



20 | 21

TAHUN YANG MENGUBAH ARAH PERADABAN MANUSIA

alvara
Beyond Insight

Desember 2020

ALVARA RESEARCH CENTER

Alvara Research Center merupakan institusi riset Indonesia yang mengedepankan keakuratan dan *insight* bagi pengambil kebijakan di berbagai perusahaan dan institusi.

Terinspirasi oleh alfabet pertama Yunani dan merupakan salah satu simbol sakral dalam riset, ALVARA senantiasa berupaya menjadi yang TERDEPAN menghasilkan riset yang benar-benar TERUKUR dan TERUJI kebenarannya.

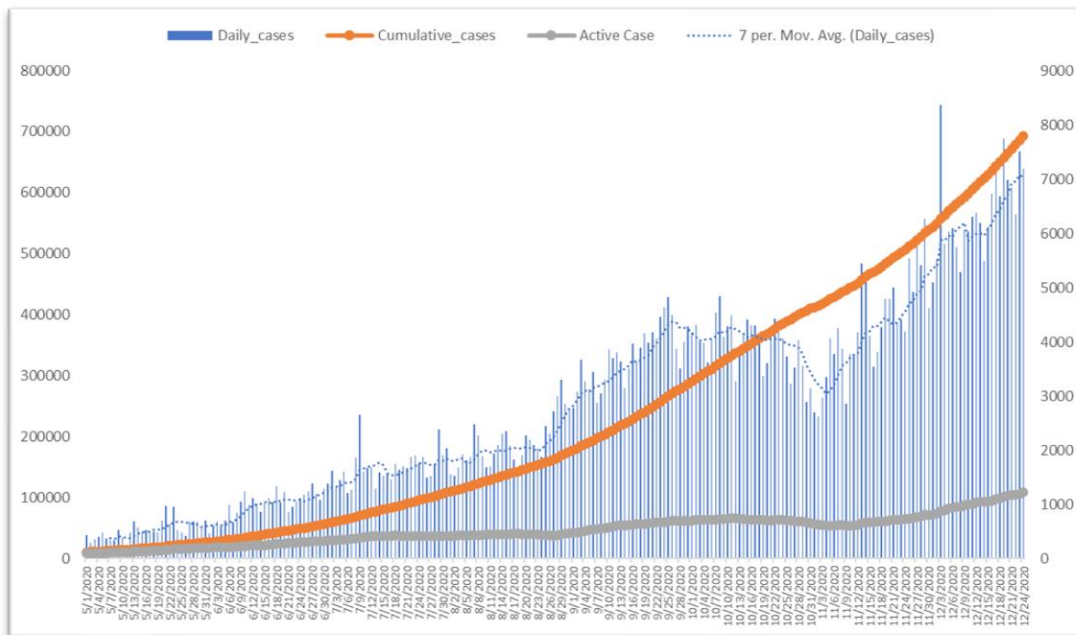
ALVARA adalah anggota PERSEPI (Perkumpulan Survei Opini Publik Indonesia) dan PERPI (Perhimpunan Riset Pemasaran Indonesia) Dalam riset marketing dan sosial. Kami secara rutin melakukan riset independen yang merupakan komitmen kami sebagai lembaga riset terdepan di Indonesia diantaranya:

Kami juga secara rutin menerbitkan buku dan *whitepaper*, diantaranya Millennial Nusantara, Wajah Muslim Indonesia, Indonesia Gen Z & Millennial Report, Indonesia Moslems Report 2019: The Challenges of Indonesia Moderate Moslems, The Portraits' of Urban Moslem Indonesia, Indonesia 2020: The Urban Middle-Class Millennials, The Urban Middle-Class Millennials: Finance, Online Behavior and Values, dll

PENDAHULUAN

Tahun 2020 ditandai dengan situasi yang merubah total segala aspek kehidupan manusia di muka bumi, kehadiran pandemi Covid-19 sejak awal tahun 2020 memaksa kita merubah perilaku dan kebiasaan kita selama ini. Sampai akhir bulan Desember 2020 belum ada tanda-tanda positif yang menunjukkan kapan pandemi ini akan berakhir, bahkan di belahan dunia Eropa dan Amerika tengah menghadapi gelombang kedua yang lebih parah dibanding gelombang pertama.

Di Indonesia sendiri, akhir tahun 2020, perkembangan Covid-19 justru semakin meningkat tajam. Data tanggal 24 Desember 2020 menunjukkan sebanyak 692.838 penduduk Indonesia terkonfirmasi positif Covid-19, dengan rata-rata kenaikan kasus lebih dari 6.500 orang per hari dalam 1 bulan terakhir, jauh lebih tinggi dibanding bulan Oktober-November 2020 yang berada di kisaran 4.000-5.000 per hari. Pada tanggal yang sama, tingkat kesembuhan pasien Covid-19 di Indonesia sebesar 81,4% dan tingkat kematian sebesar 2,97%.



Bagan 1 Perkembangan Covid-19 di Indonesia

Sumber: Satgas Covid-19, diolah oleh Alvara Research Center

Semua negara sedang menunggu kehadiran vaksin yang oleh banyak pihak diyakini menjadi satu-satunya jalan menyelesaikan pandemi Covid-19. Beberapa kandidat vaksin telah menunjukkan progress yang baik, beberapa negara juga sudah memberikan sinyal

akan segera memberikan vaksin kepada kelompok penduduk yang rentan terpapar virus Covid-19.

Dampak Covid-19 langsung berimbas pada ekonomi Indonesia, Triwulan I Pertumbuhan ekonomi Indonesia masih tumbuh positif 2,97%, namun pada Triwulan II pertumbuhan ekonomi Indonesia turun hingga minus 5,32%, dan pada Triwulan III mulai membaik tapi pertumbuhannya masih minus 3,49%. Hampir semua sektor industri mengalami penurunan yang tajam, kecuali sektor Telekomunikasi dan Pertanian yang masih bisa tumbuh positif. Kontributor penurunan ekonomi yang tajam tersebut disebabkan oleh penurunan daya beli masyarakat, hal ini bisa terjadi karena lebih dari 50% penopang pertumbuhan ekonomi Indonesia berasal konsumsi rumah tangga.



Bagan 2 Pertumbuhan Ekonomi Indonesia 2018 - Triwulan III 2020

Sumber: Badan Pusat Statistik, November 2020

Berbagai analisis menyebutkan pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2020 masih akan negatif. Pemerintah melalui Menteri Keuangan, Sri Mulyani mengatakan pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2020 akan berkisar minus 1,7% hingga minus 0,6%. Bank Dunia dalam laporannya menyebutkan pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2020 berada di minus 2,2%.

Bagaimana dengan prediksi pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2021, Bank Dunia menyebutkan bahwa pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2020 sebesar 4,4%. Pemerintah melalui Gubernur Bank Indonesia lebih optimis bahwa pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2021 akan berkisar di 4,8% hingga 5,8%.

Tentu saja berbagai skenario dan prediksi pemulihan ekonomi pada tahun 2021 tersebut mensyaratkan bahwa situasi pandemi Covid-19 bisa dikendalikan atau diatasi. Pemerintah telah menjadwalkan awal tahun 2021 program vaksinasi akan segera dimulai secara bertahap dengan pertama-pertama akan diprioritaskan pada tenaga kesehatan

dan kelompok rentan lainnya. Optimisme kita dalam memasuki tahun 2021 sangat tergantung kepada kecepatan dan keberhasilan program vaksinasi yang akan segera dijalankan oleh pemerintah.

"Saya juga ingin tegaskan lagi, nanti saya yang akan menjadi penerima pertama, divaksin pertama kali. Hal ini untuk memberikan kepercayaan dan keyakinan kepada masyarakat bahwa vaksin yang digunakan aman"

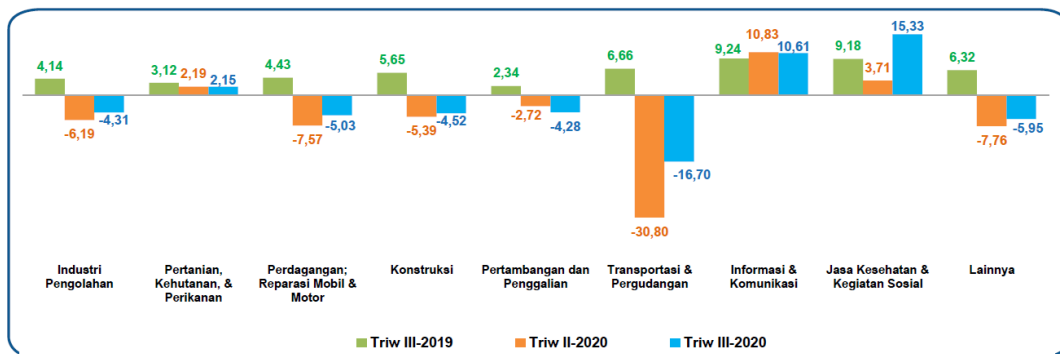
*Presiden Joko Widodo,
16 Desember 2020*

Berkaca dari berbagai situasi selama tahun 2020 tersebut siapkah kita menghadapi tahun 2021?.

Alvara Research Center sebagaimana tradisi tahun-tahun sebelumnya selalu mengeluarkan catatan akhir tahun dengan harapan bisa menjadi pemandu arah kita dalam memasuki tahun berikutnya. Dalam Catatan Akhir Tahun 2020 ini Alvara Research Center akan fokus pada tiga pokok bahasan yang akan menentukan wajah Indonesia kedepan yaitu, Ekonomi Bisnis, Anak Muda Indonesia dan Trend Polarisasi.

EKONOMI DAN BISNIS: KONSUMEN YANG BERUBAH

Sebagaimana dijelaskan sebelumnya kondisi ekonomi Indonesia di Triwulan III mulai ada pergerakan dan lebih baik dibanding Triwulan II 2020. Meski masih minus, hampir semua sektor industri menunjukkan perbaikan, beberapa sektor menunjukkan pertumbuhan positif, diantaranya sektor Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan, Informasi dan Komunikasi, dan Sektor Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial.



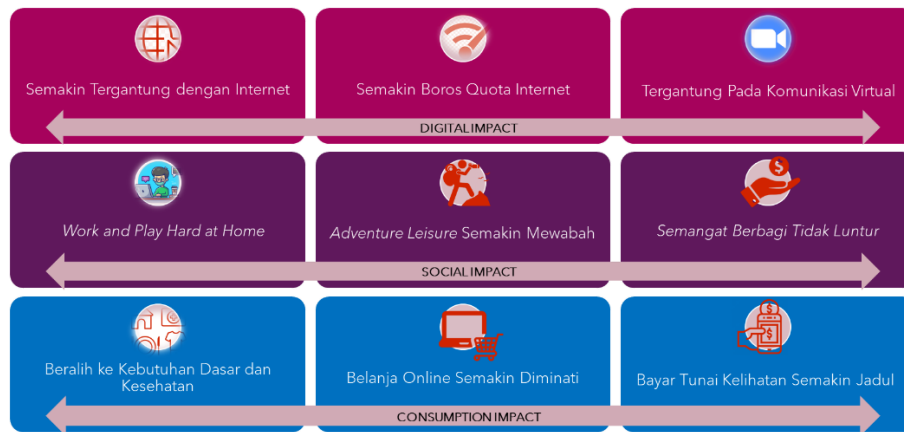
Bagan 3 Pertumbuhan Ekonomi berdasarkan Sektor Usaha

Sumber: Badan Pusat Statistik, November 2020

Dampak Covid-19 bagi dunia bisnis sangat dalam karena yang terdampak adalah *supply* dan *demand* sekaligus. Hal yang sama juga dirasakan oleh pelaku UMKM, bila krisis 1998 UMKM bisa bertahan dan menjadi penyelamat ekonomi Indonesia, kali ini UMKM justru merasakan dampak yang paling besar akibat Covid-19, *Survei Asian Development Bank* (ADB) pada bulan September 2020 menyebutkan 46% UMKM Indonesia tutup sementara.

Dari sisi konsumen, pandemi Covid-19 memaksa perilaku konsumen berubah karena harus beradaptasi dengan keadaan. Kami mencatat ada tiga dampak yang berkaitan langsung dengan perubahan perilaku konsumen akibat Covid-19, yaitu *Digital Impact*, *Social Impact*, dan *Consumption Impact*.

Proses digitalisasi ditengah masyarakat kita terjadi lebih cepat, hubungan sosial antar masyarakat kita berubah, cara kita membeli dan mengkonsumsi barang juga ikut berubah.



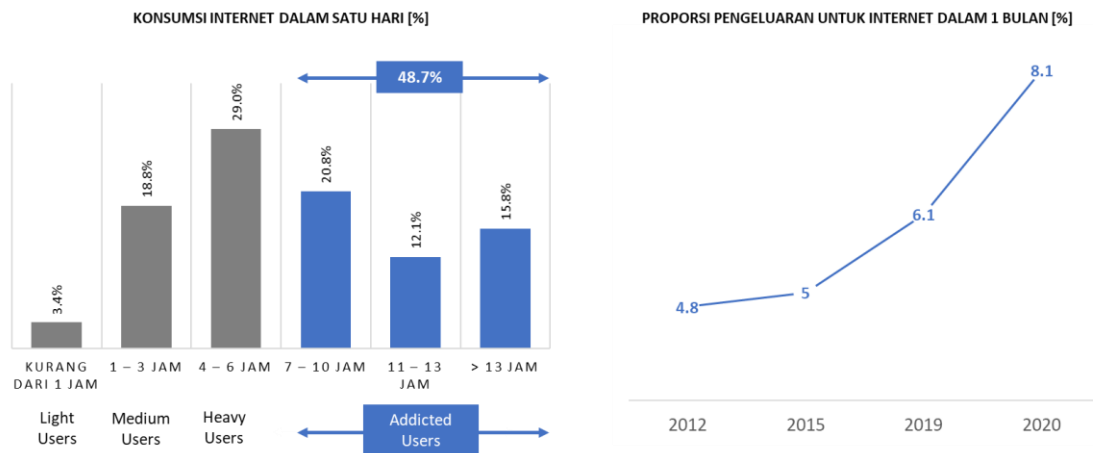
Bagan 4 Perilaku Baru Konsumen Indonesia

Digital Impact

Penetrasi pengguna internet di Indonesia sangatlah besar, data yang dirilis oleh Hootsuite pada Januari 2020 tercatat pengguna internet di Indonesia mencapai 175,4 juta jiwa atau setara dengan 64% dari total penduduk Indonesia, dan dari 175,4 juta tersebut 93,5% diantaranya aktif di sosial media. Dari sumber yang sama tercatat rata-rata penggunaan internet masyarakat Indonesia pada bulan Januari 2020 sebesar 4 jam 45 menit dalam satu hari menggunakan perangkat mobile. Hal ini selaras dengan hasil survei yang dilakukan oleh Alvara Research Center pada tahun 2019, mayoritas masyarakat Indonesia mengakses internet 4-6 jam dalam satu hari.

Adanya pandemi mempercepat digitalisasi kehidupan kita, ketika akses komunikasi fisik semakin terbatas maka alternatifnya adalah beralih kepada komunikasi secara online. Data yang dicatat oleh Alvara Research Center dari survei bulan Juni 2020 menunjukkan adanya kenaikan yang sangat signifikan terkait konsumsi internet masyarakat Indonesia. Dalam satu hari mereka tidak lagi masuk dalam kategori *heavy user* (akses internet 4-6 jam) tapi mayoritas masuk dalam kategori *addicted users*, mereka adalah yang akses internet lebih dari 7 jam dalam sehari.

Selain itu, yang menarik adalah, kenaikan ini tidak hanya terjadi pada kelompok penduduk dengan usia muda, Gen Z dan Millennial, tapi juga terjadi generasi yang lebih tua, yakni Gen X dan Baby Boomers. Pandemi Covid-19 memaksa semua generasi untuk beralih komunikasinya melalui internet.



Bagan 5 Perilaku Penggunaan Internet
 Sumber: Survei Alvara Research Center, Juni 2020

Social Impact

Kehidupan sosial masyarakat dunia termasuk Indonesia berubah drastis di kala pandemi, mobilitas penduduk antar negara berkurang sangat signifikan, banyak destinasi wisata menutup pintu bagi wisatawan yang akan berkunjung. Silaturahmi dengan keluarga dan kerabat pun menjadi sangat terbatas, perayaan hari besar keagamaan dilakukan secara terbatas, dan hanya bisa dilakukan melalui media online.

Kebutuhan akan wisata di masa pandemi ini sebenarnya tidaklah luntur, kejenuhan selama pembatasan sosial adalah penyebabnya. Survei yang dilakukan Alvara Research Center menyebutkan, aktivitas yang paling diinginkan publik saat *new normal* adalah berwisata. Namun karena masih ada keawatiran tertular Covid-19 maka mereka lebih selektif dalam menentukan aktivitas dan destinasi wisata yang akan mereka kunjungi.

"Strategi inovasi dilakukan dengan pendekatan big data, untuk memetakan potensi dan menguatkan berbagai aspek pada sektor parekraf,

Sandiaga Uno, Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif
 25 Desember 2020

Akhirnya pilihan mereka pada wisata alam dan lebih destinasi lokal, yang dipercaya lebih aman. *Hiking, camping* di pegunungan menjadi pilihan wisata keluarga. Maraknya trend bersepeda beberapa bulan terakhir adalah juga bagian dari trend aktivitas wisata dikala pandemi.

Dunia kerja juga berubah, meski sekarang beberapa kantor sudah mulai dibuka, namun mayoritas kantor-kantor masih menerapkan kebijakan karyawannya untuk bekerja dirumah. Demikian juga dengan kebijakan sekolah yang masih dilakukan secara daring, meski ada banyak keluhan dari orang tua dan guru dalam pelaksanaan pembelajaran jarak jauh, tapi publik suka tidak suka harus mulai beradaptasi dengan pola pembelajaran ini.

Disisi lain Pandemi Covid-19 di Indonesia membangkitkan solidaritas masyarakat Indonesia, tingkat donasi meningkat tajam, karakter gotong royong masyarakat Indonesia menjadi salah satu kekuatan utama kita dalam mengurangi dampak ekonomi yang ditimbulkan Covid-19. Publik berbondong-bondong menyalurkan bantuannya, baik dalam bentuk tunai maupun barang kepada pihak-pihak yang membutuhkan.

Fenomena solidaritas masyarakat Indonesia ini terekam dalam hasil survei yang dilakukan oleh Alvara Research Center bulan Juni 2020, proporsi pengeluaran untuk donasi meningkat dibanding sebelum pandemi, hal ini juga terkonfirmasi dari laporan beberapa lembaga amil zakat dan donasi yang menyebutkan selama pandemi ada peningkatan cukup tajam donasi yang berhasil mereka kumpulkan dari masyarakat.

Consumption Impact

Pola konsumsi masyarakat juga berubah cukup signifikan, penurunan daya beli berpengaruh cukup besar terhadap perubahan konsumsi masyarakat. Situasi ekonomi yang serba tidak pasti menyebabkan publik lebih memprioritaskan membeli kebutuhan pokok dan produk-produk terkait kesehatan.

Pola belanja melalui online juga meningkat, mereka tidak hanya membeli produk fashion atau produk elektronik, tapi produk makanan dan minuman pun mereka beli secara online. Semua aplikasi belanja online melaporkan adanya peningkatan transaksi selama pandemi. MarkPlus, Inc seperti dilansir dari laman liputan6.com melaporkan aktivitas belanja online mengalami peningkatan dari 4,7 persen menjadi 28,9 persen setelah adanya Covid-19, survei dilakukan di Jabodetabek.

Peningkatan belanja online ini berkorelasi positif dengan meningkatnya pola pembayaran secara non tunai, publik semakin terbiasa dengan belanja menggunakan digital payment untuk kebutuhan sehari-hari mereka.

ANAK MUDA: KEGALAUAN GEN Z DAN MILENIAL

Saat ini *cohort* demografi di Indonesia terbagi atas 5 generasi, yaitu *Gen Alpha*, *Gen Z*, *Milenial*, *Gen X* dan *Baby Boomer*. Di dunia ada banyak versi tentang definisi dari generasi ini, namun kami akan mengacu pada definisi yang telah ditetapkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS).

Menurut BPS *Gen Alpha* adalah merupakan generasi yang masih imut-imut, *Gen Alpha* merupakan adik *Gen Z*. Mereka lahir tahun 2010 hingga sekarang, artinya usia mereka saat ini maksimal di usia 10 tahun. *Gen Z* merupakan adik *Milenial* dan kakak dari *Gen Alpha*. *Gen Z* lahir antara tahun 1998 hingga tahun 2009 (di tahun 2021 berusia 12 tahun hingga 23 tahun). *Milenial* merupakan kakak dari *Gen Z*, mereka lahir antara tahun 1981 hingga 1997. Saat ini di tahun 2021 *Milenial* berusia 24 tahun hingga 40 tahun. Sedangkan *Gen X* adalah mereka yang lahir tahun 1965-1980, sedangkan *Baby Boomer* adalah mereka yang lahir 1946-1964.

Populasi *Gen Z* dan *Milenial* mendominasi populasi penduduk Indonesia. Menurut data BPS, populasi *Gen Z* mencapai 29,23% dan populasi *Milenial* mencapai 33,75%. Jika ditotal jumlah *Gen Z* dan *Milenial* mencapai 62,98%. Artinya 6 dari 10 penduduk Indonesia merupakan *Gen Z* dan *Milenial*.

Gen Z dan Milenial adalah “bahan bakar” Peradaban Masa Kini dan Masa Depan Indonesia

Hasanuddin Ali, CEO Alvara Research Center
Desember 2019

Jika kita hitung menurut jumlah populasinya maka dengan asumsi penduduk Indonesia tahun 2020 mencapai 273,9 juta jiwa (Proyeksi Penduduk Menurut BPS) maka populasi dari *Gen Z* mencapai 80 juta jiwa,

sedangkan populasi *Milenial* mencapai 92 juta jiwa. Jika ditotal maka kedua generasi tersebut mencapai 172 juta jiwa. Melihat populasi kedua generasi tersebut yang begitu besar, maka ada implikasi yang ditimbulkan, karena selain jumlahnya yang besar mereka juga memiliki karakteristik yang khas dibanding generasi sebelumnya. Kedua generasi tersebut juga merupakan generasi usia produktif yang sedang meniti masa depan.

Bonus Demografi Yang Terancam

Tahun 2020 merupakan tonggak awal bonus demografi Indonesia. Tidak ada yang menyangka justru ditahun 2020 lah terjadi badai yang cukup hebat, yang memporak-porandakan perekonomian Indonesia dan dunia. Badai COVID-19 telah membuat perekonomian Indonesia menuju jurang resesi. Bonus demografi yang seharusnya menjadi kekuatan kini mulai menjadi ancaman.

Kontraksi ekonomi yang terjadi di Indonesia berimplikasi pada peningkatan angka pengangguran. Bappenas memproyeksikan jika Covid-19 ini terus berlanjut, maka ditahun 2021 angka pengangguran di Indonesia bisa mencapai 12,7 juta orang. Angka tersebut naik dibanding tahun 2020 yang mencapai 11 juta orang. Di tahun 2020 angka pengangguran bertambah 4-5 juta orang artinya pandemi membuat angka penangguran naik cukup signifikan.

Jika pandemi terus memburuk maka perekonomian juga akan memburuk sehingga akan berakibat pada terbatasnya akses lapangan kerja. Pendapatan rumah tangga turun, akibat *social distancing* dan penutupan sentra-sentra ekonomi. Saat ini *Gen Z* dan *Milenial* merupakan subjek dari bonus demografi Indonesia, yang berpotensi besar menjadi pengangguran. Jika tidak diantisipasi dengan baik, maka bukan tidak mungkin *Milenial* dan *Gen Z* akan menjadi beban bagi negara, bukan menjadi mesin pertumbuhan ekonomi yang sebelumnya harapkan dan dielu-elukan.

Gen Z dan Milenial Adalah Kunci

Gen Z dan Milenial akan memegang peran kunci bagi pemulihan ekonomi. Dengan tersedianya lapangan pekerjaan yang cukup maka mereka akan menjadi mesin pertumbuhan. Mereka akan mampu menggerakkan perekonomian melalui konsumsi rumah tangga. Kuncinya adalah stimulus ekonomi dari pemerintah serta segera didistribusikannya vaksin Covid-19.

Selain jumlah mereka yang melimpah, mereka juga generasi yang adaptif dengan perubahan, khususnya perubahan teknologi. Mereka merupakan generasi yang melek digital, mereka diharapkan mampu menggerakkan ekonomi digital dan ekonomi kreatif Indonesia.

Selain sebagai motor penggerak ekonomi digital. Gen Z dan Millennial merupakan penentu arah politik masa depan. Mereka akan menjadi pemilih yang dominan pada

pesta demokrasi mendatang, baik itu Pilkada, Pileg maupun Pilpres. Di tahun 2019 saja, lebih dari 50% pemilih merupakan Millennial, jika ditambah *Gen Z* maka jumlah mereka akan mendominasi pada pesta demokrasi selanjutnya.

Millennial tidak hanya menjadi pemilih mereka juga mulai menjadi calon legislator maupun calon kepala daerah. Banyak cerita sukses pada Pileg 2019 lalu, dimana calon dari millennial terpilih menjadi wakil rakyat, lebih dari itu ada juga millennial yang menjadi Menteri maupun staf khusus presiden. Estafet kepemimpinan secara berlahan akan beralih ke *Milenial* dan kemudian ke *Gen Z*.

POLARISASI YANG TIDAK BERKESUDAHAN

Dulu banyak orang berpandangan bahwa polarisasi di Indonesia hanya terjadi ketika ada kontestasi politik seperti Pilpres atau Pilkada, dan tensinya akan turun ketika kontesi politik selesai, nyatanya sampai saat ini polarisasi masih terjadi dan semakin meruncing.

Bila menengok kebelakang memang harus diakui menguatnya isu polarisasi yang tajam ditengah masyarakat dimulai saat adanya kontestasi politik, yakni saat Pilkada DKI Jakarta pada tahun 2017 lalu. Pertarungan sengit, khususnya antara kubu Anies Baswedan-Sandiaga Uno dengan kubu Basuki Tjahaja Purnama-Djarot Syaiful Hidayat, melibatkan sentimen agama, politik identitas, dan populisme berbasis agama.

Bola salju populisme berbasis agama kemudian diadopsi pada Pilkada daerah lain, menjadi lebih besar dan liar pada saat Pilpres 2019 yang melibatkan Jokowi-Ma'ruf dan Prabowo-Sandi. Kampanye hitam yang melibatkan isu-isu agama begitu kentara. Pertarungan pendukung dengan istilah *cebong* dan *kampret* makin sengit, baik di dunia nyata maupun dunia maya.

Mengerasnya politisasi agama secara tidak langsung membuat Indonesia makin terancam terperosok dalam jurang perpecahan dan disintegrasi jika tidak segera dinetralisir. Politisasi agama menjadi pintu masuk bagi masuknya paham intoleransi dan konservatisme agama yang kemudian berlanjut menjadi radikalisme-terorisme, seperti yang terjadi di Timur Tengah.

"Agama biar menjadi inspirasi dan biarkan agama itu membawa nilai-nilai kebaikan, nilai-nilai kedamaian dalam kehidupan berbangsa dan bernegara,"

Yaqut Cholil Qoumas, Menteri Agama
23 Desember 2020

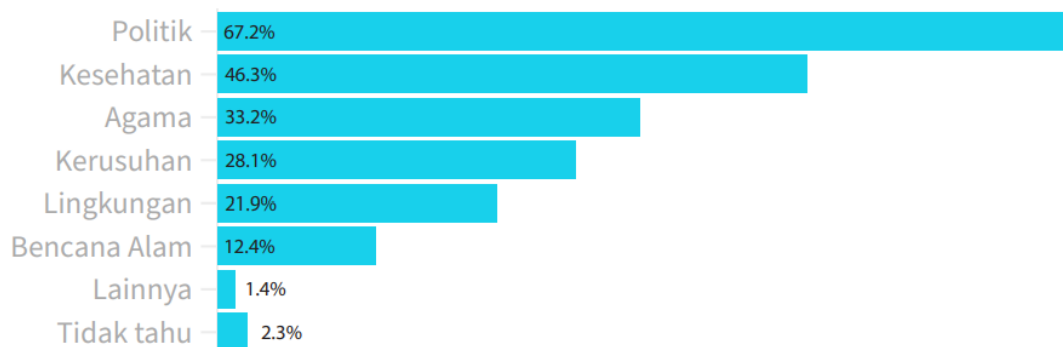
Dunia Maya Menjadi Basis

Polarisasi ini menguat salah satunya karena perbincangan didunia maya yang sangat masif. Saat ini dunia maya menjadi salah satu *channel* yang paling ampuh untuk mengadu dua kutub yang berseberangan. Konservatisme dalam beragama cukup terlihat didunia maya. Data hasil penelitian yang dikeluarkan oleh PPIM UIN Jakarta bersama

MERIT Indonesia, pada awal Nopember tahun 2020 ini menunjukkan bahwa model keberagaman di dunia maya mengarah pada model keberagaman yang konservatif.

Narasi keagamaan di media sosial menunjukkan bahwa 67,2% mengarah ke *conservative*; 22,2% mengarah ke *moderate*; 6,1% mengarah ke *liberal* dan 4,5% mengarah ke *Islamist*. Konservatif yang dimaksud disini adalah aliran keagamaan yang menjadikan tradisi Islam awal sebagai acuan yang harus di duplikasi secara literal. Termasuk didalamnya dalam hal ketatanegaraan dan pemilihan pemimpin.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Kominfo pada tahun 2020 ini, juga menunjukkan bahwa banyak konten hoaks (berita bohong) di Internet. Melalui studi kuantitatif via survei menemukan bahwa konten dianggap banyak mengandung adalah konten politik (67,2%), kemudian konten Kesehatan (46,3%), konten agama (33,2%), konten kerusuhan (28,1%), dan konten lingkungan (21,9%).



Bagan 6 Konten Yang Banyak Mengandung Hoaks

Sumber: Menkominfo, 2020

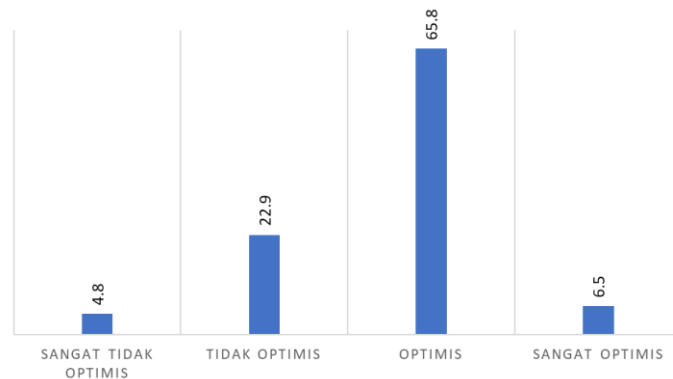
Kemampuan netizen dalam mencerna dan menganalisa juga masih perlu jadi catatan. Temuan Kominfo juga menunjukkan bahwa literasi digital netizen Indonesia masih dalam kategori sedang yaitu 3,47 pada skala 1-5. Potret ini menunjukkan bahwa netizen kita masih rentan.

Netizen merupakan entitas yang cukup rentan dengan konten-konten negatif, jumlah mereka yang cukup besar, durasi akses mereka terhadap internet tinggi, serta kurang terliterasi secara optimal, membuat mereka menjadi sasaran empuk. Mereka akan mudah terperangkap dan terjebak dalam bujuk rayu konten-konten netatif termasuk konten yang memperburuk polarisasi ditengah masyarakat.

2021: OPTIMIS, TAPI.....

Tahun 2020 adalah titik terdalam bencana yang pernah dialami oleh manusia di zaman modern, kita tidak bisa membayangkan apakah masih ada lagi jurang yang lebih dalam dari pandemi Covid-19. Tahun 2020 adalah tahun yang memaksa kita untuk memikirkan ulang arah peradaban manusia menuju kemana, maka pilihan satu-satunya yang bisa kita lakukan adalah beradaptasi dengan keadaan dan menghadapi tahun 2021 dengan rasa optimis dan percaya diri.

Rasa optimisme ini penting sebagai “vitamin” untuk memperkuat imunitas kita dalam melangkah kedepan. Beberapa indikator menunjukkan mulai ada tanda-tanda perbaikan, pertumbuhan ekonomi mulai membaik, optimisme publik terkait potensi ekonomi kedepan juga baik. Survei yang dilakukan Alvara Research Center pada bulan Oktober 2020 menunjukkan 72,3% publik Indonesia optimis terhadap ekonomi Indonesia 1 tahun mendatang



Bagan 7 Tingkat Optimisme Terhadap Ekonomi Indonesia

Sumber: Survei Alvara Research Center, Oktober 2020

Anak-anak muda Indonesia juga perlu diberi ruang selebar-lebarnya untuk mengembangkan potensinya, mereka adalah Millennial sebagai angkatan kerja muda dan Gen Z yang masih duduk dibangku sekolah atau kuliah. Sebagai generasi yang paling terdampak Covid-19, semua stakeholder baik itu pemerintah maupun swasta harus lebih fokus membantu dua generasi ini baik dari sisi kapabilitas, jejaring, maupun peluang usaha.

Polarisasi yang terjadi ditengah masyarakat kita harus segera diakhiri atau paling tidak lebih diturunkan tensinya, harus ada upaya serius untuk memberikan kesadaran kepada

masyarakat agar tidak selalu hitam-putih dalam melihat segala persoalan yang terjadi. Pada poin inilah pentingnya muncul sosok yang berani untuk mengambil posisi jalan tengah yang bisa mengurai dan merekatkan kembali dua kutub yang berseberangan. Kehidupan yang lebih harmoni dan keguyuban antar masyarakat kita yang mulai hilang karena konflik politik identitas harus dihadirkan kembali ditengah masyarakat kita.

Akhirnya rasa optimisme kita dalam memasuki tahun 2021 memerlukan beberapa catatan dan prasyarat khusus. Pertama, Distribusi vaksin yang merata dan cepat, publik sedang menunggu dengan harap-harap cemas kapan vaksin akan diberikan kepada penduduk Indonesia. Kedua, Agresifitas kebijakan ekonomi dengan berbagai instrumen yang tepat dan terukur. Ketiga, Kepemimpinan pemerintah yang efektif, reshuffle beberapa pos kementerian di awal Desember 2020 menunjukkan pemerintah sedang berupaya kesana, dan respon publik atas reshuffle kabinet tersebut sangat baik.

REFERENSI

Laporan harian perkembangan kasus Covid-19, Satgas Penanganan Covid-19 <https://www.Covid-19.go.id/akses>. Diakses tanggal 26 Desember 2020

Berita Resmi Statistik, Badan Pusat Statistik (BPS)

Sri Mulyani Patok Proyeksi Pertumbuhan Ekonomi 2020 di Zona Negatif. Ini Angkanya! <https://ekonomi.bisnis.com/read/20201123/9/1321393/sri-mulyani-patok-proyeksi-pertumbuhan-ekonomi-2020-di-zona-negatif-ini-angkanya>. Diakses tanggal 26 Desember 2020

Rangkuman Prediksi Ekonomi Indonesia 2021, Bank Dunia Suram tapi BI Lebih Optimistis <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4436550/rangkuman-prediksi-ekonomi-indonesia-2021-bank-dunia-suram-tapi-bi-lebih-optimistis>. Diakses tanggal 26 Desember 2020

Kemenkeu paparkan dampak COVID-19 bagi daya tahan UMKM <https://www.antaranews.com/berita/1841724/kemenkeu-paparkan-dampak-Covid-19-bagi-daya-tahan-umkm>. Diakses tanggal 26 Desember 2020

Ali.H, dkk. 2020. *"Indonesia Gen Z and Millennial Report 2019: The Batle of Our Generation"*. Alvara Research Center.Jakarta.

Halimatus'sa'diyah I, dkk.2020. *"Beragama di Dunia Maya: Media Sosial dan Pandangan Keagamaan di Indonesia"*. PPIM IAIN Jakarta & MERIT Indonesia. Jakarta

Kominfo.2020. *"Status Literasi Digital Indonesia 2020: Hasil Survei di 34 Provinsi"*. Jakarta.

APJII.2020. *"Laporan Survei Internet APJII 2019-2020 (Q2)"*. Jakarta

Badan Pusat Statistik.2020. *"Statistik Pemuda Indonesia 2019"*.Jakarta

Badan Pusat Statistik.2018. *"Proyeksi Penduduk Indonesia 2015-2045 Edisi Revisi"*. Jakarta

Bank Indonesia.2020. *"Kajian Ekonomi dan Keuangan Regional: Laporan Nusantara Volume 15 No 4"*. Jakarta

<https://money.kompas.com/read/2020/06/22/163400126/dampak-corona-jumlah-pengangguran-bisa-tembus-12-7-juta-di-2021?page=all>. Diakses tanggal 26 Desember 2020