

JURNAL

AKUNTANSI & KEUANGAN

Volume 12, No. 1, Maret 2021

ISSN: 2087-2054

Analisis *Financial Distres* Pada PT Matahari Departement Store Tbk
Yuliana, Rina Milyati, Vitratin, dan Aderina K. Harahap

Pengaruh Pengetahuan Ketamansiswaan, Religiusitas, Dan Lingkungan Belajar Terhadap Motivasi Untuk Menjadi Staf Akuntansi Yang Beretika
Andri Waskita Aji, Adia Adi Prabowo, Mey Silvia Putri

Strategi Peningkatan Kapasitas Usaha Mikro dan Kecil Di Masa Pandemi Dalam Pembangunan Ekonomi Digital Di Indonesia
Eka Travilta Oktaria

Umur Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Manajerial dan Pengungkapan Laporan Keuangan
Aminah, Luke Suciyati Amna, Khairudin, Syamsu Rizal, Sheren Meigiarti

Pengaruh Struktur Modal, Keputusan Investasi, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan
Agus Purnomo, Nurdiawansyah, Indriyani Puji Astuti

Apakah Korupsi Berdampak Buruk Pada Kemiskinan
Khairudin, Silvia Marliani, Aminah, Luke Suciyati Amna, Herry Goenawan Soedarsa

Pengaruh Strategi Bisnis dan Kinerja Keuangan terhadap *Income Smoothing* pada Perusahaan Manufaktur di BEI Periode 2017-2019
Luke Suciyati Amna, Aminah, Indrayenti, Khairudin, Filistea

Pengaruh Kebijakan Dividen, *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan
Danik Sukmana, Siti Nurlaela, Anita Wijayanti

Pemahaman Mata Kuliah Akuntansi Pada Mahasiswa Jurusan Sistem Informasi Dari Kecakapan Emosi, Kecakapan Intelegensi dan Cara Belajar Dengan Lingkungan Belajar Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Perguruan Tinggi di Lampung Utara)
Dwi Sartika

Determinasi Pengungkapan *Management Discussion & Analysis (MD&A)* Pada Perusahaan Berkapitalisasi Besar Di BEI
Maristiana Ayu, Haninun

JURNAL

AKUNTANSI & KEUANGAN

Volume 12, No. 1, Maret 2021

ISSN: 2087-2054

Dewan Pembina

Prof. Dr. Ir. M. Yusuf S. Barusman, M.B.A
Prof. Dr. Iskandar Ali Alam S.E., M.M.

Editor in Chief

Aminah, S.E., M.S.Ak.

Managing Editor

Luke Suciyati Anna, S.E., M.S.Ak.

Editor

Khairudin S.E., M.S.Ak.
Nurdiawansyah, S.E., M.S.Ak.

Penyuting Ahli (Mitra Bestari)

Dr. Tina Miniawati, S.E., M.B.A. (Universitas Trisakti)
Dr. Khomsiyah, S.E., M.M. (Universitas Trisakti)
Dr. Lindrianasari, S.E., M.Si.Akt., C.A. (Universitas Lampung) Sujoko
Efferin, Mcom (Hons), MA(Econ), Ph.D. (Universitas Surabaya)

Penerbit

Universitas Bandar Lampung
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Akuntansi
SENARAI-Jurnal Akuntansi & Keuangan Terbit 2 kali setahun pada bulan Maret &
September

Artikel yang dimuat berupa hasil riset Empiris dan telah teoritis konseptual yang kritis dalam kajian bidang akuntansi, auditing, perpajakan, dan keuangan.

Alamat Redaksi

Gedung F- Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bandar Lampung
Kampus A Jalan Z.A Pagar Alam No. 26 Labuan Ratu Bandar Lampung 35142
Telp: (0721) 701979, Fax: (0721) 701467, Email: *Prodi.akuntansi@ubl.ac.id*

JURNAL

AKUNTANSI & KEUANGAN

Volume 12, No. 1, Maret 2021

ISSN: 2087-2054

Analisis *Financial Distres* Pada PT Matahari Departement Store Tbk
Yuliana, Rina Milyati, Vitratin, dan Aderina K. Harahap

Pengaruh Pengetahuan Ketamansiswaan, Religiusitas, Dan Lingkungan Belajar Terhadap Motivasi Untuk Menjadi Staf Akuntansi Yang Beretika
Andri Waskita Aji, Adia Adi Prabowo, Mey Silvia Putri

Strategi Peningkatan Kapasitas Usaha Mikro dan Kecil Di Masa Pandemi Dalam Pembangunan Ekonomi Digital Di Indonesia
Eka Travilta Oktaria

Umur Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Manajerial dan Pengungkapan Laporan Keuangan
Aminah, Luke Suciyati Amna, Khairudin, Sheren Meigiarti, Syamsu Rizal

Pengaruh Struktur Modal, Keputusan Investasi, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan
Agus Purnomo, Nurdiawansyah, Indriyani Puji Astuti

Apakah Korupsi Berdampak Buruk Pada Kemiskinan
Khairudin, Silvia Marliani, Aminah, Luke Suciyati Amna, Herry Goenawan Soedarsa

Pengaruh Strategi Bisnis dan Kinerja Keuangan terhadap *Income Smoothing* pada Perusahaan Manufaktur di BEI Periode 2017-2019
Luke Suciyati Amna, Aminah, Indrayenti, Khairudin, Filistea

Pengaruh Kebijakan Dividen, *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan
Danik Sukmana, Siti Nurlaela, Anita Wijayanti

Pemahaman Mata Kuliah Akuntansi Pada Mahasiswa Jurusan Sistem Informasi Dari Kecakapan Emosi, Kecakapan Intelegensi dan Cara Belajar Dengan Lingkungan Belajar Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Perguruan Tinggi di Lampung Utara)
Dwi Sartika

Determinasi Pengungkapan *Management Discussion & Analysis (MD&A)* Pada Perusahaan Berkapitalisasi Besar Di BEI
Maristiana Ayu, Haninun

JURNAL

AKUNTANSI & KEUANGAN

Volume 12, No. 1, Maret 2021

ISSN: 2087-2054

Daftar Isi

	Halaman
<i>Analisis Financial Distres</i> Pada PT Matahari Departement Store Tbk Yuliana, Rina Milyati, Vitratin, dan Aderina K. Harahap	1-8
Pengaruh Pengetahuan Ketamansiswaan, Religiusitas, Dan Lingkungan Belajar Terhadap Motivasi Untuk Menjadi Staf Akuntansi Yang Beretika Andri Waskita Aji, Adia Adi Prabowo, Mey Silvia Putri	9-21
Strategi Peningkatan Kapasitas Usaha Mikro dan Kecil Di Masa Pandemi Dalam Pembangunan Ekonomi Digital Di Indonesia Eka Travilta Oktaria	22-29
Umur Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Manajerial dan Pengungkapan Laporan Keuangan Aminah, Luke Suciyati Amna, Khairudin, Sheren Meigiarti, Syamsu Rizal,	30-42
Pengaruh Struktur Modal, Keputusan Investasi, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Agus Purnomo, Nurdiawansyah, Indriyani Puji Astuti	43-54
Apakah Korupsi Berdampak Buruk Pada Kemiskinan Khairudin, Silvia Marliani, Aminah, Luke Suciyati Amna, Herry Goenawan Soedarsa	55-61
Pengaruh Strategi Bisnis dan Kinerja Keuangan terhadap <i>Income Smoothing</i> pada Perusahaan Manufaktur di BEI Periode 2017-2019 Luke Suciyati Amna, Aminah, Indrayenti, Khairudin, Filistea	62-73
Pengaruh Kebijakan Dividen, <i>Leverage</i> , Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Danik Sukmana, Siti Nurlaela, Anita Wijayanti	74-82

JURNAL

AKUNTANSI & KEUANGAN

Volume 12, No. 1, Maret 2021

ISSN: 2087-2054

Daftar Isi

	Halaman
Pemahaman Mata Kuliah Akuntansi Pada Mahasiswa Jurusan Sistem Informasi Dari Kecakapan Emosi, Kecakapan Intelegensi dan Cara Belajar Dengan Lingkungan Belajar Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Perguruan Tinggi di Lampung Utara) Dwi Sartika	83-94
Determinasi Pengungkapan <i>Management Discussion & Analysis (MD&A)</i> Pada Perusahaan Berkapitalisasi Besar Di BEI Maristiana Ayu, Haninun	95-106

JURNAL

AKUNTANSI & KEUANGAN

Volume 12, No. 1, Maret 2021

ISSN: 2087-2054

Informasi Kebijakan dan Selingkung Berkala

I. Kebijakan editorial

JURNAL Akuntansi & Keuangan adalah sebuah berkala yang dipublikasikan oleh Universitas Bandar Lampung, yang bertujuan untuk menjadi wadah kreatifitas para akademisi, profesional, peneliti, dan mahasiswa di bidang Akuntansi dan Keuangan termasuk juga bidang Auditing, Sistem Informasi Akuntansi, Tata kelola Perusahaan, Perpajakan, Akuntansi Internasional, Akuntansi Managemen, Akuntansi Keperilakuaan, Pasar Modal dan lain sebagainya. Topik yang semakin meluas di bidang kajian riset Akuntansi diakomodir publikasinya di dalam berkala ini.

Paper yang akan dipublikasikan di dalam berkala **JURNAL** Akuntansi & Keuangan harus ditulis di dalam bahasa Indonesia yang baik dan sesuai dengan EYD. Semua instrumen yang digunakan untuk memperoleh data penelitian harus dimasukkan di dalam lampiran paper penelitian, paling tidak, penulis bersedia memberikan klarifikasi atas instrumen yang digunakan saat ada permintaan dari peneliti lainnya.

Sekretariat Editor Berkala

Gedung F - Fakultas Ekonomi Universitas Bandar Lampung

Fakultas Ekonomi Program Studi Akuntansi

Kampus A Jalan Z.A. Pagar Alam No. 26 Labuhan Ratu Bandar Lampung 35142

Telp.: (0721) 701979, Fax.: (0721) 701467, Email:

II. Petunjuk penulisan

Artikel yang dikirim ke **JURNAL** Akuntansi & Keuangan harus mengikuti petunjuk seperti berikut:

1. Naskah merupakan naskah asli yang belum pernah diterbitkan atau sedang dilakukan penilaian pada berkala lain. Naskah ditulis dalam bahasa Indonesia dengan jarak 1 spasi, sepanjang 20-30 halaman kertas A4 dengan tipe huruf Times New Roman.. Naskah dikirim atau diserahkan ke sekretariat **JURNAL** Akuntansi & Keuangan rangkap satu disertai disket berikut dengan biodata penulis dan alamat lengkap (kantor dan rumah) pada lembaran yang terpisah dari halaman pertama artikel.
2. Judul naskah dapat ditulis dengan menggambarkan isi pokok tulisan, dan atau ditulis secara ringkas, jelas, dan menarik.
3. Nama Penulis disertai catatan kaki tentang profesi dan lembaga tempat penulis bekerja dalam naskah yang telah diterima untuk diterbitkan.
4. Abstrak ketik satu spasi, tidak lebih dari 250 kata dalam bahasa Inggris. Abstrak memuat tujuan penelitian, isu, permasalahan, sampel dan metode penelitian, serta hasil dan simpulan (jika memungkinkan).

5. Pendahuluan berisikan uraian tentang latar belakang masalah, ruang lingkup penelitian, dan telaah pustaka yang terkait dengan permasalahan yang dikaji, serta rumusan hipotesis (jika ada). Uraian pendahuluan maksimum 10% total halaman.
6. Untuk penelitian kuantitatif,
 - a. Telaah Literatur dan Pengembangan Hipotesis memuat paling tidak satu buah teori yang menjadi dasar pemikiran penelitian. Hipotesis dikembangkan menggunakan asumsi dasar teori dan hasil penelitian sebelumnya. Telaah literatur maksimum 40 % total halaman.
 - b. Metodologi Penelitian meliputi uraian yang rinci tentang bahan yang digunakan, metoda yang dipilih, teknik, dan cakupan penelitian. Uraian bahan dan metoda maksimum 20 % total halaman.
7. Untuk penelitian kualitatif menyesuaikan dengan metodologi kualitatif.
8. Hasil dan Pembahasan merupakan uraian obyektif dari hasil penelitian dan pembahasan dilakukan untuk memperkaya makna hasil penelitian. Uraian hasil dan pembahasan minimum 25 % total halaman.
9. Simpulan yang merupakan rumusan dari hasil-hasil penelitian. Harus ada sajian dalam satu kalimat inti yang menjadi simpulan utama. Simpulan maksimum 10% dari keseluruhan lembar artikel.
10. Referensi (Daftar Pustaka) ditulis berurutan berdasarkan alphabetical, disusun menggunakan suku kata terakhir dari nama penulisnya, atau institusi jika dikeluarkan oleh organisasi.
 - a. Buku: nama penulis, tahun penerbitan, judul lengkap buku, penyunting (jika ada), nama penerbit, dan kota penerbitan.
 - b. Artikel dalam buku: nama penulis, tahun penerbitan, judul artikel/tulisan, judul buku, nama penyunting, kota penerbitan, nama penerbit, dan halaman.
 - c. Terbitan berkala: nama penulis, tahun penerbitan, judul tulisan, judul terbitan (bila disingkat, sebaiknya menggunakan singkatan yang baku), volume, nomor, dan halaman.
 - d. Artikel dalam internet: nama penulis, judul, dan situsnya.
 - e. Tabel diberi nomor dan judul dilengkapi dengan sumber data yang ditulis dibawah badan tabel, diikuti tempat dan waktu pengambilan data.
 - f. Ilustrasi dapat berupa gambar, grafik, diagram, peta, dan foto diberi nomor dan judul.
11. Setiap referensi yang digunakan di dalam naskah artikel menggunakan petunjuk yang dirujuk pada The Indonesian Journal of Accounting Research, sebagai berikut:
 - A. Kutipan dalam tubuh naskah paper harus disesuaikan dengan contoh berikut:
 - I. Satu sumber kutipan dengan satu penulis (Brownell, 1981).
 - II. Satu sumber kutipan dengan dua penulis (Fruco dan Shearon, 1991).
 - III. Satu sumber kutipan dengan lebih dari satu penulis (Hotstede et al., 1990).
 - IV. Dua sumber kutipan dengan penulis yang berbeda (Dunk, 1990; Mia, 1988).
 - V. Dua sumber kutipan dengan satu penulis (Brownell, 1981, 1983).
 - VI. Dua sumber kutipan dengan satu penulis diterbitkan pada tahun yang sama (Brownell, 1982a, 1982b).
 - VII. Sumber kutipan dari lembaga harus dinyatakan dengan menggunakan akronim institusi (FASB, 1994)
 - B. Setiap artikel harus menulis referensi menggunakan panduan berikut:
 - I. Referensi harus tercantum dalam urutan abjad dari nama belakang penulis atau nama lembaga.

- II. Referensi harus dinyatakan dengan urutan sebagai berikut: penulis (s) nama, tahun publikasi, judul kertas atau buku teks, nama jurnal atau penerbit dan nomor halaman. Contoh:
- a) Amerika Akuntansi Association, Komite Konsep dan Standar Laporan Keuangan Eksternal. 1977. Pernyataan tentang Teori Akuntansi dan Teori Penerimaan. Sarasota, FL: AAA.
 - b) Demski, J. S., dan D. E. M. Sappington. 1989. Struktur hirarkis dan akuntansi pertanggungjawaban, *Jurnal Akuntansi Penelitian* 27 (Spring): 40-58.
 - c) Dye, R. B., dan R. Magee. 1989. Biaya Kontijensi untuk perusahaan audit. Kertas kerja, Northwestern University, Evanston, IL.
 - d) Indriantoro, N. 1993. Pengaruh Penganggaran Partisipatif Terhadap Prestasi Kerja dan Kepuasan Kerja dengan Locus of Control dan Dimensi Budaya sebagai Moderating Variabel. Ph.D. Disertasi. University of Kentucky, Lexington.
 - e) Naim, A. 1997. Analisis Penggunaan Akuntansi Biaya Produk Dalam Keputusan Harga oligopolistik. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia* 12 (3): 43-50.
 - f) Porcano, T. M. 1984a. Keadilan distributif dan Kebijakan Pajak. *Akuntansi Ulasan* 59 (4): 619-636.
 - g) ----- . 1984b. Pengaruh Persepsi Kebijakan Pajak Niat Investasi Perusahaan. *The Journal of American Association Perpajakan* 6 (Fall): 7-19.
 - h) Pyndyk, R. S. dan D. L. Rubinfeld. 1987. Model ekonometrik & Forecasts Ekonomi, 3rd ed. NY: McGraw-Hill Publishing, Inc.
12. Author(s) harus melampirkan CV, alamat email, alamat korespondensi dan pernyataan yang menyatakan pasal tersebut tidak sedang disampaikan kepada atau diterbitkan oleh jurnal lain dalam email tersebut dan /atau pos.

Strategi Peningkatan Kapasitas Usaha Mikro Dan Kecil Di Masa Pandemi Dalam Pembangunan Ekonomi Digital Di Indonesia

Eka Travilta Oktaria
Fakultas Bisnis, Universitas Mitra Indonesia
Email :
ekatravilta@umitra.ac.id

ABSTRACT

Indonesia experienced an economic recession at the end of 2020 the COVID-19 which caused many micro and small businesses to have to stop their business activities due to various factors. The impact that is felt is that many micro and small businesses have to make policies to reduce workforce because of the sharp decline in turnover. In addition, the imposition of large-scale social restrictions starting in early 2020 or the first quarter has a very dominant effect. Given that economic activity is still in the micro business sector, with the existence of social restrictions, the impact felt by economic actors in several regions throughout the archipelago is an obstacle for micro and small business actors to be able to increase their business during a pandemic like this. Difficult conditions require business actors to continue to survive by utilizing technological aspects to be able to carry out economic activities as usual. The shift in human habits to use digital technology during a pandemic has made business actors also have to be able to transform digitally to be able to improve their business as before.

Keywords: Strategy, Capacity Building, Pandemic, Digital Economy

Pendahuluan

Revolusi industri 4.0 mendorong seluruh negara untuk dapat meningkatkan sarana dan prasarana untuk dapat meningkatkan pembangunan ekonomi di setiap negara. Selain itu kemajuan teknologi digital akhir-akhir ini dirasakan sangat meningkat khususnya dalam penggunaan internet, dimana internet dianggap sebagai kebutuhan pokok bagi setiap manusia saat ini karena mengingat kemajuan teknologi mendorong dalam peningkatan kegiatan manusia saat ini. Pada Tahun 2019 Pemerintah Indonesia memiliki nawa cita untuk mendorong digitalisasi dalam pelaksanaan kegiatan ekonomi. Namun pada tahun 2020 dimana pandemi covid19 melanda seluruh dunia termasuk Indonesia mendorong pemerintah untuk mengakselerasi atau melakukan percepatan transformasi digital di Tahun 2020.

Peningkatan pengguna internet diseluruh dunia menjadi potensi dalam melakukan kegiatan ekonomi tanpa batas, dimana para pelaku usaha mikro dan kecil tidak lagi kesulitan dalam melakukan penjualan karena dengan adanya internet maka akan dapat menjangkau seluruh penjuru daerah dimanapun konsumen berada, tidak ada lagi

keterbatasan pelaku usaha mikro dan kecil untuk melakukan penjualan terutama di masa masa sulit saat pandemi seperti ini. Selain itu komitmen dari kelompok G20 memiliki komitmen untuk memantapkan peningkatan ekonomi global jangka panjang menuju ekonomi digital sebagai instrumen inovatif. Karena salah satu sektor yang mampu dan dapat dipercaya sebagai penopang perekonomian saat ini hanyalah dari ekonomi digital.

Ekonomi digital dianggap mampu untuk peningkatan ekonomi negara karena tidak diragukan lagi saat ini dimasa pandemi semua kebutuhan masyarakat dapat diakses hanya dengan internet saja melalui digitalisasi dengan media elektronik. Selain itu Indonesia sendiri telah memiliki beberapa sektor usaha mikro dan kecil digital seperti Go-Jek, Traveloka, BukaLapak dan lain-lain. Dengan peningkatan kapasitas usaha mikro dan kecil melalui transformasi digital yang semula hanya bersifat tradisional sangat efisien dan lebih efektif mengingat kemudahan dalam transaksi dan kemudahan dalam melakukan kegiatan usaha mikro dan kecil tentunya membuat masyarakat jauh lebih memilih pembelian dengan mengandalkan internet daripada harus datang ke lokasi usaha.

Perubahan perilaku masyarakat ini yang menjadi masalah utama bagi pelaku usaha mikro dan kecil yang belum mampu untuk menuju digitalisasi mengingat sarana dan prasarana serta infrastruktur yang belum mendukung seperti halnya di beberapa daerah di penjuru nusantara yang membuat pelaku usaha mikro dan kecil di pelosok masih merasa kesulitan untuk bertransformasi secara digital. Selain itu dampak positif dari transformasi digital ini juga memiliki potensi yang sangat baik karena mengingat perusahaan-perusahaan digital di negeri ini mampu menjadi pesaing kompetitor luar. Sebanyak 250 juta jiwa penduduk Indonesia saat ini dimana menurut data Kemenkoinfo hampir 89% telah menggunakan internet. Namun hanya 30% usaha yang menggunakan internet sebagai media kegiatan usahanya. Ditengah pesatnya teknologi dan tingginya literasi internet masyarakat secara tidak langsung mendorong pelaku usaha untuk meningkatkan kembali produk, legalitas dan kemasan. Melihat potensi yang sangat besar ini pemerintah mencanangkan Indonesia sebagai salah satu di Asia Tenggara yang memiliki ekonomi digital terbesar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana bentuk strategi peningkatan kapasitas usaha pada era covid19 dalam membangun ekonomi digital di Indonesia?

Metodologi

Pendekatan penelitian ini dilaksanakan melalui penelitian yuridis normatif. Penelitian ini sendiri meneliti dan mengkaji mengenai strategi peningkatan kapasitas usaha yang berhubungan dengan permasalahan yang akan dibahas. Tipe penelitian memiliki peranan melalui deskriptif yang bersifat memaparkan dan memiliki sasaran untuk mendapat refleksi informasi deskripsi yang jelas dan menyeluruh tentang strategi peningkatan kapasitas bisnis dimasa pandemi dalam pembangunan ekonomi digital di Indonesia.

Pembahasan

Strategi peningkatan kapasitas usaha di masa pandemi dalam pembangunan ekonomi digital di Indonesia

Maret 2020 merupakan masa paling berat bagi Indonesia bahkan mengancam seluruh dunia. Ketika negara di seluruh dunia melakukan lockdown untuk membatasi penyebaran virus ini. Kebijakan yang secara umum tidaklah mudah untuk dilakukan karena mengingat ketika pemberlakuan pembatasan sosial maka secara tidak langsung memutus kegiatan ekonomi dalam beberapa waktu. Pandemi korona berdampak pada perekonomian masyarakat setempat. Selama restriksi sosial skala besar (PSBB), terputusnya jalur logistik khusus menyebabkan distribusi rantai pasokan barang yang tidak merata, terutama makanan. Masa pandemi covid19 yang melanda seluruh dunia membuat kerugian secara ekonomi yang sangat meluas tidak hanya itu saja pandemi juga menuntut Indonesia untuk berjuang melakukan pemulihan ekonomi nasional sejak kuartal akhir tahun 2020.

Penanganan yang dilakukan oleh pemerintah dalam rangka meningkatkan perekonomian ditengah masa pandemi adalah meningkatkan daya beli masyarakat untuk gerakan beli produk lokal yang diharapkan mampu meningkatkan ekonomi masyarakat yang lesu karena terdampak pandemi. Berbagai data menunjukkan laporan terjadinya perlambatan ekonomi dunia termasuk Indonesia. Pemerintah tengah menyiapkan strategi nasional untuk ekonomi digital yang diharapkan mampu menjadi langkah strategis pertumbuhan ekonomi secara luas. Sejumlah program tersebut telah disiapkan oleh kementerian maupun lembaga lainnya. Pergeseran kebiasaan masyarakat terlebih dimasa pandemi membuat para pelaku usaha harus dapat lebih dituntut kreatif dan inovatif. Mengingat masa pandemi belum berakhir sampai saat ini para pelaku usaha harus dapat bertransformasi secara digital dalam melakukan kegiatan usahanya dalam rangan pembangunan ekonomi digital dan memulai sebuah adaptasi kebiasaan baru.

Ekonomi digital diproyeksi akan memberikan kontribusi baru terutama dalam revolusi Industri 4.0 dalam perekonomian negara. Hal ini ditandai dengan adanya perubahan perilaku masyarakat yang memanfaatkan teknologi dalam kegiatan sehari-hari dengan akses internet melalui media elektronik seperti gawai. Digitalisasi yang memberikan kemudahan bagi masyarakat terutama bagi konsumen dan pelaku usaha untuk dapat melakukan penjualan dan pembelian dan bahkan melakukan pemasaran tanpa batas. Selain itu juga banyak media sosial yang kini kerap digunakan pelaku usaha untuk mempromosikan produk seperti instagram, youtube, whatsapp dan lain-lain.

Pandemi telah menjadi katalisator untuk adopsi teknologi, dan pembatasan aktivitas fisik telah menjadi kebiasaan baru, menjadikan penggunaan teknologi digital sebagai cara alternatif untuk mengatasi kesulitan dalam kegiatan ekonomi. Untuk mendorong digitalisasi berjalan dengan baik, Bank Indonesia menyediakan alat sistem pembayaran yang cepat, murah, aman dan terpercaya melalui Indonesian Standard Quick Response Code (QRIS). Saat pandemi, jumlah pedagang mencapai 4,8 juta, jumlah transaksi mencapai 11 juta, dan nilai nominal Rp 790 miliar. Hal tersebut sangat diakui karena

biaya pemrosesan transaksi QRIS hingga Desember 2020 masih dirilis, dan minat masyarakat untuk menggunakan QRIS sebagai sistem pembayaran semakin meningkat.

Menurut informasi Jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang tercatat oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia sekitar 64 juta yang mampu menyerap hampir 117 juta tenaga kerja. Hanya 13% UMKM yang bergerak di pasar digital. Informasi lain menunjukkan bahwa potensi besar bisnis online tercermin ketahanan industri dalam pandemi. Selain itu, informasi terbaru menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna Internet di Indonesia telah melebihi 171 juta. Selama pandemi, perkembangan pesat Canal dan bisnis online menunjukkan hal ini. Menurut penelitian perusahaan konsultan Internet Redseer, sejak pandemi dimulai, sekitar 12 juta orang Indonesia telah terdaftar sebagai pengguna baru di banyak platform e-commerce.

Perubahan teknologi tidak hanya membantu, tetapi tentunya akan mewujudkan harapan baru yang berakibat terlihatnya kesempatan kerja dan kehidupan komunitas yang lebih baik. Misalnya, jika Anda melihat kembali pengalaman Anda sebelumnya dan mengambil revolusi industri keempat dari (1,2,3) hingga saat ini, maka pasti akan ada kemungkinan dan kesempatan yang akan menjadikan masyarakat menjadi lebih baik. Banyaknya faktor pendorong perkembangan ekonomi digital, dan banyaknya Peluang bisnis online yang bisa dimanfaatkan pedagang, termasuk masyarakat luas. Hal ini sangat penting untuk fokus pada berbagai tools yang terkait dengan perkembangan bisnis. Menguasai pemasaran online, memberikan harga yang paling menguntungkan, menggunakan bahan baku lokal untuk menghasilkan bahan baku, memperoleh insentif permodalan, dan meningkatkan kualitas layanan semaksimal mungkin merupakan strategi yang sangat baik untuk meningkatkan kapabilitas para pelaku usaha yang terkena pandemi saat ini.

Berdasarkan penjelasan diatas penulis menyimpulkan bahwa peran teknologi digital dimasa pandemi memiliki peran yang sangat baik dimasa pandemi terutama dalam peningkatan kapasitas usaha bagi pelaku usaha yang tengah terdampak keuangannya karena adanya pembatasan sosial sebagai upaya yang dilakukan untuk menekan angka covid19 yang kian hari kian tinggi. Sehingga dengan peran pelaku usaha yang inovatif untuk dapat bertransformasi secara digital dalam melakukan kegiatan usaha maka diharapkan dapat memberikan jalan keluar ditengah himpitan ekonomi yang kian hari kian menurun.

Selain itu peran teknologi disini diharapkan menjadi salah satu motor penggerak ekonomi digital di Indonesia dimasa pandemi sehingga mampu meningkatkan produk domestik dalam negeri untuk menopang ekonomi di masa pandemi dengan mengoptimalkan teknologi sebagai akses untuk dapat membuat kegiatan ekonomi yang semula tradisional dapat menjadi usaha modern dengan pemanfaatan media teknologi digital berbasis elektornik. Pada tahun 2019, Ekonomi digital Indonesia sudah terbesar di Asean, dengan nilai Rp588 triliun. Menurut survei yang dilakukan oleh Google tahun

2019, Indonesia adalah ekonomi berbasis digital teknologi terbesar dan paling cepat berkembang di Asean.

Kegiatan ekonomi berbasis elektronik khususnya e-commerce, pasar dan financial technology kini telah menjadi penggerak ekonomi digital Indonesia. Pemerintah saat ini sedang merumuskan peta jalan perubahan berbasis digital di serangkaian bidang strategis, antara lain pemerintahan, pelayanan publik, bansos, pendidikan, kesehatan, perdagangan, industri, dan penyiaran. Presiden bahkan menyerukan percepatan pembauran data nasional dan penyiapan tenaga bertalenta digital.

Dengan berkembangnya era modern, sepertinya sulit untuk menghilangkan kebiasaan sehari-hari di dunia digital. Karena setiap orang menganggap peralatan dan internet sebagai kebutuhan utama mereka setiap hari. Di Indonesia, dunia digital berkembang sangat pesat saat terjadi pandemi. Banyak start-up perusahaan Indonesia mulai hadir, menyediakan semua kebutuhan sehari-hari yang dibutuhkan konsumen.

Inovasi memudahkan kita dalam menjalankan aktivitas di masa pandemi membuat hampir setiap kegiatan mengharuskan kita untuk menggunakan gawai sebagai penunjang dengan akses internet. Dari ojek online hingga perjalanan ke perusahaan e-commerce, ekonomi digital Indonesia telah direvitalisasi dari tahun 2016 sampai saat ini terus berkembang pesat terutama masa pandemi yang belum usai. Kemunculan start-up digital ini akhirnya menempatkan Indonesia pada pintu pertandingan ekonomi. Jelas agar dapat terus berdampingan secara mendunia, produk lokal yang diajukan juga harus orisinal. Dengan begitu, produksi kreatif Indonesia mampu berdampingan di dalam dan luar negeri. Sejumlah startup Indonesia yang sudah memperoleh sebutan unicorn membuktikan hal tersebut.

Berdasarkan Informasi yang dikeluarkan oleh OJK, hingga Agustus 2019, tercatat 48 perusahaan fintech telah tercatat di 15 klaster perubahan keuangan digital. Selain itu, 127 perusahaan teknologi keuangan telah memperoleh lisensi pinjaman peer-to-peer yang terus bertambah dan tumbuh setiap tahunnya. Apalagi mengingat banyaknya startup baru yang berasal dari lokal wisdom atau produk lokal.

Kesimpulan

Era Covid19 ini memiliki dampak penurunan kegiatan ekonomi yang tentunya sangat berdampak pada pelaku usaha yang harus menghadapi penurunan penjualan dan bahan baku. Sampai para pelaku usaha harus dapat membuat strategi bisnis agar usahanya yang tengah terdampak dapat terus berjalan, yakni dengan memanfaatkan penjualan melalui media digital berbasis elektronik Melalui Instagram, Facebook, dan WhatsApp, kami bekerjasama dengan penyedia layanan pengiriman berbasis digital seperti perusahaan ekspres domestik, serta perubahan produksi yang dibutuhkan masyarakat selama wabah. sehingga potensi kehilangan pelanggan dapat diminimalisir secara baik. Selain itu dapat melakukan strategi membangun dan meningkatkan kepercayaan pelanggan dengan branding yang baik.

Adapun saran yang ingin penulis sampaikan kepada pelaku usaha agar terus memiliki strategi dengan cara yang kreatif dan inovatif melalui penemuan baru yang diinginkan para konsumen. Karena mengingat pandemi apa yang terjadi sekarang memiliki dampak yang sangat besar pesat sehingga dituntut untuk melakukan perubahan di era pandemi dengan pemanfaatan sektor digital sebagai media pemasaran sehingga dapat bertahan dalam kondisi yang sekalipun.

Strategi Peningkatan Kapasitas Usaha Mikro dan Kecil Di Masa Pandemi.....
.....(Eka Travilta Oktaria).....28

DAFTAR PUSTAKA

Buku

J Moleong, *Metode Penelitian*. Remaja Rosdakarya. 2007.

Kementerian Informasi dan Telematika, *Perkembangan Ekonomi Digital di Indonesia, Strategi dan Sektor Potensial*, Puslitbang Aptika, Jakarta, Hlm 7

Mudarajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi : Bagaimana Meneliti dan Menulis ?* (edisi VI). Erlangga, Jakarta, 2013.

Jurnal

Amri, A. (2020). *Dampak covid-19 terhadap umkm di indonesia*. Jurnal brand, 2(1), 123–130.

Dian Amintaprawati Purwandini, I. (2018). Komunikasi Korporasi Pada Era Industri 4.0. Jurnal Ilmu Sosial, 17(1).

Kurniawan, (2017). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh Jurnal Kompetensi, 11(2).

Lukmanul Hakim dan Eka Travilta Oktaria, *Prinsip Kehati-Hatian Pada Lembaga Perbankan Dalam Pemberian Kredit*, Jurnal Keadilan Progresif, Volume 9 Nomor 2 September 2018.

Lukmanul Hakim dan Eka Travilta Oktaria, *Analisis Faktor Dalam Pemberian Kredit Yang Berpengaruh Terhadap Perataan Laba Bank*, Jurnal TECHNOBIZ, Vol. 1, No. 1, 2018.

Muhyiddin, *Covid 19, New Normal, dan Perencanaan Pembangunan Indonesia*, The Indonesian Journal of Development Planning. Vol IV No.2 – Juni 2020.

Sari, E. P., & Yuedrika, T. (2019). Analisis Pengaruh Transportasi Online Terhadap Kesempatan Kerja Dan Kesejahteraan Di Kota Medan. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam, 4(2), 100–113. <https://www.journal.iainlangsa.ac.id/index.php/ebs/index>

Sumber Lain

World Bank. 2020. “East Asia and Pacific in the Time of COVID-19” *East Asia and Pacific Economic Update* (April), World Bank, Washington, DC. Doi: 10.1596/978-1-4648-1565-2. License: Creative Commons Attribution CC BY 3.0 IGO

<https://kominfo.go.id/index.php> diakses pada tanggal 29 Januari 2021

<http://bisnisjakarta.co.id/2020/10/08/tiga-strategi-umkm-naik-kelas/> diakses pada tanggal 30 Januari 2021

<https://sukabumikab.go.id/portal/berita-daerah/3583/digital-marketing-strategi-umkm-bertahan-di-masa-pandemi.html> diakses pada tanggal 30 Januari 2021

<https://www.alphajwc.com/en/pertumbuhan-ekonomi-digital-indonesia-menjadi-yang-paling-pesat-di> diakses pada tanggal 30 Januari 2021