

MENINGKATKAN PEMAHAMAN KONSEP DASAR EKONOMI DIGITAL DI MASA PANDEMI COVID-19 PADA KELOMPOK USAHA IBU RUMAH TANGGA

IMPROVE UNDERSTANDING OF THE BASIC CONCEPTS OF THE DIGITAL ECONOMY DURING THE COVID-19 PANDEMIC IN HOUSEWIFE BUSINESS GROUPS

¹Dewi Mahrani Rangkyu, ²Herdianto, ³Mesra B, ⁴Hidayati Purnama Lubis, ⁵Miftahul Jannah

^{1,5}Program Studi Ekonomi Pembangunan, Universitas Pembangunan Panca Budi

²Program Studi Sistem Komputer, Universitas Pembangunan Panca Budi

^{3,4}Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Panca Budi

E-mail : dewimahrani@dosen.pancabudi.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian yang berlokasi di Desa Klambir Lima Kebun Kecamatan Hampan Perak Kabupaten Deli Serdang Provinsi Sumatera Utara, bertujuan untuk mengedukasi konsep ekonomi digital pada kelompok usaha ibu rumah tangga di masa pandemi Covid-19. Metode pengabdian yang dilakukan dengan observasi objek pengabdian, ceramah dan atau sosialisasi/penyuluhan, dan tahap evaluasi kepada kelompok usaha ibu rumah tangga. Hasil kegiatan pengabdian mendapat respon positif oleh forum yang menunjukkan antusiasme dalam mengikuti kegiatan termasuk pada sesi diskusi/tanya jawab sehingga menemukan permasalahan juga kendala pada usaha kecil ibu rumah tangga yang kemudian dicari solusi dalam permasalahan yang dimaksud tersebut, melalui terbentuknya kelompok-kelompok usaha ibu rumah tangga dan implementasi konsep ekonomi digital sebagai sarana iklan/promosi usaha dalam meningkatkan keuntungan atau laba usaha. Dukungan dan peran dari Aparat Desa seperti Kepala Desa dan Kepala Dusun sangat dibutuhkan oleh kelompok-kelompok usaha kecil ibu rumah tangga yang telah terbentuk demi peningkatan produktivitas usaha sehingga menjadi peluang tambahan pendapatan rumah tangga yang kemudian menjadi sumber kesejahteraan masyarakat desa.

Kata kunci: Covid-19, Digital, Ekonomi, Kelompok, Rumah Tangga, Usaha.

ABSTRACT:

The devotional activities located in Klambir Lima Kebun Village of Hampan Perak District of Deli Serdang Regency of North Sumatra Province, aim to educate the concept of the digital economy in housewife business groups during the Covid-19 pandemic. Methods of devotion are carried out by observation of the object of devotion, lectures and or socialization/counseling, and the evaluation stage to the business group of housewives. The results of the devotional activities received a positive response by the forum that showed enthusiasm in participating in activities including discussion/question and answer sessions to find problems as well as obstacles in small business housewives who then sought solutions to the problem in question, through the formation of housewife business groups and the implementation of the concept of the digital economy as a means of advertising/promotion of business in increasing business profits or profits. Support and role of village officials such as village heads and village heads are needed by small business groups of housewives who have been formed for the sake of increasing business productivity so that it becomes an additional opportunity for household income which then becomes a source of welfare for the village community.

Keywords: Business, Covid-19, Digital, Economy, Group, Household.

I. PENDAHULUAN

Desa Klambir Lima Kebun merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Hamparan Perak Kabupaten Deli Serdang Provinsi Sumatera Utara. Secara administrasi, lokasi desa terletak di perbatasan Kota Medan dan Kabupaten Deli Serdang. Jumlah penduduk desa Klambir Lima Kebun tercatat adalah ± 18.000 jiwa (Survei, 2021) yang memiliki luas wilayah 2.323 Ha. Desa Klambir Lima Kebun memiliki XXI (dua puluh satu) dusun dan ± 7.000 kepala keluarga (KK). Sekitar 75% penduduk adalah bermata pencaharian sebagai buruh pabrik, pemukiman terletak di kawasan perkebunan dan pabrik yang merupakan perbatasan antara Kotamadya dan Kabupaten.



Gambar 1. Lokasi Kantor Ka. Desa Klambir Lima Kebun



Gambar 2. Rumah Salah Satu Ka. Dusun Desa Klambir Lima Kebun

Perkembangan Teknologi Informasi Komunikasi (TIK) yang sangat cepat telah menyebabkan perubahan dan pengaruh yang dramatis terhadap kehidupan manusia. Saat ini, memasuki era revolusi industri 4.0 akan mempengaruhi esensi pengalaman hidup manusia. Revolusi industri didorong oleh kemajuan teknologi yang sangat pesat

(Schwab, 2016). Beberapa jenis teknologi seperti *Internet of Things* (IoT) dan *Big Data & Advanced Analytic* banyak digunakan di berbagai bidang. IoT adalah jaringan yang terdiri dari perangkat fisik dan perangkat lunak yang memungkinkan perangkat ini untuk bertukar data, sementara *Big Data Data* tempat penyimpanan yang mampu menampung beban data yang sangat besar dengan format tertentu yang dapat diubah (Mudholkar & Mudholkar, 2018).

Ekonomi digital pertama kali diperkenalkan oleh Tapscott (Tapscott, 1997). Menurut Tapscott, ekonomi digital merupakan sebuah fenomena sosial yang mempengaruhi sistem ekonomi, dimana fenomena tersebut mempunyai karakteristik sebagai sebuah ruang intelijen, meliputi informasi, berbagai akses terhadap instrumen informasi, kapasitas informasi dan pemrosesan informasi. Komponen ekonomi digital yang berhasil diidentifikasi pertama kalinya yaitu industri TIK, aktivitas *e-commerce*, distribusi digital barang dan jasa.

Sementara itu, konsep ekonomi digital menurut (Zimmerman, 2000) merupakan sebuah konsep yang sering digunakan untuk menjelaskan dampak global terhadap pesatnya perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi yang berdampak pada kondisi sosial-ekonomi. Konsep ini menjadi sebuah pandangan tentang interaksi antara perkembangan inovasi dan kemajuan teknologi yang berdampak pada ekonomi makro maupun mikro. Sektor yang dipengaruhi meliputi barang dan jasa saat pengembangan, produksi, penjualan atau suplainya tergantung kepada sejauh mana teknologi digital dapat menjangkau.

Ekonomi digital lahir dan berkembang seiring penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi yang juga semakin mengglobal di dunia. Sejarah ekonomi dunia telah melalui empat era dalam hidup manusia yaitu era masyarakat pertanian, era mesin pasca revolusi industri, era perburuan minyak, dan era kapitalisme korporasi multinasional (Dalle, 2016). Empat gelombang ekonomi sebelumnya berkarakter eksklusif dan hanya bisa dijangkau oleh kelompok elit tertentu. Gelombang ekonomi digital hadir dengan topografi yang landai, inklusif, dan membentangkan ekualitas peluang. Karakteristik ini memiliki konsep kompetisi yang menjadi spirit industri yang dengan mudah terangkat oleh para pelaku *startup* yang mengutamakan kolaborasi dan sinergi. Karena itu pula ekonomi digital merupakan *sharing economy* yang mengangkat banyak usaha kecil dan menengah untuk memasuki bisnis dunia.

Sebagai mitra kepala rumah tangga, ibu rumah tangga juga dapat menunjukkan produktivitas dengan berperan serta menambah pendapatan rumah tangga melalui usaha, baik dimulai dengan usaha sangat kecil dan sederhana sekalipun. Ibu rumah tangga memiliki potensi menjadi wirausaha namun terdapat enam faktor yang terbentuk menjadi kendala ibu rumah tangga untuk berwirusaha, yakni (1) kendala nilai-nilai personal, (2) lingkungan masyarakat, (3) lingkungan keluarga, (4) promosi, (5) tingkat pengetahuan dan (6) jaringan. Faktor yang paling dominan yang menjadi kendala ibu-ibu rumah tangga untuk berwirusaha yaitu faktor nilai-nilai personal yakni tidak memiliki kreatifitas yang tinggi untuk membuka atau mengembangkan suatu usaha (Hartika et al., 2020).

Saat ini dunia termasuk Indonesia masih menghadapi pandemi Covid-19. Sejak diumumkan kasus Corona pertama kali di bulan Maret 2020, dampak dari pandemi Covid-19 telah mengakibatkan banyak perusahaan tutup di berbagai sektor bidang usaha. Terjadi PHK yang cukup besar, mengakibatkan naiknya tingkat pengangguran. Kegiatan ekonomi melambat. Terjadi kontraksi ekonomi, Badan Pusat Statistik mencatat laju pertumbuhan ekonomi di kuartal kedua tahun 2020 sebesar minus (-) 5,32 persen (Nizar & Sholeh, 2021).

Dengan diterapkan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), *Work From Home* (WFH), hampir semua kegiatan dilakukan secara daring, termasuk transaksi jual beli. Data transaksi *e-commerce* bahkan menunjukkan peningkatan transaksi di masa pandemi. Transaksi dari empat *e-commerce* besar di Indonesia mencapai nilai 429 triliun, naik dari tahun sebelumnya yaitu sebesar 201 triliun di tahun 2019 (IDI, 2020). BPS menunjukkan data yang konsisten, pertumbuhan untuk bidang usaha Informasi dan Komunikasi juga menunjukkan angka yang positif dan tren yang menaik pada kuartal II tahun 2020, yaitu sebesar 10,88 persen. Peran ekonomi digital memberikan harapan di tengah kondisi yang sulit, dan mempunyai daya tahan yang kuat di masa resesi. Transformasi ekonomi digital menjadi hal yang penting untuk segera dilakukan (Nizar & Sholeh, 2021).

Memanfaatkan peran ekonomi digital menjadi solusi untuk tetap bisa menjalankan usaha kecil di masa pandemi Covid-19 pada kelompok usaha ibu rumah tangga Desa Klambir Lima Kebun, dengan terlebih dahulu mengetahui dan memahami konsep dasar ekonomi digital yang akan diimplementasikan pada kelompok usaha tersebut. Dengan demikian hal inilah yang menjadi alasan dilakukan kegiatan

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) pada kelompok usaha ibu rumah tangga di Desa Klambir Lima Kebun. Permasalahan dapat diuraikan seperti berikut: (1) masih terbatasnya wawasan dan atau pemahaman ibu-ibu rumah tangga tentang peran konsep ekonomi digital pada kelompok usaha, (2) belum ada pendataan terkait nama dan jenis produk usaha ibu rumah tangga di Desa Klambir Lima Kebun, dan (3) belum terbentuknya kelompok-kelompok usaha ibu rumah tangga di Desa Klambir Lima Kebun yang memudahkan dalam berkomunikasi demi meningkatkan produktivitas usaha.

II. METODE PELAKSANAAN

Tahapan prosedur kerja dalam kegiatan pengabdian dapat dijelaskan diantaranya seperti: (1) Observasi, (2) Mengkaji permasalahan, (3) Penyusunan tahap-tahap pelaksanaan, (4) Melakukan kegiatan pengabdian, dan (5) Mengevaluasi hasil dengan observasi kembali.



Gambar 3. Metode Pelaksanaan PKM

Adapun metode pelaksanaan dalam kegiatan PKM dimulai pada tahap observasi objek pengabdian yakni ibu-ibu rumah tangga di Desa Klambir Lima Kebun sekaligus adaptasi lingkungan yang menjadi lokasi pengabdian. Tahap selanjutnya yakni dengan melakukan kegiatan pengabdian melalui metode ceramah/sosialisasi/penyuluhan tentang konsep dasar ekonomi digital sehingga bagaimana implementasi pada kelompok usaha ibu rumah tangga di Desa Klambir Lima Kebun. Tahap selanjutnya merupakan diskusi/tanya jawab dimana pada tahap ini berusaha mencari solusi permasalahan yang

menjadi kendala pada setiap kelompok usaha. Dan pada tahap akhir yakni melakukan evaluasi dari hasil pengabdian.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Banyaknya perubahan yang terjadi setelah dunia telekomunikasi dan informasi semakin berkembang. Munculnya era web, 2.0 membuat emansipasi wanita di negeri ini bergerak ke segala arah dengan cepat, bahkan bisa dibalang tanpa terkendali. Hampir di semua aspek kehidupan menggeliat, baik yang didominasi oleh pria maupun wanita. Bila kita lihat dari sisi informasi, banyak ibu rumah tangga bisa berbisnis dan menjadi *entrepreneur* dengan menggunakan teknologi informasi dan telekomunikasi untuk mengembangkan usahanya. Dari toko online sederhana sampai dengan arisan, dapat dilakukan lewat online. Dari sekedar konsultasi gratis sampai dengan konsultasi berbayar. Peran teknologi informasi dan telekomunikasi telah membuat kaum wanita di negara ini menjadi Kartini digital (Simarmata & Ridwan, 2015).

Berdasarkan laporan yang dirilis oleh Sirclo dan Revenry tahun 2020, ekonomi digital Indonesia telah bertumbuh hampir lima kali lipat dari US\$ 8 milyar pada tahun 2015 menjadi US\$ 40 milyar pada tahun 2019. Pertumbuhan ekonomi digital diikuti dengan pembangunan infrastruktur digital dan penetrasi laju digital ke seluruh Indonesia. Biaya pembangunan infrastruktur digital meningkat dari US\$ 204 juta pada tahun 2016 menjadi US\$ 1014.3 juta pada tahun 2020 (Nizar & Sholeh, 2021).

Kegiatan PKM ini bertujuan untuk mengedukasi konsep ekonomi digital pada kelompok usaha ibu rumah tangga di Desa Klambir Lima Kebun Kecamatan Hampan Perak Kabupaten Deli Serdang Provinsi Sumatera Utara. Adapun tahapan dalam kegiatan PKM dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 1. Rincian Tahap Kegiatan PKM

No.	Periode/Waktu (Tahun 2021)	Keterangan
1.	Juni	Survei lokasi pengabdian dan observasi objek yang menjadi forum/peserta kegiatan PKM
2.	Juli	Pelaksanaan kegiatan PKM di Desa Klambir Lima Kebun
3.	Oktober	Evaluasi hasil pengabdian dengan mengunjungi kembali kelompok-kelompok usaha ibu rumah tangga di Desa Klambir Lima Kebun

Sumber: Penulis

Tahap awal dalam kegiatan PKM pada bulan Juni tahun 2021 yakni melakukan survei lokasi pengabdian dan observasi objek pengabdian sebagai forum atau peserta PKM. Lokasi pengabdian adalah di Desa Klambir Lima Kebun dan yang akan menjadi forum atau peserta pengabdian adalah ibu-ibu rumah tangga yang memiliki usaha kecil di Desa Klambir Lima Kebun sejumlah 30 (tiga puluh) orang.

Selanjutnya, dilakukan kegiatan PKM pada bulan Juli tahun 2021 dengan metode ceramah oleh narasumber dengan mengedukasi atau memberi sosialisasi/penyuluhan kepada ibu-ibu rumah tangga Desa Klambir Lima Kebun tentang konsep dasar ekonomi digital, dimana pembahsan terdiri dari (1) Definisi/teori ekonomi digital; (2) contoh penerapan ekonomi digital dalam transaksi jual-beli di kehidupan sehari-hari; (3) kenapa memanfaatkan peran teknologi pada usaha kecil selama masa pandemi Covid-19; dan (4) permasalahan yang menjadi kendala dalam menjalankan usaha kecil ibu rumah tangga.

Selain metode ceramah, pelaksanaan pengabdian juga dilakukan dengan sesi diskusi/tanya jawab antara narasumber dan forum dalam menemukan permasalahan dan atau kendala pada usaha kecil ibu rumah tangga yang dimaksud tersebut. Sehingga terjadi umpan balik (*feedback*) antara narasumber dan forum pengabdian.



Gambar 4. Saya dan Tim PKM Saat Melakukan Ceramah/ Sosialisasi/ Penyuluhan



Gambar 5. Saya dan Tim PKM Saat Melakukan Diskusi/Tanya Jawab dengan Forum



Gambar 6. Saya dan Tim di Lokasi PKM



Gambar 7. Saya dan Tim PKM saat Foto Bersama Masyarakat Desa

Hasil dari kegiatan pengabdian diantaranya dapat dijelaskan seperti berikut:

1. Adanya *list* atau daftar sebagai pendataan jenis-jenis produk usaha kecil yang telah dijalankan oleh ibu-ibu rumah tangga Desa Klambir Lima Kebun.
2. Terbentuknya kelompok-kelompok usaha kecil ibu rumah tangga di Desa Klambir Lima Kebun yang terdiri dari 2-3 orang per kelompok usaha kecil.
3. Menentukan 3 media ekonomi digital sebagai sarana promosi untuk memasang iklan produk usaha kecil ibu rumah tangga, yakni aplikasi chat *WhatsApp*, Grup *WhatsApp*, dan *Facebook*.
4. Adanya interaksi komunikasi dan koordinasi antar anggota dan kelompok-kelompok usaha kecil ibu rumah tangga dalam menjalankan usaha dengan media teknologi digital sebagai upaya meningkatkan keuntungan atau laba usaha selama pandemi Covid-19.

Ibu rumah tangga merupakan potensi yang baik untuk dijadikan sasaran pengenalan terhadap wirausaha karena tingginya tuntutan hidup menjadi salah satu alasan ibu rumah tangga menambah perannya sebagai penambah penghasilan keluarga (Hartika et al., 2020). Seorang istri dapat berperan membantu suami menjadi pencari nafkah tambahan di dalam keluarga. Ibu rumah tangga tidak harus pergi keluar rumah untuk bekerja, bisa tetap bekerja di rumah dengan cara membuka usaha yang diminati sesuai dengan kemampuan, misalnya kemampuan memasak yang dimiliki para ibu rumah tangga.

Di akhir kegiatan pengabdian yakni tahap evaluasi pada bulan Oktober tahun 2021 tim mengunjungi kembali lokasi dan objek pengabdian. Hasil evaluasi yang ditemukan oleh tim bahwa kegiatan usaha kecil ibu rumah tangga yang telah membentuk kelompok-kelompok usaha dapat membawa perubahan pada pola komunikasi mereka melalui aplikasi chat *WhatsApp* antar anggota kelompok dalam bekerja sama membagi tugas meningkatkan jumlah produk yang dihasilkan dan yang diikuti juga dengan meningkatkan promosi untuk memperbesar keuntungan atau laba usaha.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan PKM yang telah dilakukan oleh tim dengan mengedukasi konsep ekonomi digital di Desa Klambir Lima Kebun dan objek kelompok usaha kecil oleh ibu rumah tangga selama pandemi Covid-19 adalah mendapat respon positif, ditunjukkan dengan antusiasme

setiap anggota kelompok usaha dalam mengikuti ceramah edukasi juga di sesi diskusi/tanya jawab membahas permasalahan dan kendala yang dihadapi oleh masing-masing kelompok yang telah dibentuk. Sehingga kegiatan PKM dapat menjadi jalan peningkatan produktivitas usaha kecil ibu rumah tangga Desa Klambir Lima Kebun.

Sebagai rekomendasi dan saran oleh tim bahwa dukungan dan peran dari Aparat Desa seperti Kepala Desa dan Kepala Dusun sangat dibutuhkan oleh kelompok-kelompok usaha kecil ibu rumah tangga yang telah terbentuk demi peningkatan produktivitas usaha sehingga menjadi peluang tambahan pendapatan rumah tangga yang kemudian menjadi sumber kesejahteraan masyarakat desa.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada Kepala Desa Klambir Lima Kebun, Kepala Dusun XV, ibu-ibu rumah tangga di Desa Klambir Lima Kebun sebagai forum, Tim Dosen, Mahasiswa dan Alumni sehingga pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat berjalan dengan lancar dan sesuai target pencapaian.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Dalle, J. (2016). *Menyoal Ekonomi Digital*. Republika.Co.Id.
<http://www.republika.co.id/berita/koran/opini-ko->
- [2] Hartika, D., Ririen, D., & Dewi, K. (2020). ANALYSIS FACTORS OF CONSTRAINING HOUSEWIVES TO BECAME ENTREPRENEURS (Study in Air Jernih Village, Indragiri Hulu District). *Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan Dan Bisnis*, 5(2), 176–187.
<http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/KURS/article/view/839/545>
- [3] IDI. (2020). *Transaksi E-commerce Melonjak Dua Kali Lipat Lebih, Diperkirakan Tembus Rp 429 Triliun*. Investor Dality Indonesia.
[https://investor.id/market-and-corporate/transaksi-ecommerce%02melonjak-dua-kali-lipat-lebih-diperkirakan%02tembus-rp-429-triliun#:~:text=Transaksi uang elektronik hingga Mei,59 tr%02iliun%2C” tutur dia](https://investor.id/market-and-corporate/transaksi-ecommerce%02melonjak-dua-kali-lipat-lebih-diperkirakan%02tembus-rp-429-triliun#:~:text=Transaksi%20uang%20elektronik%20hingga%20Mei%2059%20triliun%20%2C%27%20tutur%20dia)
- [4] Mudholkar, P., & Mudholkar, M. (2018). Internet of Things (IoT) and Big Data: A Review. *International Journal of Management, Technology And Engineering*, 8(XII).
- [5] Nizar, N. I., & Sholeh, A. N. (2021). Peran Ekonomi Digital Terhadap Ketahanan dan Pertumbuhan Ekonomi Selama Pandemi COVID-19. *JURNAL MADANI*, 4(1), 87–99. <https://doi.org/https://doi.org/10.33753/madani.v4i1.163>
- [6] Schwab, K. (2016). *The Fourth Industrial Revolution* (World Economic Forum).
- [7] Simarmata, P., & Ridwan, H. (2015). PENGENALAN USAHA ONLINE BAGI IBU-IBU RUMAH TANGGA DI LINGKUNGAN RT.01-04/RW.07 PONDOK CINA KOTA DEPOK. *Jurnal BINA WIDYA*, 26(1), 48–53.
http://library.upnvj.ac.id/pdf/artikel/Majalah_Ilmiyah_UPN/bw-vol26-no1-

mar2015/48-53.pdf

- [8] Tapscott, D. (1997). *The digital economy : promise and peril in the age of networked intelligence*. New York: McGraw-Hill.
- [9] Zimmerman, H.-D. (2000). *Understanding the Digital Economy: Challengers for New Business Models* (Paper 402).