

Model Bisnis di Tengah Pandemi Covid-19

Elida Mahriani*

Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin

elidamahriani@uin-antasari.ac.id

Abstrak

Pandemi covid-19 merupakan wabah yang tidak hanya dirasakan Indonesia saja tetapi juga berbagai negara yang ada di dunia, dengan beberapa bulan saja wabah ini mematikan berbagai sektor kehidupan manusia termasuk sektor perekonomian, yang merupakan elemen penting untuk berkontribusi sebagai sarana pemasukan suatu negara.

Penelitian ini berupaya untuk mendeskripsikan bagaimana Model Bisnis yang dilakukan oleh masyarakat pada masa pandemi covid-19 dalam mempertahankan bisnisnya. Agar perekonomian tetap baik walaupun dengan pola penjualan yang berbeda dari sebelumnya.

Penelitian ini merupakan penelitian etnografi yaitu penelitian dengan analisis yang mendalam dari kelompok sosial, datanya biasa dikumpulkan melalui observasi dan dokumen, adapun jenis penelitian ini terfokus pada membangun catatan perilaku dan kepercayaan dari kelompok dari waktu ke waktu, dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Sedangkan metode penelitian yang penulis gunakan adalah metode penelitian deskriptif kualitatif, teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan yaitu observasi dan studi dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada masa pandemi covid-19 ini model bisnis yang dilakukan oleh masyarakat Indonesia lebih banyak menggunakan teknologi digital dengan memanfaatkan media sosial yang sangat efektif dalam memasarkan produknya kepada para konsumen dan kebijakan pemerintah dengan menerbitkan POJK Nomor 11/POJK.03/2020 tentang stimulus Perekonomian Nasional sebagai Kebijakan *Countercyclical* Dampak Penyebaran Coronavirus Disease 2019.

Kata Kunci: Model Bisnis, Pandemi, Covid-19.

Abstract

Covid-19 pandemic is an epidemic that is not only felt by Indonesia but also various countries in the world, with a few months this epidemic killed various sectors of human life including the economic sector, which is an important element to contribute as a means of income of a country.

This study seeks to describe how the Business Model carried out by the public during the covid-19 era in maintaining its business. So that the economy remains good even with a different sales pattern than before.

This research is ethnographic research, namely research with in-depth analysis of social groups, the data is usually collected through observation and documents, while the type of research is focused on building a record of the behavior and beliefs of the group from time to time, using a qualitative approach. While the research method that I use is a descriptive qualitative research method, data collection techniques in this study use observation and documentation studies.

The results of this study indicate that during the covid-19 era, the business model undertaken by the Indonesian people used more digital technology by utilizing social media which was very effective in marketing their products to consumers and government policy by issuing POJK Number 11 / POJK.03 / 2020 concerning National Economic stimulus as a Countercyclical Policy on the Impact of the Corruption Virus Disease 2019.

Keywords: Business Model, Pandemic, Covid-19.

PENDAHULUAN

Tatanan kehidupan yang dirasakan saat ini sangatlah berbeda dengan keadaan sebelumnya, karena hal ini disebabkan karena menyebarnya Pandemi Covid-19 yang melanda seluruh dunia dan Indonesia pun tidak luput dari pandemi ini.

Virus corona sebenarnya tidak serta munculkan begitu saja, karena pada tahun 1918-1991 juga ada virus yang mematikan yaitu flu Spanyol. Virus itu mematikan dan menjadi pandemi pada saat itu dan menelan korban 40 juta jiwa (<https://katadata.co.id/2020>). World Health Organization (WHO) menyatakan, Corona Viruses (CoV) adalah virus yang menginfeksi sistem pernapasan. Infeksi virus ini disebut covid-19. Virus corona menyebabkan penyakit flu biasa sampai penyakit yang lebih parah seperti sindrom pernafasan timur tengah (Mers-CoV) dan sindrom pernafasan akut parah (SARS-CoV). Virus ini pertama kali muncul di Wuhan China, Desember 2019, lalu berkembang sangat cepat bahkan ke berbagai negara dan saat ini sudah merupakan suatu pandemi melanda seluruh dunia. (<https://suara merdeka.com/dok/2020>).

Menurut menteri keuangan Sri Mulyani, apabila covid-19 bisa segera tertangani maka pertumbuhan ekonomi masih di atas 4%. Tetapi pemerintah juga harus bersiap apabila pandemi ini masih bertahan antara 3-6 bulan lagi maka situasi akan lebih memburuk, dimana pertumbuhan ekonomi diperkirakan pada kisaran 2,5% bahkan 0%. Mewabahnya virus corona juga berdampak pada anjloknya perdagangan saham. Indeks Harga Saham Gabungan telah merosot tajam, bahkan analisis Sucor Sekuritas menjelaskan, IHSG bisa berkemungkinan turun di bawah level 3000 (detik.com, 20/3). Dampak lain juga berpengaruh terhadap kestabilan nilai tukar rupiah, yang pada saat ini rupiah di level Rp 15.900 per Dollar AS. Sempat mengalami tekanan pada terendah pada senin (23/3) Rp 16.575 per Dollar AS. Apabila dilihat dari kronologis, sebenarnya ada saling ketertarikan antara dampak mewabahnya virus di China dengan Indonesia. Sebab China merupakan mitra dagang. Dengan demikian memburuknya perdagangan di China akan sangat mempengaruhi kondisi di Indonesia, seperti misalnya adanya permintaan bahan baku di China. Karena kegiatan perdagangan di China mengalami gangguan, maka terjadi penurunan harga komoditas. Berbagai dampak yang ditimbulkan dan dirasa cukup berat adalah

penurunan penerimaan pajak, terutama dari sektor perdagangan. Seperti diketahui, pajak memiliki fungsi *budgeter*, yaitu sebagai salah satu sumber daya dalam pembangunan, baik pemerintahan pusat maupun daerah. (<https://suara merdeka.com/dok/2020>).

Penerimaan pajak dari sektor perdagangan ini mempunyai kontribusi besar dalam penerimaan pajak. Hal ini terkait penurunan produksi China yang menjadi pusat produksi di China yang menjadi pusat produksi barang dunia. Dengan adanya penurunan produksi di China maka beberapa pasokan bahan baku dan barang lainnya mengalami hambatan. Sehingga volume perdagangan juga mengalami gangguan, akibatnya berpengaruh pada penerimaan pajak. (<https://suara merdeka.com/dok/2020>). Terganggunya pasokan bahan baku sangat mempengaruhi kegiatan ekonomi bagi para pelaku usaha. Karena kegiatan produksi menjadi tidak lancar, banyak perusahaan mengalami kesulitan karena berkurangnya pendapatan sehingga tidak mampu membayar para pekerja. Sehingga gelombang PHK tidak bisa dihindari. Akibatnya, banyak orang kesulitan mencari penghasilan, dengan demikian akan mempengaruhi perlambatan pertumbuhan ekonomi. Jika wabah ini semakin berlarut-larut maka akan semakin mempengaruhi perlambatan pertumbuhan ekonomi. (<https://suara merdeka.com/dok/2020>). Menurut Ridwan Kamil apabila pandemi ini tidak segera berakhir maka akan menimbulkan dampak yang sangat berpengaruh bagi kehidupan masyarakat adapun dampak yang paling signifikan adalah darurat kesehatan, darurat perekonomian dan sosial politik (ILC TV One, 09/06/20).

Adapun Fokus dari penulisan artikel ini adalah ingin melihat bagaimana Model Bisnis yang dilakukan oleh masyarakat pada masa pandemi covid-19 dalam mempertahankan bisnisnya. Agar perekonomian tetap baik walaupun dengan pola penjualan yang berbeda dari sebelumnya.

Gagasan awal penulisan ini adalah karena adanya fenomena yang kompleks di masyarakat karena adanya pandemi covid-19 ini yang mempengaruhi semua sektor kehidupan manusia tidak terkecuali dalam sektor perekonomian. Dimana hanya dengan beberapa bulan saja perekonomian diberbagai negara mengalami perlambatan dalam pertumbuhan perekonomian.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian etnografi yaitu penelitian dengan analisis yang mendalam dari kelompok sosial, datanya biasa dikumpulkan melalui observasi dan dokumen, adapun jenis penelitian ini terfokus pada membangun catatan perilaku dan kepercayaan dari kelompok dari waktu ke waktu, dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Dengan menghasilkan data berupa data-data tertulis yang dapat diamati sebagai objek penelitian.

Sedangkan metode penelitian yang penulis gunakan adalah metode penelitian deskriptif, Menurut Lexy J. Moloeng (1997 : 9) yaitu untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas.

Teknik pengumpulan data Untuk memperoleh data yang dikehendaki sesuai dengan permasalahan dalam penelitian ini, maka teknik pengumpulan data dengan menggunakan yaitu observasi, dan studi dokumentasi.

PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

Bisnis dan Perekonomian

Pada suatu negara, peranan bisnis terutama adalah memproduksi barang dan jasa yang diminati oleh konsumen. Perusahaan memproduksi barang dan jasa tersebut dengan demikian perusahaan berperan kepada pertumbuhan perekonomian negara. Sebuah ukuran kepada pertumbuhan ekonomi GNP, didefinisikan sebagai nilai pasar keseluruhan dari barang-barang dan jasa yang diproduksi oleh suatu negara pada suatu masa tertentu (biasanya dalam satu tahun). (M. Manulang, 2002:23).

Bisnis inilah yang menjadi penggerak perekonomian masyarakat dan negara dimana transaksi bisnis dapat berjalan dengan sebagaimana yang seharusnya, dan apabila transaksi ini akan memberikan kontribusi yang positif serta menimbulkan penguatan dan pertumbuhan perekonomian.

Ilmu ekonomi adalah pelajaran tentang bagaimana masyarakat menggunakan sumber dayanya untuk memproduksi barang dan jasa. Sumber daya ekonomi ini disebut faktor-faktor produksi dan terdiri dari tanah, tenaga kerja dan *enterprenuer*. Tanah adalah sumber daya alam, termasuk ke dalamnya hasil hutan, mineral, minyak tanah dan tanah itu sendiri. Tenaga kerja adalah semua hasil fisik dan mental dari penduduk yang memproduksi barang dan jasa. Modal meliputi semua mesin-mesin dan peralatan yang digunakan untuk memproduksi barang dan jasa. *Enterprenuer* atau pengusaha adalah mereka yang membeli dan mengelola ketiga faktor produksi; tanah, tenaga kerja dan modal untuk menyediakan barang dan jasa sebagai hasilnya. *Enterprenuer* memperoleh keuntungan bila produk-produknya memperoleh permintaan dan bila uang yang diterimanya melebihi pengeluaran-pengeluarannya. (M. Manulang, 2002:24).

Sedangkan perekonomian tidak akan ada tanpa adanya transaksi bisnis tadi atau pertukaran dari produsen, konsumen dan adanya saluran distribusi yang menghantarkan produk tersebut baik berupa barang dan jasa. Hal ini tidak lepas dari motif ekonomi yaitu untuk mendapatkan *profit* yang sebesar-besarnya serta memberikan kebermanfaatn untuk produk tersebut.

Dengan adanya perkembangan serta kemajuan pada ilmu pengetahuan yang mempengaruhi bentuk sarana dan prasarana transaksi yang membuat kebutuhan dan rutinitas kerja masyarakat semakin tinggi, mereka ingin agar semua kebutuhan tersebut dapat terpenuhi secara efektif dan efisien serta dalam waktu yang relatif cepat. Hal ini membuat para ilmuwan terus menerus berupaya untuk mengembangkan teknologi agar dapat memenuhi kebutuhan tersebut.

Perkembangan teknologi telah mengalami kemajuan yang sangat pesat baik di bidang bisnis, dan bidang yang mendukung kegiatan bisnis dan maupun bidang-bidang lainnya. Pengertian teknologi tidak hanya mencakup

penemuan-penemuan alat-alat baru, tetapi juga termasuk cara-cara pelaksanaan atau metode-metode baru dalam mengerjakan suatu pekerjaan. Teknologi dalam arti cara baru mengerjakan sesuatu dapat berarti meliputi cara mendesain, menghasilkan, mendistribusikan atau menjual barang dan jasa. Dengan pengertian tersebut kelihatan hubungan yang erat antara bisnis dan teknologi. Setiap kegiatan usaha yang diinginkan untuk maju harus selalu mengikuti perkembangan-perkembangan teknologi yang dapat diterapkan pada produk atau jasa yang dihasilkan atau pada cara operasinya. Jika teknologi atau cara baru yang efisien tidak dilaksanakan. Maka perusahaan akan ketinggalan dari pesaingnya dan tentu akan merugikan perusahaan yang bersangkutan. (M. Manulang, 2002:43). Perusahaan kecil tidak dapat dipisahkan dengan kewirausahaan. Kegiatan seorang wirausaha sering dikaitkan dengan perusahaan kecil dan hal itu disebabkan bekerja didalam organisasi besar. Dalam upaya untuk memahami hubungan antar perusahaan kecil dengan kewirausahaan, terlebih dahulu harus dipahami mengenai berbagai aspek dari usaha kecil. (Sadono Sukirno, dkk, 2005:364). Pada praktiknya perkembangan dalam sektor perekonomian di Indonesia digerakan oleh sektor UMK dan UMKM, yang mempunyai kontribusi yang besar dalam peningkatan dan pemenuhan kebutuhan masyarakat.

Usaha kecil ialah kegiatan usaha yang mempunyai nilai kekayaan (*asset*) yang kecil dan jumlah pekerja yang juga kecil. Nilai modal awal aset atau jumlah, aset atau jumlah pekerja itu bergantung kepada definisi yang diberikan oleh pemerintah atau institusi lain dengan tujuan-tujuan tertentu. Usaha kecil mungkin beroperasi dalam bentuk perdagangan (*trading*) ataupun industri pengolahan (*manufacturing*). Usaha berbentuk perdagangan luas ruang lingkungannya, yaitu mencakup bidang jasa (*service*) yang *intangible* sampai dengan menjual barang yang *tangible*. Usaha kecil berbentuk perdagangan meliputi toko-toko kelontong, pengedar dan penggosir yang mempunyai toko-toko (*store*) dibangun yang disewakan atau dimiliki sendiri. (Sadono Sukirno, dkk, 2005:365). Kebanyakan penulis dan pengkaji di bidang bisnis mengartikan kewirausahaan sebagai sifat dan keahlian yang dimiliki oleh para wirausaha. Dengan demikian kewirausahaan dapat diartikan sebagai karakter seorang wirausaha, yang meliputi hal berikut: berani mengambil risiko, bijaksana dalam membuat keputusan, pandai melihat kesempatan yang terbuka dan berkemampuan menjadi manajer yang baik (Sadono Sukirno, dkk, 2005:367).

Wirausaha diartikan sebagai individu-individu yang mampu mendirikan suatu bisnis baru dan menjalankannya dengan sangat menguntungkan. Kemampuan dan kemahirannya untuk memotivasi pekerja dan menjalankan perusahaan secara efektif dan efisien, dinamakan kewirausahaan. Sifat kewirausahaan ini berkembang sebagai akibat kesungguhan individu-individu tertentu dalam mencari penyelesaian atas masalah usaha yang dihadapinya, menjalankan suatu kegiatan tertentu untuk memperoleh keuntungan dan berani menghadapi risiko apabila usahanya yang baru tersebut mengalami kegagalan. Keberhasilan seorang wirausaha bergantung kepada kemampuan dirinya sebagai pengusaha dan tindakan-tindakannya yang pada dasarnya menunjukkan bahwa ia merupakan seorang

manajer yang efektif dan efisien. Sifat yang harus dimiliki seorang manajer meliputi hal-hal berikut: (a) Berkeyakinan diri, (b) Berorientasikan kemanusiaan, (c) Berorientasikan tugas dan keputusan, (c) Sikap keaslian ide dan kreatif, (d) Berorientasikan masa depan, (e) Bersedia mengambil risiko, (f) Kemampuan membuat keputusan, (g) Berorientasikan perencanaan, (h) Kemampuan mendirikan perusahaan, (i) Kemampuan manajemen (Sadono Sukirno, dkk, 2005:400).

Adapun ciri dari seorang wirausaha adalah: (a) Menggeluti usaha tidak sekedar ala kadarnya akan tetapi dengan keberanian, kegigihan sehingga usahanya tumbuh. (b) Bersahabat dengan ketidakpastian, (c) Menjalankan usaha yang riil bukan spekulatif. Usaha yang sesungguhnya mempunyai ciri-ciri sebagai berikut: (a) Didasarkan motif untuk melayani dan memperoleh kemandirian. (b) Dengan ketulusan, kerjakeras dan inovasi. (c) Bukan jalan pintas, cara cepat menjadi kaya. (d) Membangun secara bertahap. (e) menjaga nama baik dan membangun reputasi, (f) Bukan sekedar *Passive income* tetapi riil, (g) Pendidikan, persahabatan, spritualitas sangat penting. (Renald Kasali, dkk, Manual untuk Instruktur; Modul Wirausaha untuk Program Starata I, 2009: 122-123).

Menurut Masudul Alam Choudhory dalam Faisal Badroen, dkk (2007: 141-142) paling tidak ada lima karakter yang dapat mencirikan dimensi etis pada aktivitas ekonomik (*halalan thoyyiban*) dalam Islam. Kelima karakter tersebut diasumsikan dari kelima sistem moral Islam sebagai berikut: *Pertama, free-interest system*, dalam perspektif para sarjana muslim kontemporer infrastruktur perekonomian Islam harus berdiri diatas perekonomian tanpa bunga. Oleh sebab itu, transaksi yang dijalankan kerja dan bisnis (kontrak/akad) mengacu kepada konsep-konsep fiqh muamalah yang sudah di-*convergence* dengan sistem ekonomi dan keuangan modern. Subtansi dari pelarangan riba adalah untuk mengantisipasi adanya tindakan-tindakan eksploitatif terhadap mereka yang lebih lemah/kecil dalam mekanisme kerja dan bisnis.

Kedua, sistem bagi hasil; dikedepankan dalam merumuskan hubungan kerja antara tenaga kerja dan modal investasi. Islam mencanangkan hubungan antara pihak-pihak yang bertransaksi dalam hubungan *partnership*. Hubungan antara kreditur dan debitur diminimalisir dalam transaksi keuangan, dan walaupun dilaksanakan, biasanya transaksi yang dijalankan akan diarahkan kepada aktivitas karitatif (*qardhul hasan*). Keuntungan dalam sistem bagi hasil dipersentasikan (nisbah bagi hasil) dan keuntungan yang didapat. Konsep ini tidak mengenal *pre determined fix income* (kepastian keuntungan di muka), dengan alasan ketidaktauhannya manusia akan keuntungan yang bakal didapat dimasa yang akan datang. Dalam konsep ini setiap asumsi keuntungan dari bisnis tidak akan pernah dikonversi menjadi aktual keuntungan.

Ketiga, joint venture, skema kerja dan bisnis dalam bentuk penyertaan modal (*partnership*). Investasi diarahkan kepada *equity base fund* ketimbang *debt base fund*.

Keempat, lembaga *intermediary* yang berkaitan dengan aktivitas karitatif (*charity programe*), keberkahan dalam bisnis dan kedermawanan. Ini adalah bentuk dari institusi penengah antara sektor surplus dan defisit antara dunia dan akhirat.

Kelima, menghindari pemanfaatan dan pemakaian sumber daya secara berlebihan.

Strategi Bisnis di Tengah Pandemi

Pada harian Tempo.co menyebutkan pandemi virus Covid-19 tidak hanya mengancam sektor kesehatan, namun juga mengancam krisis ekonomi global. Berdasarkan data dari *World Economic Outlook* April 2020, IMF memprediksikan perekonomian dunia akan merosot hingga ke minus tiga persen sampai dengan tahun ini. Namun bila pandemi ini berakhir pada paruh kedua tahun 2020 dan aktivitas ekonomi kembali normal, maka ekonomi Indonesia diprediksi bisa tumbuh hingga 8,2 persen, sementara perekonomian dunia akan tumbuh hingga 5,8 persen. (<https://inforial.tempo.co>)

Menurut Pandit Sumawinata, praktisi di bidang usaha kreatif dan akademisi di Universitas Bakrie, memberikan beberapa tips untuk membuat bisnis dapat bertahan di tengah situasi pandemi Virus Corona ini, diantaranya:

Beralih ke iklan digital; Nielsen Indonesia mencatat sebanyak 80 persen konsumen mencari berita atau informasi tentang covid-19 melalui sosial media dan sebanyak 60 persen melalui mesin pencari. Iklan di media digital, *low budget* namun *high impact*, mengoptimalkan keterbatasan *budget* yang dimiliki oleh bisnis dengan menggunakan strategi pemasaran yang tepat sasaran. Misalnya dengan menggunakan *influencer* nano, yaitu seseorang yang memiliki *followers* atau pengikut yang banyak di media sosial, namun tidak sampai 10 ribu *followers*, biayanya lebih murah namun efektif karena faktor kedekatan dengan pengiktnya.

Change the Strategy, not the budget; jangan pernah berhenti beriklan meskipun dalam situasi kritis, namun ubah strateginya dari *hard selling* menjadi *soft selling* dengan menggunakan konsep *story telling* yang menyentuh sisi emosional konsumen, seperti mengangkat isu-isu sosial yang bisa memberikan efek positif.

Don't think outside the box. Think like here is no box; Buatlah strategi pemasaran yang kreatif, memang tidak mengarahkan kepada proses pembelian secara langsung, namun iklan yang diingat oleh konsumen pada masa krisis akan membuat bisnis tetap kuat dan lebih cepat pulih bahkan setelah krisis ini berakhir. (<https://inforial.tempo.co>)

Adapun manfaat Penggunaan Sosial Media sebagai berikut:

Lebih mudah komunikasi dengan konsumen; Komunikasi dan informasi merupakan alasan utama bagi banyak orang untuk menggunakan media sosial setiap harinya. Banyaknya penggunaan pribadi ini menjadi lapak bagi berbagai sektor bisnis untuk menampilkan brandnya. Kanal komunikasi kini tidak hanya terhadap hubungan personal saja tapi juga kepada *brand-brand* pilihan konsumen.

Media untuk *Branding*; Di era serba digital ini, mayoritas bisnis membangun *personal brand*-nya melalui konten media sosial. Pesan secara harfiah maupun literal yang disampaikan berpengaruh besar dalam *branding* bisnis. Hal tersebut dapat disampaikan baik dari *caption* atau deskripsi konten.

Saluran untuk penjualan; Banyaknya penggunaan medsos jadi kesempatan juga bagi individu untuk membuka toko *online* di medsos. Sudah tidak asing lagi bagi kita melihat penjualan *online* semakin digandrungi di masa pandemi ini. Pihak yang kurang suka belanja *online* pun kini hanyapunya pilihan untuk belanja kebutuhan secara *online*, meski masih banyak supermarket kebutuhan pokok yang buka, belanja online menjadi salah satu cara paling aman untuk menghindari perluasan penularan pandemi dan tetap di rumah saja. (Samina Sharanani, <https://blog.mokapos.com/konten-media-sosial-bisnis>)

HASIL PENELITIAN

Kadaan Bisnis Terkini

Menurut chairman TRAS N CO Indonesia (Tri Harjo) menyebutkan bahwa dampak dari bencana wabah virus corona memukul banyak sektor di Indonesia. Beberapa sektor bisnis yang berpotensi mengalami penurunan penjualan ialah bengkel, restoran, salon, spa, properti, mice, tour & travel, hotel, transportasi, penerbangan, mal, *fashion*, dan beberapa sektor bisnis lainnya. Ada beberapa sektor bisnis yang berpotensi stabil dan mengalami kenaikan seperti produk kesehatan yang dibutuhkan saat pandemi, *e-commers*, minimarket, toko sembako, apotik, toko jamu, *provider* internet, jasa penyedia video *conference*, aplikasi belajar dari rumah dan lainnya. Melihat permasalahan tersebut, para pelaku brand harus menyikapinya dengan cepat dan tepat untuk mengubah strategi penjualannya. Diharapkan tidak terjadi drop penjualan yang signifikan saat diberlakukannya *social distancing*. Untuk dapat bertahan ditengah pandemi ini, para pelaku brand harus bisa menyiasatinya. Mulai dari fokus ke pemasaran digital melalui website yang dijadikan *e-commerce*, *social media*, *search engine*, penjualan melalui *marketplace* dan membentuk tim *reseller* untuk menjual produk. (<https://www.wartaekonomi.co.id/read280988/>)

Pandemi covid-19 faktanya memang mempengaruhi sektor perekonomian, tak terkecuali usaha kecil menengah (UMKM). Untuk memperpanjang "usia" usaha, pelaku usaha harus memainkan strategi bisnisnya, berikut 7 cara atau kunci sukses UMKM bertahan di tengah pandemi covid-19, antara lain: Lakukan Analisis SWOT; Analisis *strength*, *weakness*, *opportunity*, and *threat* (SWOT) penting dilakukan di masa sulit ini. Dengan analisis SWOT para pelaku UMKM bisa menginventarisir mana yang jadi kekurangan atau kelemahan usaha dan hal apa yang justru jadi kekuatan dan sumber peluang.

Inovasi Produk; Inovasi nyatanya penting dilakukan dalam berbisnis. Inovasi pun tak hanya sebatas produk, tapi yang berkaitan dengan promosi dan pemasaran.

Gabungan Komunitas; Banyak yang menyebutkan UMKM memiliki tingkat ketahanan tinggi ketika menghadapi krisis, dibandingkan usaha besar. Jurnal *Online*. Memilih untuk beradaptasi dan bertransformasi dari operasional bisnis *offline* ke *online* adalah pilihan yang tepat. Dengan membuat jurnal *online*, semua pengalihan dan pembayaran dapat dilakukan

dengan mudah, tanpa harus bertatap muka. Dokumen penagihan atau pembayaran dari pelanggan, bisa dicek langsung lewat banyak jaringan seperti email atau Whatsapp. Dengan menggunakan jurnal *online*, maka *cashflow* pun tetap terjaga.

Perencanaan Anggaran; Para pelaku UMKM yang berhasil berdiri di tengah pandemi ini karena mereka mengatur atau merencanakan anggaran dengan matang. Mereka berusaha agar pengeluaran usaha tidak lebih besar dibandingkan pemasukan. Kunci keberhasilan menjalankan strategi di poin ini adalah menyusun anggaran dan biaya kebutuhan usaha dengan tepat guna serta memangkas biaya yang kurang penting.

Monitor Usaha; Kecanggihan teknologi semakin membawa perubahan besar pada dunia UMKM yang mampu beradaptasi. Di kondisi seperti sekarang ini, memonitor usaha dilakukan para pelaku UMKM dengan bermodal internet dan *smartphone*. Mereka tidak perlu repot ke toko atau tempat usaha untuk memonitor pelayanan pelanggan dan mengecek arus transaksi usaha. Itu karena semua dapat dilakukan *online*.

Cek Persediaan Barang; Melakukan cek persediaan barang secara berkala dengan menggunakan jurnal *online* menjadi solusi UMKM di tengah pandemi. Dengan memanfaatkan jurnal *online*, para pelaku usaha dapat dengan mudah mengecek ketersediaan barang, tanpa harus membuang banyak waktu untuk dihitung secara manual. (<https://m.merdeka.com>)

Dalam hal ini jelas terlihat pada masa pandemi covid-19 ini model bisnis yang dilakukan oleh masyarakat Indonesia lebih banyak menggunakan teknologi digital dengan memanfaatkan media sosial yang sangat efektif dalam memasarkan produknya kepada para konsumen. Adapun usaha yang mampu bertahan pada masa ini seperti:

Usaha makanan; usaha ini sampai saat ini dapat bertahan dikarenakan semua orang memerlukan makanan tersebut adapun jenis makanan yang diminati seperti olahan jamu seperti jahe merah untuk meningkatkan daya tahan tubuh agar tidak mudah sakit. Pemesanan makanan melalui *online* dengan aplikasi *grab food* dan dengan aplikasi lainnya dapat mempermudah konsumen untuk membelinya.

Usaha Kebutuhan Bahan pokok; meskipun terjadi fluktuasi harga komoditas pada kebutuhan pokok dari faktor permintaan dan persediaan, tetapi hal ini tidak menjadi persoalan besar dan mempengaruhi sektor ini. Karena semua orang akan berupaya untuk memenuhi kebutuhannya.

Produk kesehatan; produk yang saat ini banyak diperlukan oleh semua orang adalah masker, sarung tangan, APD & *Face Shield* bagi tenaga kesehatan Pendidikan dan Pelatihan; Pada masa ini banyak siswa dan mahasiswa yang belajar di rumah dan para pegawai bekerja dari rumah, ini menimbulkan dampak yang signifikan dengan banyaknya pendidikan dan pelatihan yang dilakukan secara daring seperti webinar dari tingkat lokal, nasional dan internasional.

Bisnis Digital; Karena banyaknya permintaan kebutuhan akan sarana teknologi yang memadai untuk kecepatan akses, maka beberapa *provider* sangat

diuntungkan dalam situasi ini karena pada masa ini kegiatan dan transaksi *online* lebih diminati.

Kebijakan Perekonomian

Karena banyaknya masyarakat yang terdampak pandemi covid-19 ini sehingga banyak perusahaan, toko-toko atau tempat usaha yang mengalami kerugian sehingga harus menutup tempat usaha dan mem-PHK karyawannya, sehingga memunculkan "pengangguran baru". Dimana mereka tidak lagi mendapatkan penghasilan dan walaupun ada yang tetap bertahan tetapi pendapatan mereka mengalami penurunan. Melihat hal ini pemerintah perlu mengeluarkan kebijakan dalam hal keuangan atau industri Jasa Keuangan.

Regulator industri Jasa Keuangan, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mulai menerapkan kebijakan bagi perekonomian pemberian stimulus bagi perekonomian, berdasarkan surat dari POJK Nomor 11/POJK.03/2020 tentang stimulus Perekonomian Nasional sebagai Kebijakan *Countercyclical* Dampak Penyebaran Coronavirus Disease 2019. (<https://suara.merdeka.com/dok/2020>).

Pemberian stimulus ditujukan kepada debitur pada sektor-sektor yang dinilai terdampak penyebaran virus COVID-19 termasuk dalam hal ini debitur UMKM. Kebijakan stimulus tersebut adalah sebagai berikut:

Penilaian Kualitas kredit/ pembiayaan/ penyediaan dana lain hanya berdasarkan ketetapan pembayaran pokok dan/atau bunga untuk kredit sampai dengan Rp. 10 miliar Restrukturisasi dengan peningkatan kualitas kredit/ pembiayaan menjadi lancar setelah restrukturisasi. Ketentuan restrukturisasi ini dapat diterapkan bank tanpa batasan plafon kredit. Relaksasi pengaturan ini berlaku untuk debitur non-UMKM dan UMKM dan akan diberlakukan sampai dengan satu tahun setelah diterapkan. (Dewi Saptantinah Puji Astuti, <https://suara.merdeka.com/dok/2020>).

Selain kebijakan diatas pemerintah juga telah melakukan pemberian sembako kepada masyarakat yang terdampak pandemi covid-19 ini. Selain itu juga masyarakat dihibung untuk memperkuat kepedulian sosial agar dapat membantu masyarakat yang lain yang memerlukan, dengan mengadakan donasi berupa uang dan kebutuhan pokok serta memberikan kebutuhan kesehatan untuk mereka.

KESIMPULAN

Pada masa pandemi covid-19 ini semua pelaku usaha harus jeli melihat peluang untuk penggunaan model bisnis yang tepat, efektif dan efisien dengan memperhatikan protokol kesehatan. Karena semua orang yang melakukan transaksi yang mudah dan melihat kembali pola masyarakat Indonesia yang lebih banyak menggunakan teknologi digital dengan memanfaatkan media sosial yang sangat efektif dalam memasarkan produknya kepada para konsumen. Karena banyaknya masyarakat yang terdampak pandemi covid-19 ini sehingga banyak perusahaan, toko-toko atau tempat usaha yang mengalami kerugian sehingga harus menutup tempat usaha dan mem-PHK karyawannya, sehingga memunculkan "pengangguran baru". Dimana mereka tidak lagi mendapatkan penghasilan dan walaupun ada yang tetap bertahan tetapi pendapatan mereka mengalami penurunan.

Melihat hal ini pemerintah perlu menerbitkan kebijakan dalam hal keuangan atau industri Jasa Keuangan dengan dikeluarkannya POJK Nomor 11/POJK.03/2020 tentang stimulus Perekonomian Nasional sebagai Kebijakan *Countercyclical* Dampak Penyebaran *Coronavirus Disease* 2019.

REFERENSI

- Ariyadi, A. (2018). Bisnis Dalam Islam. *Jurnal Hadratul Madaniyah*, 5(1), 13-26.
- Badroen Faisal, 2007, *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Kencana
- J. Moleong, Lexy., 2013, *Metode penelitian kualitatif*, Bandung : Remaja Rosdakarja
- Kasali Renald, dkk, 2009, *Manual untuk Instruktur; Modul Wirausaha untuk Program Starata I*, Bekasi: Yayasan Rumah Perubahan.

Manulang M, 2002, *Pengantar Bisnis*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Pers.

Sukirno Sadono, dkk, 2005, *Pengantar Bisnis edisi Pertama*, Jakarta: Prenada Perdana Group

Internet

- Dewi Saptantinah Puji Astuti, <https://suara.merdeka.com/dok/2020>
<https://www.wartaekonomi.co.id/read280988/>)di-tengah-covid-19-pemasaran-online-dan-digital-branding-jadi-pilihan
- Samina Sharanani, <https://blog.mokapos.com/konten-media-sosial-bisnis>
<https://inforial.tempo.co>
<https://m.merdeka.com>