

## Strategi Generasi Millennial Bertahan Hidup Dalam Masa Pandemi Covid-19

Varian Valiant Ervic Manguma

Universitas Hasanuddin

[gakzvarian@gmail.com](mailto:gakzvarian@gmail.com)

### Abstract

*During the Covid-19 virus pandemic, new challenges were experienced by the community, including the millennial generation. These challenges include changes to routines, restriction of interaction, financial difficulties, adaptation to technology, etc. Therefore, they try to adapt to these conditions. This article focuses on survival strategy of millennial generation during the Covid-19 pandemic.*

*Using qualitative approach, this study was conducted in the city of Makassar, as the capital city and as one of the cities in Indonesia with high rate of Covid-19. Data was collected using interview technique. Those who participate in this study are those who were born between 1980 and 2000 and are referred to as the millennial generation. They consist of ten people, and vary on the basis of age (between 20 and 40 years), sex (seven women and three men), employment status (students, entrepreneurs, housewives, and vicars).*

*The results show that the millennial generation adapts not only to the daily routines, but also empower themselves in various creative ideas and utilizes the technology inherent in their generation. In order to survive in the midst of Covid-19 pandemic, they apply different strategies, namely active strategy (by empowering their potentials according to their skills and capacities); passive strategy (by living frugality); and networking strategy (through family loan, lending institution, and government assistance). In addition, they combine between strategies (i.e. between active and passive strategies) in order to maximize their efforts to survive in the midst of Covid-19 pandemic.*

**Keywords:** Covid-19, pandemic, millennial generation, survival strategy, and protocols.

### Pendahuluan

Pada tanggal 2 Maret 2020, Presiden Republik Indonesia mengumumkan secara resmi adanya kasus Covid-19. Tak lama berselang (16 Maret 2020), Covid-19 dinyatakan sebagai pandemi oleh World Health Organization (WHO). Setelahnya, pemerintah Indonesia menginstruksikan untuk menerapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) pada setiap daerah.

Pola tatanan hidup baru di tengah pandemi Covid-19 ini mengharuskan masyarakat, termasuk generasi millennial

menyesuaikan diri dengan kondisi saat ini dan siap tidak siapa mereka harus menghadapi tantangan baru, seperti perubahan rutinitas yang signifikan, keterbatasan berinteraksi, adaptasi teknologi, dan ketidakpastian hingga kapan situasi tersebut akan berakhir. Menurut survey Deloitte Millennial Global 2020 bahwa di 43 negara, ada 48 persen generasi millennial mengalami stres setiap saat. Salah satu faktor yang membuat generasi millennial mengalami peningkatan stres adalah akibat pengaruh masalah keuangan, kesejahteraan keluarga, dan masa depan karier (Deloitte 2020:4-12).

Sejak mewabahnya Covid-19 dan diberlakukannya PSBB, perekonomian Indonesia mulai menampakkan geliat yang memprihatinkan. Banyak yang periode kerjanya berubah dari pekerja *full time* menjadi *part time*, ada yang gajinya dikurangi bahkan ada yang kehilangan pekerjaan. Bisnis banyak yang tutup sementara hingga yang tutup permanen karena bangkrut. Banyak yang tidak siap menghadapinya dan menjadi stress dengan kondisi yang serba terbatas, tergantung bagaimana mereka menghadapinya (*cope with*) agar tetap dapat bertahan hidup dalam situasi seperti itu.

Menurut Snel dan Starring (dalam Resmi 2005:6), bahwa “strategi bertahan hidup adalah sebagai rangkaian tindakan yang dipilih secara standar oleh individu dan rumah tangga yang miskin secara sosial ekonomi. Melalui strategi yang dilakukan oleh seseorang, ini bisa menambah penghasilan melalui pemanfaatan sumber-sumber yang lain ataupun mengurangi pengeluaran melalui pengurangan kuantitas dan kualitas barang atau jasa”. Dengan demikian, mengurangi pengeluaran maupun kuantitas dan pemanfaatan sumber-sumber lain dapat menjadi strategi dalam bertahan hidup untuk kehidupan sehari-hari dan untuk peningkatan taraf hidup, maka seseorang dapat menambahkan jenis pekerjaan dan mengubah pola mata pencaharian (Susilawati 2003:52). Intinya bahwa dalam proses perubahan manusia menyesuaikan dengan situasi yang berubah, bukan sebaliknya, dan ini memerlukan strategi agar dapat bertahan hidup.

Strategi bertahan hidup (*coping strategies*) merupakan kemampuan seseorang dalam mengaplikasikan seperangkat cara untuk mengatasi berbagai permasalahan yang melingkupi kehidupannya. Strategi penanganan masalah ini pada dasarnya merupakan

kemampuan segenap anggota keluarga dalam mengelola segenap aset yang dimilikinya (Suharno 2009:31). Dalam situasi pandemi Covid-19 dimana yang salah satu efek yang paling signifikan adalah yang terkait dengan ekonomi. Jika dikaitkan dengan strategi bertahan hidup (*coping strategies*) yang dikemukakan oleh Suharno (2003:31), maka ada tiga cara yang dapat dilakukan dalam mengatasi guncangan dan tekanan ekonomi, yaitu: *pertama*, strategi aktif, yaitu dengan cara mengoptimalkan segala potensi keluarga, misalnya, melakukan aktivitasnya sendiri, memperpanjang jam kerja, memanfaatkan sumber atau tanaman liar di lingkungan sekitarnya. *Kedua*, strategi pasif, yaitu dengan mengurangi pengeluaran keluarga, misalnya, mengurangi biaya untuk sandang, pangan, dan pendidikan. *Ketiga*, strategi jaringan, yaitu menjalin relasi, baik secara formal, maupun informal dengan lingkungan sosial dan lingkungan kelembagaan, misalnya, meminjam uang pada tetangga, mengutang di warung, memanfaatkan program kemiskinan, meminjam uang ke bank, dll.

Penelitian tentang strategi bertahan hidup telah banyak dilakukan (baca, misalnya, Irwan 2015; Sabara dkk. 2016; Juanda dkk. 2019). Masing-masing meneliti pada komunitas yang berbeda. Jika Irwan (2015) meneliti strategi bertahan hidup perempuan penjual buah dan Sabara, dkk. (2016) pada petani garam, maka Juanda dkk. (2019) pada buruh tani. Jika temuan Irwan (2015) menunjukkan bahwa strategi yang digunakan untuk bertahan hidup adalah dengan bekerja dengan sumber pendapatan berganda; Sabara dkk (2016) menggunakan strategi melalui bantuan keluarga, melakukan penghematan, dan menjual asset berharga; maka Juanda mengklasifikasikan strategi yang digunakan untuk bertahan hidup diklasifikasikan atas tiga,

yaitu: *pertama*, strategi aktif dengan memanfaatkan potensi dan bakat yang dimiliki, bekerja berganda, dan menambah jam kerja; *kedua*, strategi pasif dengan melakukan penghematan; *ketiga*, strategi jaringan dengan memanfaatkan relasi dan kenalan dan berhutang kepada kerabat dan tetangga.

Artikel ini akan membahas bagaimana strategi generasi millennial bertahan hidup dalam masa pandemi Covid-19. Pembahasan dalam artikel ini dibagi atas dua sesi. Bagian *pertama* mendiskusikan mengenai adaptasi generasi millennial di masa pandemi Covid-19. Pembahasan pada bagian *kedua* mengeksaminasi tentang strategi bertahan hidup generasi millennial di masa pandemi Covid-19.

#### Metode Penelitian

Penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif ini dilakukan di kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan. Kota Makassar dipilih sebagai lokasi penelitian karena merupakan kota dengan

kasus Covid-19 tertinggi di Sulawesi Selatan, sementara Sulawesi Selatan sendiri masuk dalam kategori lima besar provinsi dengan kasus Covid-19 tertinggi di Indonesia. Pada bulan Agustus 2020 pasien yang terkonfirmasi aktif sebanyak 1.842 orang, dengan gejala (simptomatik) sebanyak 332 orang, dan tanpa gejala (asimptomatik) sebanyak 1.510 orang. Sampai dengan akhir tahun 2020 total kasus di Kota Makassar sebanyak 6.001 dan terkonfirmasi aktif sebanyak 15.963. Ini mengindikasikan bahwa terjadi peningkatan kasus yang cukup signifikan (Pomanto 2021:37-38).

Informan dalam penelitian ini adalah generasi millennial yang lahir antara tahun 1980 dan 2000. Mereka berjumlah sepuluh orang dan berusia antara 20 dan 40 tahun yang terdiri atas tujuh perempuan dan tiga laki-laki, dengan status pekerjaan yang bervariasi (ada yang masih mahasiswa dan belum bekerja, mahasiswa yang juga bekerja, pegawai swasta, ibu rumah tangga, *owner online shop*, dan vikaris), sebagaimana dijabarkan dalam **Tabel 1** berikut ini:

Tabel 1. Informan Penelitian				
No.	Nama	Umur (Tahun)	Jenis Kelamin	Pekerjaan
1.	Isabella Belinda	21	Perempuan	- Mahasiswa - <i>Owner @beybyloveshop</i>
2.	Fika Anggraeni	21	Perempuan	Mahasiswa
3.	Nurul Anissa	21	Perempuan	Mahasiswa
4.	Ayuma Umar	22	Perempuan	- Mahasiswa - <i>Owner @sunfoodiesmks</i>
5.	Ita Paseru	26	Perempuan	Pegawai Swasta
6.	Oktavina Lumembang	25	Perempuan	- Vikaris - <i>Owner @giftshop17</i>
7.	Agus Susanty	30	Perempuan	- Ibu Rumah Tangga (IRT) - <i>Owner @dapurmamashanty</i>
8.	Resky Indrajaya	21	Laki-laki	Putus Hubungan Kerja (PHK)
9.	Alexandre	33	Laki-laki	Wirausaha
10.	Victor	34	Laki-laki	Wirausaha

Data dikumpulkan dengan menggunakan teknik wawancara. Wawancara dilakukan untuk mengeksplorasi tentang dampak pandemi covid-19 terhadap aktivitas dan gaya hidup millennial, cara menyikapi kebijakan *new normal*, strategi yang digunakan generasi millennial agar dapat bertahan hidup di masa pandemi Covid-19.

Analisis dimulai dengan menyatukan semua data dari transkrip wawancara dan catatan observasi. Dari penelusuran data ditemukan topik yang meliputi perubahan aktivitas dan perilaku generasi millennial selama masa pandemi Covid-19, pandangan generasi millennial terhadap kebijakan pemerintah untuk memutus rantai Covid-19, dampak dari kebijakan pemerintah terhadap generasi millennial, serta strategi millennial untuk bertahan hidup di masa pandemi Covid-19.

Izin penelitian diperoleh dengan mengurus surat izin penelitian melalui Kantor Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu bidang penyelenggaraan pelayanan perizinan). Selanjutnya surat penelitian diteruskan ke kantor Balai kota Makassar karena penelitian ini dilaksanakan di Kota Makassar. Surat penelitian itu juga digunakan sebagai bukti kepada informan dalam melaksanakan penelitian. Sebelum memulai wawancara, masing-masing calon informan diminta kesediaannya untuk diwawancarai. Jika mereka bersedia, maka ini dilanjutkan dengan meminta izin untuk merekam wawancara. Semua informan memberikan izinya untuk diwawancarai serta bersedia untuk direkam dan dicantumkan nama aslinya.

### **Adaptasi Generasi Millennial**

Menurut Yuswohady (dalam Hidayatullah 2018:241) generasi milenial, adalah generasi modern yang hidup di pergantian milenium. Secara bersamaan di era ini teknologi digital

sudah mulai merasuk ke segala sendi-sandi kehidupan. Generasi milenial atau yang disebut juga generasi Y ini lahir sekitar tahun 1980 sampai 2000. Jadi bisa dikatakan generasi milenial adalah generasi muda masa kini yang saat ini berusia sekitar 15–34 tahun. Studi Lancaster & Stillman dalam (Hidayatullah 2018:242) menjelaskan bahwa generasi millennial ini banyak menggunakan teknologi komunikasi instan, seperti email, SMS, *instant messaging* dan media sosial, seperti Facebook, Twitter, Instagram dll, sehingga generasi juga diidentikkan dengan generasi yang tumbuh pada era *internet booming*.

Meskipun pemerintah telah menetapkan kebijakan PSBB, namun jumlah mereka yang terinfeksi Covid-19 masih terus mengalami peningkatan yang signifikan. Ini dikarenakan oleh ketidakpatuhan masyarakat atas peraturan PSBB. Dalam kaitan dengan ini, Managing Director Qasa Strategic Consulting, Joko Wiyono, mengharapkan peran generasi millennial dalam mencegah penyebaran Covid-19. Misalnya, menghindari budaya budaya nongkrong di tempat keramaian dan mematuhi protokol kesehatan. Intinya, bahwa mereka mencegah keluar rumah sebagaimana slogan tanda pagar (tagar) yang berkembang dalam kaitan dengan ini sejak diberlakukannya PSBB, yakni “#dirumahaja”. Aktivitas pencegahan seperti ini jika disebarakan melalui media sosial oleh generasi millennial yang aktif bermedia sosial akan banyak dibaca orang dan berpotensi mengikutinya, terutama karena mereka banyak yang berprofesi sebagai *influencer*. Ini akan

sangat membantu pemerintah dalam upaya pencegahan penyebaran Covid-19.<sup>1</sup>

Dalam hubungan dengan krisis pandemi Covid-19, gaya hidup generasi millennial yang serba *online* inilah yang membuat pengeluaran mereka banyak yang terkuras pada kebutuhan terkait teknologi (seperti untuk internet atau kuota internet) yang cukup meresahkan mereka karena terjadi penurunan pendapatan sejak Covid-19 mewabah. Bagi generasi millennial yang masih mahasiswa saat masa pandemi mereka diharuskan tinggal dirumah dan gerakan mereka terbatas, sehingga teknologi komunikasi betul-betul menjadi sesuatu yang utama, tidak saja untuk berkuliah dengan sistem dalam jaringan (*daring*), tapi juga untuk kegiatan bermedia sosial mereka. Ini menimbulkan dilemma. Di satu sisi, gerakan di rumah aja membuat orang membatasi/terbatas berinteraksi secara sosial, sementara tinggal di rumah (seperti *work from home*, *study from home*) sama-sama menguras kantong untuk pengeluaran kuota internet, sementara ruang gerak mereka dibatasi oleh kebijakan PSBB.

Istilah *new normal* muncul pertama kali dalam protokol panduan WHO (*World Health Organization*) bagi negara-negara yang berniat melonggarkan kebijakan terkait penanganan Covid-19. Di Indonesia sendiri, *new normal* mulai di terapkan pada tanggal 5 Juni 2020 karena adanya pertimbangan pemerintah terhadap keuangan negara yang terbatas, sehingga tidak akan sanggup untuk memberikan bantuan sosial ke masyarakatnya secara terus-menerus. Untuk itu, aktivitas ekonomi harus segera dijalankan kembali dalam rangka mencegah ekonomi semakin menurun yang berisiko menambah PHK dan mengarahkan ke kondisi resesi. Dengan

diberlakukannya *new normal* ini masyarakat mulai melakukan aktifitas di luar rumah dengan tetap mematuhi protokol kesehatan yang telah diatur oleh pemerintah, yaitu: memakai masker bila keluar dari rumah, sesering mungkin mencuci tangan dengan sabun/air mengalir, menjaga jarak, dan menghindari kerumunan orang untuk mencegah penularan Covid-19.

Dengan diberlakukannya *new normal*, meskipun masih dibatasi, orang mulai beraktivitas, misalnya ke kantor dengan pembagian shift dan dengan kepatuhan menerapkan protokol kesehatan. *New normal* memang dimaksudkan agar masyarakat tidak saja menjadi produktif, tapi juga aman dari penularan Covid-19 yang sedang mewabah. Apa yang dilakukan oleh generasi millennial dalam merespon kebijakan *new normal*?

Pandemi Covid-19 ini telah memunculkan kebiasaan-kebiasaan baru. Gaya hidup lama terpaksa diubah dengan gaya hidup baru yang lebih adaptif terhadap wabah yang sedang berlangsung. Generasi millennial berusaha untuk beradaptasi dalam mewujudkan kesuksesan *new normal*. Rezky Indrajaya (21 tahun), misalnya, selalu ingat memakai masker sesuai standar saat bepergian ke luar rumah, tetap tinggal di rumah saja jika tidak memiliki kepentingan yang mendesak, menghindari keramaian, rajin mencuci tangan dengan sabun/air mengalir atau menggunakan *hand sanitizer* dan menjaga jarak (*social distancing*).

Adaptasi bagi yang membuka usaha atau membuka pekerjaan sampingan dapat dilihat dengan menyediakan fasilitas cuci tangan yang memadai dan mudah diakses, baik oleh pekerja maupun konsumen atau pelaku usaha, menjaga kebersihan barang, memberlakukan pembatasan fisik dengan jarak minimal semeter dan

[covid-19](https://www.covid-19), diakses tanggal 25 Desember 2020.

<sup>1</sup>

<https://teknologi.bisnis.com/read/20200430/101/1235107/ini-peran-milenial-dalam-mencegah-penyebaran->

mencegah terjadinya kerumunan. Dalam kondisi *new normal* bentuk adaptasi dilakukan dengan cara memastikan tubuh dalam kondisi sehat, menjaga kebersihan tangan dengan air mengalir atau *hand sanitizer*, dan saling menegur jika ada rekan kerja yang tidak menggunakan masker selama bekerja, sebagaimana protokol yang diterapkan oleh Ayuma, *owner @sunfoodiesmks*.

Bagi mahasiswa, kebijakan untuk belajar dari rumah menyebabkan mereka lebih banyak beraktivitas di rumah. Jikapun ada urusan di kampus, maka mereka harus mengikuti protokol kesehatan, dan semua kampus menerapkan kebijakan ini, sehingga mereka tidak memiliki pilihan lain selain memraktekannya. Isabella (21 tahun), misalnya, selama pandemi Covid-19 berkuliah secara *online*, tapi bila ada urusan yang harus diselesaikannya di kampus, maka ia datang dengan mematuhi protokol kesehatan, bukan karena adanya peraturan pemerintah terkait itu, tapi karena ia sendiri menyadari pentingnya mengikuti protokol kesehatan tersebut demi kepentingan bersama.

Masa pandemi Covid-19 merupakan situasi luar biasa yang membuat orang merasa terganggu atau tertekan. Informasi mengenai pandemi Covid-19 yang diberitakan di berbagai media membuat masyarakat bingung karena berita yang benar dan berita yang hoax merebak di media. Oleh karena itu, agar tidak mengganggu imunitas, maka mereka berupaya untuk berfikir positif dan mencari tahu kebenaran berita, sebelum akhirnya menyebarkannya ke masyarakat.

Pandemi Covid-19 juga memicu kreativitas generasi millennial untuk tetap produktif dalam situasi kritis. Isabella (21 tahun), *owner @beybyloveshop*, misalnya, mengungkapkan bahwa kegiatan di rumah saja dan keseharian bersama keluarga digunakannya untuk menginspirasi anggota keluarga untuk

kreatif memanfaatkan situasi, seperti mengembangkan hobi untuk menghasilkan uang (misalnya, membuat produk-produk *home made* yang bernilai jual sesuai dengan kemampuan yang dimiliki), bahkan membuat produk-produk bertema corona, seperti membuat masker, gantungan masker, atau kaos bersablon corona.

### **Strategi Millennial**

Dalam menghadapi situasi krisis Generasi millennial menerapkan berbagai macam strategi bertahan hidup dalam mengatasi goncangan dan tekanan ekonomi dengan menggunakan strategi yang diadopsi dari Suharno (2003) yang menggolongkannya menjadi tiga kategori, yaitu strategi aktif, strategi pasif dan strategi jaringan, sebagaimana yang akan dibahas berikut ini.

#### *Strategi Aktif*

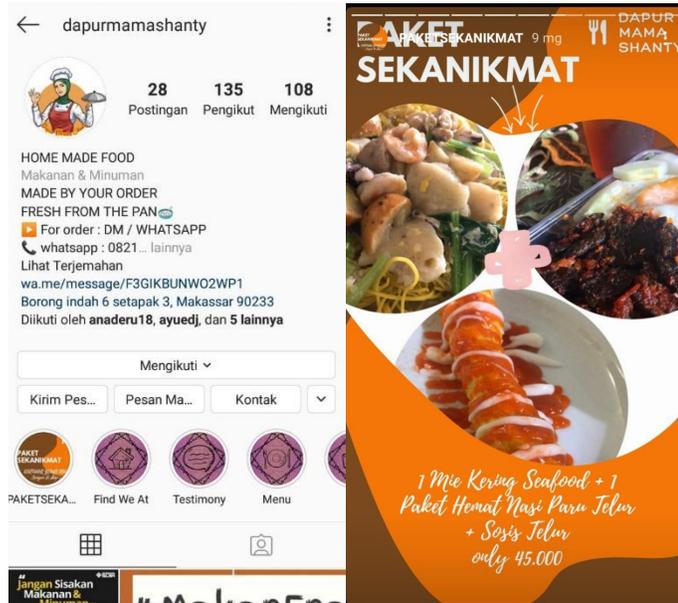
Strategi aktif ini sendiri merupakan strategi atau cara bertahan hidup seseorang dengan mengoptimalkan dan memanfaatkan segala potensi dan pengalaman yang dimiliki, dalam rangka mencari pekerjaan sampingan untuk mendapatkan pendapatan, seperti memanfaatkan hobi yang diminati, bekerjasama dengan teman serta keluarga yang memiliki potensi yang sama, dan pengalaman kerja. Kondisi pandemi Covid-19, membuat strategi aktif ini menjadi salah satu strategi penting bagi millennial dalam bertahan hidup dengan memanfaatkan segala potensi, pengalaman dan kemampuan yang ia miliki.

Agus Susanty (30 tahun), ibu rumah tangga sekaligus *owner @dapurmamashanty*, misalnya, menyatakan bahwa selama masa pandemi, ia memanfaatkan hobi memasak dengan membuka usaha kuliner, dengan menu yang tersedia, yaitu paru rica, ayam tepung, mie kering, dan sosis telur (lihat **Gambar 1**). Ia memanfaatkan akun Instagram dengan nama *@dapurmamashanty*. Akunnya kini memiliki

## Strategi Generasi Millennial Bertahan Hidup Dalam Masa Pandemi Covid-19

pengikut 135, mengikuti 108, dengan 28 postingan. Melihat jumlah pengikutnya yang sudah mencapai seratusan, ini memungkinkan informasi yang diunggahnya mudah diketahui oleh banyak orang. Melalui akun

@dapurmamashanty, ia mempromosikan makanan yang dijualnya dan ini cukup menarik perhatian orang yang melihat unggahan tersebut.



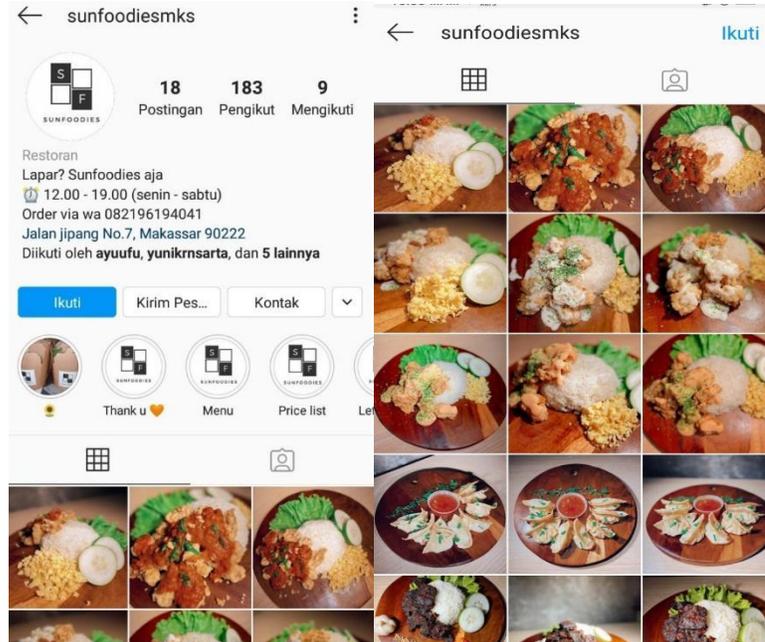
**Gambar 1.** Profil dan postingan Highlight (Sorotan Cerita) Akun@dapurmamashanty

**Sumber:** Instagram (4 November 2020)

Ia juga selalu memanjakan pembeli dengan berbagai promosi (*promo*) dengan berbagai istilahnya sebagai strategi dalam menarik perhatian pembeli, seperti paket hemat, *take all* dengan harga tertentu. Misalnya, satu paket hemat berisi tiga item, yakni nasi, paru rica, dan es teh dengan harga Rp20.000,-, atau beberapa makanan yang sudah dipaketkan bersama, seperti paket mie kering *seafood*, nasi paru telur dan sosis telur dengan harga *take all* Rp 45.000,-.

Strategi aktif juga dilakukan dengan bekerjasama dengan teman yang memiliki potensi yang sama, seperti yang dilakukan oleh Ayuma Umar (22 tahun), *owner*

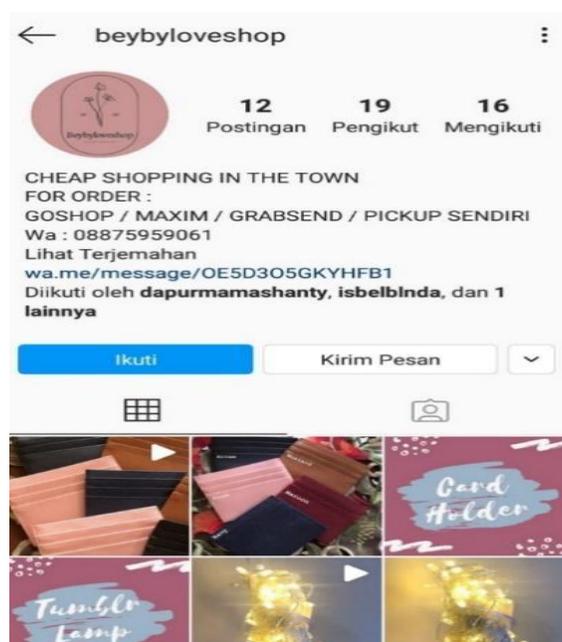
@sunfoodiesmks, yang melihat ada peluang untuk menjalankan bisnis kuliner. Ayuma membangun usaha ini dibantu oleh sahabat dekatnya yang memiliki kemampuan dalam memasak, sehingga tidak perlu menyewa koki atau juru masak. Dengan nama akun Instagram @sunfoodiesmks, ia menawarkan menu-menu makanan yang menarik, yakni ayam rica, paru rica, dan *gyouza* udang. Akun tersebut dikelola langsung oleh Ayuma yang telah memiliki pengikut 183, mengikuti 9, dan 18 postingan. Jumlah pengikut yang sudah mencapai seratusan pengikut ini menjadi pasar potensial atas jualannya (lihat **Gambar 2**).



**Gambar 2.** Tampilan dan postingan akun Ayuma Umar @sunfoodiesmks  
**Sumber:** Instagram (4 November 2020)

Contoh lainnya adalah Isabella (21 tahun), *owner* @beybyloveshop, yang merasa aktivitasnya semakin berkurang selama masa pandemi, tidak seperti saat masih dalam kondisi normal yang diisi dengan aktivitas kuliah sebagai mahasiswa. Selain itu, uang saku yang diberikan oleh orang tuanya juga semakin dibatasi. Dalam mengatasi masalah tersebut, Isabella berusaha untuk berhemat dan memprioritaskan kebutuhannya yang penting saja. serta berusaha

untuk mendapatkan penghasilan agar tidak bergantung sepenuhnya pada orang tuanya. Isabella dan salah seorang anggota keluarganya (Tasya, 16 tahun) membuat toko *online* yang menjual *fashion* perempuan untuk dijual secara *online*, seperti tas, dompet, headset, pakaian, kacamata, dengan memanfaatkan media sosial Instagram melalui akun @beybyloveshop (lihat **Gambar 3**).



**Gambar 3.** Tampilan profil Akun @beybyloveshop  
**Sumber:** Instagram (5 November 2020)

Isabella menjelaskan bahwa barang yang dipesan bersistem *pre-order*, yakni “pesan-antar-kirim”. Biasanya pembeli akan memesan barang tersebut melalui *direct message* (DM) Instagram dengan menyertakan gambar barang yang diinginkan. Setelah pembeli memutuskan pilihan barang yang akan dibeli, maka barang tersebut akan disimpan (*keep*) menunggu pembayaran dilakukan. Dalam hal pembayaran, Isabella hanya menerima sistem pembayaran melalui jasa kurir dan melalui transfer di *bank* atau *mobile banking* untuk menghindari transaksi dengan kontak secara langsung. Sebagai mahasiswa, usaha sampingan untuk mendapatkan uang tambahan cukup menjanjikan dan membuatnya tidak harus bergantung sepenuhnya pada orang tuanya.

Strategi aktif juga dipraktekkan oleh Oktavina Lumembang (25 Tahun) mengungkapkan bahwa sebelumnya ia telah bekerja sebagai pengganti pimpinan gereja (PLT vikaris). Selama pandemi Covid-19, kegiatan

beribadah juga dilakukan di rumah dan secara *online*, sehingga pemasukan gereja juga menjadi sangat terbatas. Ini membuat gaji pegawai gereja juga menjadi sulit dibayarkan seperti saat normal. Oleh karena itu, pendapatannya menjadi menurun. Ditengah padatnya tugas tanggung jawab yang diembannya sebagai vikaris membuatnya sulit untuk mencari pekerjaan sebagai penghasilan tambahan yang menuntut dirinya untuk berinteraksi dan menyediakan waktu khusus.

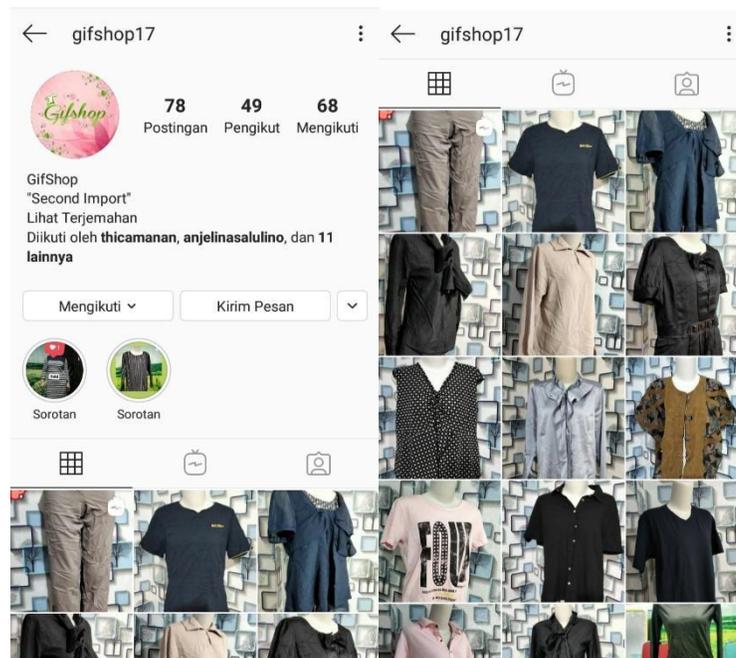
Oktavina melihat ada peluang usaha yang sesuai pengalamannya dalam menjual perlengkapan fashion wanita secara *online*. Peluang yang dimaksudkan adalah, banyak orang yang ingin barang bermerek tapi tidak mampu membeli yang baru, sementara ada barang bekas dan layak pakai bermerek yang dapat mengatasi itu. Oktavina memutuskan untuk menjual pakaian bekas yang bermerek impor (seperti Footurama, Secondondemand, Zara, Charm’s, dll.) sebagai pekerjaan sampingannya dengan

menggunakan sebagian uang pendapatannya sebagai vikaris untuk dijadikan modal awal dalam memulai usahanya.

Salah satu upaya untuk menarik perhatian pembeli yang dibuat oleh Oktavina adalah dengan cara menjaga kualitas barang agar tampak seperti baru dan menjualnya dengan harga yang wajar (*reasonable price*) untuk sebuah pakaian bekas (*second hand cloth*). Untuk menjaga kualitas barang, maka Oktaviana melakukan seleksi kondisi pakaian, seperti warna (pudar), noda, kecacatan, kelengkapan (resleting, kancing, dll.). Jika ada pakaian yang kondisinya kurang bagus, maka Oktavina memisahkan pakaian tersebut agar tidak masuk dalam stok jualannya. Setelah menyeleksi pakaian-pakaian bekas, ini dilanjutkan dengan mencuci, menyetririka, dan memberi pengharum pada baju tersebut. Ini diikuti dengan

pengemasan seperti pakaian baru sebelum ditawarkan kepada pembeli.

Hal tersebut dilakukan oleh Oktavina karena tidak ingin usaha *second hand clothes* yang dijualnya ini berkesan barang yang tidak berkualitas atau abal-abal. Tapi ia ingin pembelinya berkesan membeli barang yang “bekas tapi berkualitas”. Barang jualannya bukan hanya diminati oleh banyak orang, tapi juga mampu menghasilkan uang ratusan ribu rupiah per bulan. Jika ada pakaian yang ukurannya tidak sesuai dan tidak puas terhadap kualitas pakaian, orang dapat menukarkannya atau bahkan mengembalikannya. Usaha ini dilakukannya dengan memanfaatkan Instagram dengan nama akun @gifshop17 agar tidak terjadi kontak langsung antara penjual dan pembeli, sebagaimana dapat dilihat pada **Gambar 4** berikut ini.



**Gambar 4.** Tampilan dan postingan akun @gifshop17

Sumber: Instagram (5 November 2020)

### *Strategi Pasif*

Strategi pasif ini merupakan strategi bertahan hidup dengan berusaha meminimalisir

pengeluaran. Selama masa pandemi Covid-19, strategi pasif ini menjadi salah satu strategi dimana generasi millennial mencoba hidup

dengan berhemat atau berusaha meminimalisir pengeluaran yang tidak penting (seperti mengubah gaya hidup, dari hidup konsumtif menjadi hidup berhemat). Selain itu, melakukan penghematan dengan cara memprioritaskan sandang dan pangan serta mengefisienkan sumber daya yang dimiliki.

Strategi pasif dianggap perlu selama masa pandemi oleh Ita Paseru (26 tahun) karena strategi tersebut mencakup penghematan terhadap kebutuhan seperti sandang dan pangan. Ita, yang merupakan pegawai swasta yang menjadi salah satu korban terdampak selama masa pandemi yang dikarenakan perubahan pada jam kerja yang dulunya bekerja penuh waktu (*full time*), sedangkan selama masa pandemi ia hanya bekerja paruh waktu (*part time*), sehingga pendapatannya juga berkurang.

Untuk mengatasinya, Ita mulai mencoba memprioritaskan kebutuhan-kebutuhannya yang penting seperti pakaian, dan makanan. Selama pandemi ini berusaha untuk membiasakan diri untuk makan lauk seadanya dengan mencukupkan makanan tersebut bisa makan sebanyak tiga kali dalam sehari. Ita bisa menghemat makanannya dengan cara jika ada makanan yang berlebih atau sisa pada malam hari, dia memanaskannya pada keesokan harinya sebagai sarapan pagi. Begitu pula dengan pakaian, selama masa pandemi Ita hanya menggunakan baju yang seadanya saja untuk ke kantor yang penting rapi dan bersih sehingga dapat mengurangi biaya untuk mencukupi kebutuhan hidupnya. Dengan kedua cara tersebut, Ita mampu menghemat setiap pengeluarannya agar dapat mencukupi kebutuhannya sehari-hari selama masa pandemi walaupun dengan jam kerja dan penghasilan yang terbatas.

Strategi pasif juga diterapkan dengan cara penghematan terhadap kebutuhan pangan, seperti yang dilakukan oleh Fika Anggraeni (21

tahun) ia menyatakan bahwa selama masa pandemi ia mulai menerapkan gaya hidup hemat dengan cara selektif dalam membelanjakan uang. Apalagi dalam kehidupan sehari-hari ia hanya tinggal sendiri di rumah kosnya dan bergantung pada uang yang diberikan oleh orang tuanya. Sebab itu, Fika menganggap perlu menerapkan gaya hidup hemat selama masa pandemi Covid-19. Fika mulai memprioritaskan uangnya pada hal-hal yang penting seperti makanan. Dalam kaitan dengan penghematan makanan, Fika membeli makanan dengan menu yang sederhana, memanaskan makanan yang berlebihan yang tersisa (*left over*) untuk dikonsumsi kembali. Begitu pula pada saat keluar rumah atau ke kampus, Fika berusaha membiasakan dirinya untuk membawa bekal makanan dan minuman. Dengan menghemat dalam membeli makanan dan minuman, ia dapat menekan pengeluarannya.

Ini berbeda dengan apa yang diterapkan oleh Nurul Anissa (21 tahun) yang meskipun melakukan perubahan dari gaya hidup konsumtif menjadi menjadi gaya hidup berhemat, penghematan yang dilakukannya lebih kompleks. Nurul mulai berusaha hidup hemat dengan menghemat pengeluaran dengan membeli barang yang penting-penting saja atau seperlunya, seperti kebutuhan kuliah dan peralatan mandi saja. Selain itu, Nurul juga mengurangi makan di luar (*eating out*), seperti di restoran atau café karena memang ia membatasi mobilitasnya dan menghindari kontak sosial. Pada saat di rumah Nurul juga melakukan berbagai penghematan lainnya, seperti pemakaian listrik dengan cara menyalakan lampu ketika dibutuhkan saja, menonton TV pada malam hari saja di saat keluarga semua sudah berkumpul dan pulang dari kerja atau aktivitas lainnya. Dengan demikian, Nurul ia dapat menekan banyak pengeluaran di masa pandemi Covid-19.

Strategi pasif mencakup menghemat kebutuhan pangan, seperti halnya dengan Victor (34 tahun) selama masa pandemi ia merasa pendapatannya berkurang secara signifikan. Sebagai seorang wirausahawan di bidang jual bunga buatan (*artificial flower*), Victor memiliki cara yang berbeda dan unik dengan mencoba memanfaatkan lahan atau tanah yang kosong pada halaman rumahnya untuk membudidayakan sayur-sayuran, seperti sayur sawi, kangkung, dan singkong yang dapat dikonsumsi sebagai bahan makanan sehari-hari. Selain dikonsumsi, hasil panen sayur sawi, kangkung, dan singkong ini sebagian dijual ke warga sekitar, sehingga di masa pandemi, ia dapat mengurangi pengeluaran dengan memanfaatkan hasil dari budidaya tanaman sayuran tersebut. Ia juga membagikan pengalaman dengan mengajarkan cara menanam sayur kepada tetangga sekitar yang hasilnya dapat dikonsumsi sendiri dan dijual.

#### *Strategi jaringan*

Strategi jaringan yang umum dilakukan generasi millennial yaitu dengan cara memanfaatkan jaringan sosial yang dimiliki dengan cara meminjam atau meminta bantuan berupa uang pada kerabat, pihak pegadaian dan memanfaatkan bantuan sosial lainnya. Bantuan sosial yang diterima oleh generasi millennial ini menjadi modal sosial yang sangat berperan penting sebagai penyelamat ketika ada generasi millennial dari keluarga yang membutuhkan uang, dan kurang mampu atau tergolong miskin.

Dalam keluarga Resky Indrajaya (21 tahun), misalnya, ada yang terkena pemutusan hubungan kerja (PHK), ada yang bekerja dari penuh waktu (*full time*) menjadi bekerja paruh waktu (*part time*). Untuk menyambung hidup, Resky dan keluarganya mencoba untuk meminjam uang pada keluarga atau teman

dekat. Selain itu, Resky dan keluarganya juga mendaftarkan diri bantuan bagi mereka yang terkena dampak Covid-19. Dengan demikian, mereka terdaftar sebagai penerima bantuan sembako.

Alexandre (33 Tahun), yang menjalankan usaha penyedia bibit tanaman, mengalami kerugian sejak Covid-19 mewabah, sehingga ia menutup sementara usahanya. Alexander terpaksa harus mengadaikan mobilnya sebagai jaminan untuk mengambil uang sebesar 100 juta yang ia gunakan untuk memenuhi kebutuhan keluarganya agar dapat bertahan hidup dan sebagai modal untuk usahanya sehingga dapat berjalan kembali untuk mengganti uang yang dipinjamnya di pegadaian.

#### **Kesimpulan**

Pandemi Covid-19 banyak mengubah tatanan hidup masyarakat. Kebijakan terkait yang dikeluarkan pemerintah menyebabkan perubahan aktivitas sehari-hari, orang tidak saja bekerja dari rumah, tapi juga sekolah dan beribadah dari rumah. Sejak munculnya kebijakan *new normal* di Indonesia, aktivitas ekonomi kembali berjalan meski belum sepenuhnya normal.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa di masa pandemi Covid-19, generasi millennial tidak hanya beradaptasi dengan rutinitas sehari-hari, tetapi juga memberdayakan diri dalam berbagai ide kreatif dan memanfaatkan teknologi yang melekat pada generasi mereka.

Untuk dapat bertahan di tengah pandemi Covid-19, strategi yang diterapkan berbeda, yaitu strategi aktif (dengan memberdayakan potensi yang dimiliki sesuai dengan keterampilan dan kapasitasnya; strategi pasif (dengan hidup hemat); dan strategi jejaring (melalui pinjaman keluarga, lembaga pemberi pinjaman, dan bantuan pemerintah). Selain itu, mereka menggabungkan antara strategi (yaitu

antara strategi aktif dan pasif) untuk memaksimalkan upaya mereka untuk bertahan di tengah pandemi Covid-19.

Untuk dapat bertahan hidup di tengah pandemi Covid-19, generasi millennial menerapkan tiga macam strategi, yaitu strategi aktif, strategi pasif, dan strategi jaringan. Strategi aktif dilakukan dengan membuka usaha dan berkreasi sesuai dengan kemampuan yang dimiliki (seperti yang dilakukan oleh Agus Arisanty, Ayuma Umar, dan Isabella). Strategi pasif dilakukan dengan cara hidup berhemat, mulai berhemat makanan, listrik, dan pangan. Strategi jaringan diterapkan dengan bantuan keluarga (berbentuk peminjaman), bantuan lembaga peminjaman (dalam bentuk uang tunai untuk usaha), dan bantuan pemerintah (berupa sembako). Di antara ketiga strategi tersebut, ada yang mengombinasikan antara strategi aktif dan pasif.

#### Daftar Pustaka

- Deloitte. 2020. *The Deloitte Global Millennial Survey 2020 Resilient Generations Hold The Key To Creating A "Better Normal"*, <https://www2.deloitte.com/global/en/pages/about-deloitte/articles/millennialsurvey.html>, diakses tanggal 13 November 2020.
- Hidayatullah, S. 2018. *Perilaku Generasi Milenial Dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food*, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 6(2)240-249, <http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jmdk/article/view/2560/1595> diakses pada 18 November 2020.
- Irwan. 2015. "Strategi Bertahan Hidup Perempuan Penjual Buah-Buahan: Studi Perempuan Di Pasar Raya Padang Kecamatan Padang Barat Kota Padang Propinsi Sumatera Barat", *Humanus*, XIV(2):183-195, <https://media.neliti.com/media/publications/62336-ID-strategi-bertahan-hidup-perempuan-penjual.pdf>, diakses tanggal 15 Mei 2021.
- Juanda, Y.A.; Alfiandi, B.; dan Indraddin. 2019. "Strategi Bertahan Hidup Buruh Tani Di Kecamatan Danau Kembar Alahan Panjang", 9(2): 514-530, <https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/jispo/article/view/6200>, diakses tanggal 20 Maret 2021.
- Kemkes. 2020. *Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19*. <https://www.covid19.go.id/>, diakses pada 29 November 2020.
- Lancaster, L. C., dan Stillman, D. 2002. *When Generations Collide: Who They Are. Why They Clash. How to Solve the Generational Puzzle at Work*. New York: Harper Collins.
- Pomanto, D. 2021. *Makassar Recover: Inovasi Penanggulangan Pandemi Covid-19 Kota Makassar*. Makassar: Pemerintah Kota Makassar.
- Resmi, S. 2005. *Gali Tutup Lubang Itu Biasa: Strategi Buruh Menanggulangi Persoalan dari Waktu ke Waktu*. Bandung: Yayasan Akatiga.
- Sabara, M.R.; Safrida; dan Ismayani. 2016. Strategi Bertahan Hidup (*life survival*) Petani Garam Di Desa Tanoh Anoe Kecamatan Jangka Kabupaten Bireuen, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian Unsyiah*, November, 1(1):353-368, <http://jim.unsyiah.ac.id/JFP/article/view/1329/1080>, diakses tanggal 20 Maret 2021.

Suharno, E. 2003. *Coping Strategies dan Keperfungsian Sosial*. Aloysiur Gunata Brata.

Susilawati, N. 2003. *Sosiologi Pedesaan Bahan Ajar*. Padang: UNP.

Wahana Visi Indonesia. 2020. *Ringkasan Penilaian Cepat Covid-19 dan Anak-Anak di Indonesia*. Jakarta: Wahana Visi.