang dapat mempengaruhi jumlah penyerapan konsumsi khususnya produk yang mendukung gizi rumah tangga adalah jumlah dalam keluarga yang sedikit dengan yang banyak, status ekonomi kaya atau miskin, serta usia kepala rumah tangga yang produktif atau tidak lagi produktif. (Sukandar *et al.*, 2014). Keluarga dengan gambaran tersebut akan kesulitan memperoleh konsumsi gizi yang cukup dibanding dengan keluarga yang jumlahnya sedikit, kaya dan kepala rumah tangganya yang produktif. Sehingga dengan data tersebut di atas penulis berpendapat bahwa masyarakat dengan jumlah keluarga yang banyak, serta miskin dan kepala rumah tangga yang sudah tidak produktif dalam berkarya di era *new normal* adalah kelompok masyarakat yang tetap harus diperhatikan dengan sungguh-sungguh oleh pemerintah karena rentan dengan ketidakmampuan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi dan semakin mengalami kesulitan untuk bangkit dan berbelanja seperti sebelum adanya Covid-19 maupun sebelum *new normal*.

Meski sampai dengan tulisan ini dimuat penulis belum melakukan penelitian secara mendalam, tetapi hipotesa penulis sementara ini adalah “masyarakat dengan jumlah keluarga besar, miskin dan kepala rumah tangga yang tidak produktif di era *new normal* akan dapat kembali bekerja, namun pendapatannya tidak semua untuk konsumsi rumah tangga, tetapi sebagian untuk mengembalikan utang yang dipinjam selama *social distance* atau untuk pemulihan dalam berbagai aspek sebelum benar benar menjalankan kehidupan normal kembali”.

Akhirnya supaya ekonomi Indonesia kembali normal, maka ekonomi kerakyatan bisa menjadi pilihan pascapandemi. Sambil menunggu benar-benar *new normal* diterapkan sesuai standar, maka sekali lagi penulis mengutip apa yang disampaikan Keynes sebagai solusi untuk mengembalikan ke arah pertumbuhan ekonomi yang baik pascamengalami depresi ekonomi adalah dengan meningkatkan stimulus daya beli masyarakat dengan cara peningkatan defisit belanja pemerintah, penurunan tarif pajak, atau penurunan tingkat suku bunga dengan sebuah kebijakan ekonomi makro kontra-siklus (*counter-cyclical macroeconomic policies*). Adapun dalam kasus Covid-19, pemerintah selain memberikan stimulus bantuan konsumsi rumah tangga, juga dapat memperhatikan para pengusaha kecil dalam membantu mengembalikan daya produksinya. Jika perlu pemerintah juga membantu dalam biaya tenaga kerja para pengusaha kecil, seperti yang dilakukan negara Republik Ceko (Universitas Widya Mataram, 2020). Hal ini karena menurut hemat penulis akan menstimulus perekrutan karyawan kembali yang telah di-PHK yang berarti akan mengurangi pengangguran sehingga dengan gaji sebagai pekerja akan meningkatkan daya beli konsumsi rumah tangganya.

Adapun yang dimaksud penulis dengan kebijakan berupa ekonomi kerakyatan adalah sistem ekonomi kerakyatan yang sendi utamanya adalah kembali kepada UUD 1945 pasal 33 ayat (1), (2), dan (3) yaitu menghidupkan koperasi dan keterlibatan aktif perusahaan negara, serta perusahaan swasta yang tidak menguasai hajat hidup orang banyak. Selain itu, memprioritaskan dengan berbelanja ke

tetangga dekat dan teman adalah wujud gotong royong yang dapat menumbuhkan jiwa Pancasila.

Mengakhiri pendapat ini, penulis menutup dengan makna ekonomi kerakyatan yang diusung Prof. Mubyarto dengan menekankan Sistem Ekonomi Nasional Indonesia yang berazas kedaulatan rakyat, kekeluargaan, serta bermoral Pancasila, dan menunjukkan pemihakan ekonomi rakyat dengan sungguh-sungguh. Adapun syarat mutlak berjalannya sistem ekonomi nasional yang berkeadilan sosial adalah berdaulat di bidang kemandirian ekonomi, di bidang politik, dan berkepribadian budaya. Konsep ekonomi kerakyatan yang dimaksud di sini adalah menekankan penjabaran konsep Sistem Ekonomi Pancasila (SEP) di mana rakyat sebagai individu yang mendapatkan keadilan, kemakmuran sebagaimana pada sila ke-4 yaitu, kerakyatan yang dipimpin oleh hikmat kebijaksanaan dalam permusyawaratan/perwakilan (Wijayanto, 2016).

Daftar Pustaka

- Badan Pusat Statistik (2020a) *Pendapatan Nasional Indonesia*.
- Badan Pusat Statistik (2020b) 'Statistik Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan I-2020', *Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan IV-2019*, (17), pp. 1–12. Available at: <https://www.bps.go.id/pressrelease/2020/02/05/1755/ekonomi-indonesia-2019-tumbuh-5-02-persen.html>.
- BPS (2020) *Berita Resmi Statistik 5 Feb 2020*.
- Fetry Wursanti (2020) *Pola Konsumsi Berubah, Saat Pandemi Tidak ada Loyalitas Brand, Media Indonesia*. Available at: <https://mediaindonesia.com/read/detail/314394-pola-konsumsi-berubah-saat-pandemi-tidak-ada-loyalitas-brand> (Accessed: 17 June 2020).
- Indonesia Invesment (2020) *Produk Domestik Bruto Indonesia, Indonesia-Investment*. Available at: <https://www.indonesia-investments.com/id/keuangan/angka-ekonomi-makro/produk-domestik-bruto-indonesia/item253> (Accessed: 18 June 2020).
- KemenKes RI (2020) 'Panduan Pencegahan Dan Pengendalian Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) Di Tempat Kerja Perkantoran Dan

- Industri Dalam Mendukung Keberlangsungan Usaha Pada Situasi Pandemi', 2019.
- Kemenkeu (2020) 'Langkah Penguatan Perlindungan Sosial dan Stimulus Ekonomi Menghadapi Dampak Covid-19', *Official Press Conference*, (April), pp. 1–41. Available at: <https://www.kemenkeu.go.id/media/14790/materi-konferensi-pers-1-april-2020.pdf> - 8 Juni 2020, pk. 03:15 WIB.
- Keynes, J. M. (2018) *The general theory of employment, interest, and money*. Springer.
- Kompas (2020) *Simak! Daftar 3 Bantuan Sosial Khusus untuk Hadapi Wabah Virus Corona*, *Kompas.Com*. Available at: <https://www.kompas.com/tren/read/2020/04/11/190000665/simak-daftar-3-bantuan-sosial-khusus-untuk-hadapi-wabah-virus-corona?page=all#page2> (Accessed: 18 June 2020).
- Mankiw, N. G. (2011) *Principals of economics, The effects of brief mindfulness intervention on acute pain experience: An examination of individual difference*. doi: 10.1017/CBO9781107415324.004.
- Martin, L. L., Levey, R. and Cawley, J. (2012) 'The "new normal" for local government', *State and Local Government Review*. Sage Publications Sage CA: Los Angeles, CA, 44(1_suppl), pp. 17S-28S.
- McNamee, R. (2004) *The New Normal*, Polly Labarre *FastCompany*. Available at: https://www.fastcompany.com/46387/new-normal?position=1&campaign_date=06232019 (Accessed: 7 June 2020).
- Sukandar, D. *et al.* (2014) 'Studi Ketahanan Pangan Pada Rumahtangga Miskin Dan Tidak Miskin', *Gizi Indonesia*, 29(1). doi: 10.36457/gizindo.v29i1.24.
- Supriya Guru (2020) *Consumption Function: Concept, Keynes's Theory and Important Features*, *yourarticlelibrary.com*. Available at: <https://www.yourarticlelibrary.com/economics/consumption-function/consumption-function-concept-keyness-theory-and-important-features/37745> (Accessed: 20 June 2020).
- Universitas Widya Mataram (2020) 'Memasuki era kenormalan baru: Pembelajaran dari Indonesia dan Republik Ceko'.
- Walsh, F. (2012) 'The new normal: Diversity and complexity in 21st-century families.', in *Normal family processes: Growing diversity*

and complexity, 4th ed. New York, NY, US: The Guilford Press, pp. 3–27.

WHO (2020) *WHO Director-General's opening remarks at the media briefing on COVID-19 - 13 April 2020, WHO*. Available at: <https://www.who.int/dg/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19--13-april-2020> (Accessed: 10 June 2020).

Wijayanto (2016) *Mubyarto: Jayalah Ekonomi Kerakyatan!, Brikolase*. Available at: <http://www.brikolase.com/2016/10/03/mubyarto-jayalah-ekonomi-kerakyatan/> (Accessed: 20 June 2020).

World Bank (2020) *Indonesia Overview-World Bank, The World Bank IBRD-IDA*. Available at: <https://www.worldbank.org/en/country/indonesia/overview> (Accessed: 19 June 2020).