

STRATEGI BISNIS USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) PADA ERA NEW NORMAL

Ika Baskara

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Esa Unggul

Jalan Arjuna Utara No 9 Kebon Jeruk Jakarta 11510

ika.baskara@esaunggul.ac.id

Abstract

The corona virus or Covid-19 pandemic, which is not yet known when it will end, will lead to new normal conditions, or a phase of change in people's behavior in their activities. This pandemic has brought about changes in various aspects of life, including health, social and economic conditions in Indonesia. Solid adaptability is the key to getting through this condition. The purpose of this Community Service is to provide solutions to UMKM actors regarding strategies that UMKM must use in facing the new normal era so that they can survive during the new normal era. The method of implementing this activity uses an online seminar method or webinar, through the Lecturer Scientific Forum which will be held on August 26, 2020, from 13.00 WIB to 15.00 WIB. The strategy that must be used by UMKM in dealing with the new normal, UMKM need to have management that is integrated with the communication system and payment system. Apart from that, it creates innovation, creates new markets, develops marketing plans. Business sectors that are considered crisis-resistant include the Food & Beverage Business, Basic Materials Business, Health Services/Product Business, Education Services Business and Digital Business Training. In the new normal era, economic activities, especially UMKM, slowly rose and began to aggressively seek new strategies in an effort to survive through several strategies carried out.

Keywords: Strategic, Business , Era New Normal

Abstrak

Pandemi virus corona atau Covid-19 yang belum diketahui kapan berakhirnya ini akan menimbulkan kondisi new normal, atau fase perubahan perilaku masyarakat dalam beraktivitas. Pandemi ini membuat terjadinya perubahan diberbagai aspek kehidupan termasuk kesehatan, sosial, dan ekonomi di Indonesia. Kemampuan adaptasi yang solid adalah kunci untuk melalui kondisi ini. Adapun tujuan dari Pengabdian Pada Masyarakat ini adalah untuk memberikan solusi pada pelaku UMKM tentang strategi yang harus dilakukan UMKM gunakan dalam menghadapi era new normal agar tetap dapat bertahan saat era new normal. Metode pelaksanaan kegiatan ini menggunakan metode seminar secara daring atau webinar, melalui Forum Ilmiah Dosen yang diselenggarakan pada tanggal 26 Agustus 2020, pukul 13.00 wib sampai dengan 15.00 wib. Strategi yang harus digunakan UMKM dalam menghadapi new normal UMKM perlu memiliki manajemen yg terintegrasi dengan sistem komunikasi dan sistem pembayaran. Selain lain itu menciptakan inovasi, ciptakan pasar baru, susun rencana pemasaran. Sektor bisnis yang dinilai tahan krisis, antara lain Usaha Food & Beverage, Usaha Kebutuhan Bahan Pokok, Usaha Jasa/Produk Kesehatan, Usaha Jasa Pendidikan dan Pelatihan Bisnis Digital. Pada era new normal, kegiatan ekonomi terutama UMKM perlahan bangkit dan mulai gencar mencari strategi baru dalam upaya bertahan dengan melalui beberapa strategi yang dilakukan.

Kata Kunci : Strategi, Bisnis, Era New Normal

Pendahuluan

Di awal tahun 2020, dunia digemparkan dengan merebaknya virus baru yaitu coronavirus jenis baru (SARS-CoV-2) dan penyakitnya disebut *Coronavirus*

Disease (COVID-19). Diketahui, bahwa asal mula virus ini berawal dari Wuhan, Tiongkok. Ditemukan pada akhir Desember tahun 2019. Sampai saat ini sudah dipastikan terdapat ratusan negara yang telah terjangkit virus ini.

Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) telah dinyatakan oleh WHO sebagai pandemic dan Pemerintah Indonesia berdasarkan Keputusan Presiden Nomor 11 Tahun 2020 tentang Penetapan Kedaruratan Kesehatan Masyarakat *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)* telah menyatakan COVID-19 sebagai kedaruratan kesehatan masyarakat yang wajib dilakukan upaya penanggulangan.

Hal ini berdampak pada berbagai sektor, mulai dari sektor perekonomian, pariwisata, dan lain sebagainya. Berbagai kegiatan menjadi terhambat dengan adanya wabah Corona. Namun tidak perlu khawatir karena hal tersebut bisa diatasi. Beruntung, teknologi yang semakin mutakhir memudahkan para pelaku usaha untuk tetap menjalankan usaha tanpa harus keluar rumah.

Masih tingginya jumlah kasus positif tiap hari, tantangan pemulihan ekonomi, bertambahnya jumlah pengangguran, hanya contoh dan beberapa dampak pandemi disamping multi dampak lainnya. Beragam strategi kebijakan pemerintah untuk memberi kestabilan situasi negeri dengan menempatkan keamanan dan keselamatan masyarakat sebagai prioritas utama, di samping menjaga kekuatan seluruh sektor bergerak bersama dalam roda perekonomian yang tidak ringan tantangannya. Dampak yang paling terasa adalah pada sektor ekonomi. Banyak perusahaan yang tidak mampu membayar karyawannya sehingga harus merumahkan mereka. Dampak COVID-19 menjadi semakin terasa bagi Indonesia karena sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), yang selama ini menjadi tulang punggung perekonomian menjadi sektor yang paling terdampak. UMKM memiliki daya tahan yang lebih baik terhadap krisis terlepas dari produktivitas yang rendah. Hal ini dikarenakan struktur organisasi dan tenaga kerja UMKM yang lebih fleksibel dalam menyesuaikan dengan perubahan pasar (Lies Maria H, 2019). Keluhan dari para pelaku UMKM adalah penjualan yang menurun, sulit memperoleh bahan baku, serta distribusi yang menjadi terhambat. Walau begitu, tidak semua UMKM mengalami penurunan, namun demikian ada beberapa UMKM yang dapat bertahan dimasa pandemi ini, yaitu UMKM yang memproduksi produk-produk herbal, buah-buahan, dan sayur-

sayuran yang baik untuk menjaga kesehatan dan meningkatkan daya tahan tubuh. Hal ini disebabkan masyarakat yang mulai mengganti pola hidup menjadi lebih sehat. Posisi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian nasional memiliki peran yang penting dan strategis (Sudati Nur Sarfiah, 2019).

Akibat penurunan ekonomi ini, sejumlah negara pun perlahan-lahan menerapkan new normal guna mendorong kembali roda perekonomian. Mereka secara perlahan-lahan mulai mencabut pembatasan sosial demi menyelamatkan pekerjaan masyarakat dan memulai kembali aktivitas perekonomian. Dampak pandemic COVID-19 terhadap sektor UMKM ini tentu sangat berpengaruh terhadap kondisi perkenomian Indonesia dimana kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia sangat besar pada berbagai bidang (Abdurrahman Firdaus T, 2020).

Tidak terkecuali Indonesia, pemerintah mulai mengkampanyekan “new normal” dengan mengizinkan karyawan berusia dibawah 45 tahun untuk kembali bekerja. “New normal” akan ditandai dengan pola produksi dan konsumsi yang baru, dengan begitu digitalisasi dan otomatisasi yang semakin dipercepat. Kemudian, strategi apa yang harus UMKM gunakan untuk menghadapi “new normal”? Para pebisnis harus mulai menjalankan aktivitas sebisa mungkin dengan tetap melakukan social distancing. Berbagai pertanyaan pun muncul, “Bagaimana cara bisnis untuk tetap bisa bertahan saat new normal?”

Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 26 Agustus 2020 dengan metode webinar (web seminar). Webinar dilaksanakan dengan menggunakan aplikasi zoom yang berlangsung dari pukul 13.00 wib sampau dengan pukul 15.00 wib. Webinar ini dilaksanakan hanya satu narasumber dengan materi Strategi Bisnis Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Pada Era New Normal. Pelaksanaan dilakukan secara webinar karena situasi covid 19 yang sedang berlangsung sehingga menghindari masyarakat untuk tatap muka. Kegiatan Forum Ilmiah Dosen ini

dilakukan oleh pihak Lembaga Pengabdian Pada Masyarakat (LPPM) Universitas Esa Unggul dan sosialisasinya melalui email undangan dan whatsapp group satu minggu sebelum kegiatan berlangsung. Sebelum acara dimulai setiap peserta diwajibkan mengisi link pendaftaran dan pada saat webinar berlangsung peserta wajib mengisi absensi kehadiran sebagai salah satu syarat untuk memperoleh sertifikat kegiatan

Pembahasan

Pandemi virus corona atau Covid-19 membuat terjadinya perubahan diberbagai aspek kehidupan termasuk kesehatan, sosial, dan ekonomi di Indonesia. Pandemi yang belum diketahui kapan berakhirnya ini akan menimbulkan kondisi new normal, atau fase perubahan perilaku masyarakat dalam beraktivitas. Maka dari itu, inovasi dalam mencukupi kebutuhan masyarakat sangatlah dibutuhkan. Kemampuan adaptasi yang solid adalah kunci untuk melalui kondisi ini sekaligus menjaga keberlangsungan kehidupan serta usaha dalam jangka panjang. Di sisi lain, pelaku industri keuangan juga dituntut untuk terus berinovasi melalui teknologi, guna memenuhi kebutuhan masyarakat akan transaksi digital yang semakin meningkat di masa pandemi ini.

Ada dua hal mendasar yang dapat menjadi faktor pendorong dalam melakukan adaptasi terhadap kondisi new normal, antara lain sebagai berikut.

1. Fasih transformasi digital Pandemi ini mengakselerasi kemampuan masyarakat untuk lebih fasih memanfaatkan teknologi, sehingga menjadi katalisator menuju industri 4.0. Kemudahan dalam bertransaksi menjadi kunci yang semakin relevan bagi konsumen saat ini dituntut untuk semakin memperkuat transformasi digitalnya, bahkan mempersiapkan strategi secara matang menuju industri 4.0. Namun, edukasi dan literasi digital dalam hal keuangan juga tetap harus dipertimbangkan guna menyeimbangkan antara kondisi industri dengan kesiapan masyarakat menghadapi era revolusi industri 4.0.
2. Masyarakat jadi konsumen cerdas kondisi ekonomi yang sulit memaksa masyarakat untuk menjadi konsumen cerdas, termasuk dalam hal pengelolaan keuangan. Hal ini juga

dapat menjadi sinyal positif bagi peningkatan literasi keuangan di Indonesia. Namun demikian, sinyal positif ini perlu diiringi dengan kesiapan para pelaku industri keuangan untuk memberikan produk atau layanan keuangan yang memiliki nilai tambah dan mampu mendukung produktivitas masyarakat. Adaptasi secara cepat dan pemanfaatan peluang menjadi kunci berdamai di masa pandemi ini. Pelaku usaha harus terus berinovasi untuk menghadapi ketidakpastian dan memenuhi kebutuhan masyarakat yang selalu berubah. Selain itu, strategi manajemen risiko dan efisiensi operasional berdasarkan skala prioritas juga perlu ditingkatkan oleh pelaku industri untuk memastikan keberlangsungan perusahaan dalam jangka panjang.

Salah satu jenis bisnis yang kian diminati di tengah pandemi virus corona adalah bisnis rumahan. Bisa dibayangkan, bisnis ini cukup praktis dilakukan dan cocok sebagai pekerjaan sampingan atau utama. Semenjak diberlakukannya PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) akibat wabah virus corona, mau tak mau semua aktivitas dilakukan dari rumah.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM Pasal 1 dari UU tersebut, dinyatakan bahwa Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang buka merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut. (Tulus Tambunan, 2009)

Ada beberapa strategi yang harus digunakan UMKM dalam menghadapi new normal :

1. UMKM perlu memiliki manajemen stock produk yang terintegrasi dengan pembelian dan penjualan, sehingga

mampu memantau persediaan barang dengan cepat dan tepat.

2. UMKM perlu mengintegrasikan pengiriman barang dagangannya, baik itu dalam kota, antar kota, sampai antar negara.
3. UMKM dapat terintegrasi dengan sistem komunikasi yang cepat kepada pelanggan, sekalipun tidak dapat bertatap muka langsung dengan pelanggan. UMKM dapat menggunakan Whatsapp, Line, dan sebagainya.
4. UMKM perlu mengintegrasikan sistem pembayaran mereka dengan sistem transfer bank.

Integrasi diatas dapat bisa langsung digunakan oleh UMKM apabila bergabung dengan market place, seperti bukalapak, tokopedia, shopee, dll. Pada marketplace tersebut, para UMKM dapat melakukan pengintegrasian yang saya sebutkan di atas. UMKM dapat mencatat stock barang yang akan otomatis berkurang jika terjadi penjualan dan mencatat secara otomatis jumlah penjualan atas tiap produk yang ditawarkan.

Solusi UMKM di Era New Normal

Pandemi Covid 19 memberi dampak bagi sektor-sektor bisnis. Ada sektor yang berdampak langsung ditandai dengan penurunan omzet seperti sektor pariwisata, transportasi, konstruksi, manufaktur otomatis, industri garmen dan perhotelan, sedangkan sektor yang bertahan dan mengalami peningkatan omzet adalah farmasi dan kesehatan, teknologi informasi dan komunikasi serta bisnis retail dan makanan

Berdasarkan pertumbuhan, perekonomian Indonesia pada triwulan I 2020 terbesar pada sektor informasi dan komunikasi sebesar 0.53 persen. Hal ini sangat erat kaitannya dengan adanya kebijakan yang diambil oleh pemerintah untuk tidak keluar rumah dan bekerja dari rumah. Sehingga aktivitas yang dijalankan bergeser dari infrastruktur fisik menjadi infrastruktur digital. Hampir semua kegiatan seperti bekerja, pendidikan, hiburan diakses menggunakan media teknologi informasi, selanjutnya juga menyebabkan volume penjualan listrik PLN ke rumah tangga juga meningkat.

Terdapat beberapa solusi yang dapat diambil, antara lain :

- a) Pemberdayaan pelaku usaha UMKM lewat bisnis.
- b) Kerjasama yang baik antara pemerintah, masyarakat (tokoh masyarakat, akademisi, praktisi) dengan pelaku usaha UMKM.
- c) Menggerakkan “sosialpreneurship”. Pemberdayaan pelaku usaha UMKM lewat bisnis online dapat dilakukan dengan strategi memaksimalkan teknologi, pelaku UMKM dapat melakukan promosi dari tradisional menuju pemasaran secara digital (digital marketing) misalnya melalui sosial media (facebook, instagram, twitter, whatsapp dan sebagainya), melakukan pencatatan /pembukuan menggunakan software akuntansi dan sistem pengajian menggunakan payroll.

Selanjutnya strategi yang dapat dilakukan pelaku usaha adalah meningkatkan jejaring/relasi dan meningkatkan kualitas produk dan layanan dengan salah satunya melakukan diversifikasi produk agar produk keunggulan dan keunikan sehingga selalu diminati oleh konsumen. Masa pandemi ini dapat dimanfaatkan untuk kegiatan yang berharga dalam usaha meningkatkan kualitas produk dan perbaikan pelayanan. Solusi lainnya, melakukan kerja sama yang baik dengan pemerintah melalui dinas koperasi dan UMKM dan kegiatan pengabdian masyarakat oleh para akademisi dan praktisi yang paham dan mengerti mengenai teknologi informasi dalam usaha meningkatkan digital marketing, pemanfaatan pembukuan dengan software dan sebagainya. Solusi terakhir yaitu mengembangkan “sosialpreneurship” berupa program-program sosial yang dikemas dengan jiwa entrepreneurship agar program sosial tersebut dapat sustainable. Sosialpreneurship merupakan suatu konsep kewirausahaan yang memanfaatkan peluang bisnis yang ada ditengah masyarakat untuk kembali memberikan dampak positif bagi masyarakat luas. Sosialpreneurship selain bersifat sustainable pada perekonomian, sosialpreneurship mampu memberikan solusi efektif dan taktis terhadap permasalahan perekonomian Indonesia. Alasan perlu dikembangkan sosialpreneurship didukung oleh kondisi sosial masyarakat kita

yang memiliki sikap solidaritas yang tinggi juga menjadi salah satu kekuatan untuk dapat survive dalam kondisi pandemi ini. Pelaku usaha UMKM sebagai salah satu penggerak perekonomian bangsa harus bisa bertahan dan bangkit dalam kondisi pandemi ini. Antusiasme pemerintah menuju new normalitas diharapkan sebagai peluang dalam menciptakan kemandirian ekonomi secara berkelanjutan. Keterlibatan dan kerjasama yang baik antara Pemerintah, UMKM, tokoh masyarakat, akademisi, praktisi dan masyarakat, secara bersama-sama dapat membangkitkan lagi perekonomian bangsa menuju ekonomi yang stabil.

Melihat Peluang saat New Normal

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) menjadi sektor yang kena dampak cukup besar ketika pandemi COVID-19. Tak sedikit yang kolaps atau gulung tikar, sehingga membuat banyak orang kehilangan banyak pendapatan. Namun, di era New Normal, ekonomi dan terutama UMKM perlahan bangkit dan mulai gencar mencari strategi baru dalam upaya bertahan.

Kontribusi sektor UMKM terhadap ekonomi sendiri mencapai 60 persen dan penyerapan tenaga kerja sekitar 90 persen. Bayangkan betapa terganggunya kondisi ekonomi nasional ketika UMKM menjadi sektor yang terdampak cukup besar. Bahkan, pemerintah terus berupaya membuat berbagai kebijakan dan alokasi dana besar untuk menopang UMKM sekaligus memulihkan perekonomian nasional.

Kondisi normal baru atau yang sedang populer disebut dengan fase new normal menimbulkan ketidakpastian, terutama di sektor bisnis. Para pelaku usaha ramai-ramai menerka apa yang akan terjadi dikemudian hari tanpa punya petunjuk pasti bagaimana perubahan muncul pada setiap lini kehidupan. Pada masa new normal, daya beli kemungkinan masih cenderung menyusut dan belum kembali seperti semula. Perilaku konsumen pun tak lagi sama seperti sebelum pandemi Virus Corona muncul, dan menyebabkan perubahan dalam dunia bisnis. Situasi yang tidak menentu ketika krisis membuat orang lebih berhati-hati mengambil tindakan saat periode new

normal seperti sekarang. Orang jadi lebih selektif berbelanja dan memilih untuk menyimpan dana miliknya karena khawatir terjadi pengetatan likuiditas di pasar keuangan. Dampaknya, para pelaku usaha khususnya UMKM hanya bisa gigit jari karena permintaan tak kunjung mengalir deras. Maka itu, harus jeli melihat peluang usaha baru saat new normal hadir.

Salah satu caranya, dengan mengamati perubahan pola konsumsi masyarakat diberbagai lini, kemudian mengalihkan strategi bisnis pada peluang yang muncul di depan mata sesuai dengan pengamatan yang telah dilakukan. Hal yang patut diingat, peluang tak hanya berasal dari bidang usaha yang digeluti saat ini, melainkan bisa dari sektor bisnis lain.

Intinya, tak boleh menyia-nyiakan peluang sekecil apapun yang hinggap. Ciptakan produk sesuai dengan kondisi new normal saat ini. Kondisi sekarang memaksa pelaku usaha untuk berpikir kerja dan keluar dari zona nyaman. Berpikir out of the box merupakan suatu keharusan jika ingin bertahan pada masa transisi.

Menciptakan Inovasi

Ketika fase new normal berlangsung, persaingan tentu semakin ketat dengan kondisi pasar ekonomi yang belum stabil. Daya beli belum kembali normal, nilai aset pun otomatis menurun. Dalam kondisi seperti ini, kerja keras saja tidak cukup. dituntut untuk berinovasi sebagai jalan keluar untuk bisa kembali normal. Tanpa inovasi, akan sulit membuat produk yang mampu menciptakan pasar, dan membuat terobosan yang mampu memberi keuntungan bisnis.

Dalam menciptakan inovasi, kinerja divisi riset dan pengembangan (research and development) sangat dibutuhkan untuk mengubah masa transisi saat ini menjadi keuntungan bisnis. Inovasi bisa berupa menciptakan produk yang berkualitas dengan biaya rendah, atau menciptakan strategi pemasaran atau penjualan yang sederhana tetapi efektif. Inovasi tak hanya terbatas pada strategi bisnis, tetapi juga bentuk fisik produk itu sendiri.

Ciptakan Pasar Baru

Menciptakan pasar baru biasa dikenal dengan strategi Blue Ocean. Konsep Blue Ocean Strategy mengungkapkan bahwa dibanding menjalankan kompetisi ketat dan mencoba mencuri konsumen dari kompetitor, maka pelaku usaha lebih baik membuat pasar baru yang tidak bisa dibandingkan dengan pesaing. Jadi, sebaiknya membuat kompetisi menjadi tidak relevan, tetapi tetap meraih keuntungan dari pasar baru. Berkompetisi di lautan yang sudah padat tidak mungkin membuat perusahaan berkembang secara berkelanjutan dalam jangka panjang. Peluang yang sesungguhnya adalah menciptakan lautan sendiri dengan pasar baru yang unik.

Dalam konsep blue ocean, permintaan merupakan hal yang diciptakan, bukan direbutkan. Selanjutnya, akan ada peluang untuk tumbuh dan meningkatkan keuntungan meski dalam situasi sulit. Strategi ini menekankan pada pencarian sumber inovasi dan efisiensi biaya secara simultan dan terus menerus. Harus menyadari bahwa untuk bisa memenangkan persaingan bisnis maka perusahaan harus berhenti bertarung satu sama lain untuk mengalahkan kompetitor. Cara memenangkan persaingan adalah dengan menciptakan pasar baru dan menguasai pasar tersebut.

Tak ada salahnya menciptakan permintaan pasar sendiri dan memperoleh keuntungan yang masih terbuka lebar untuk terus tumbuh. Pasar baru bisa tercipta dengan membuka industri yang benar-benar baru atau memperluas industri yang ada saat ini.

Susun Rencana Pemasaran

Pada situasi new normal, strategi pemasaran terasa lebih menantang. Banyak pelaku usaha menunggu untuk bertindak karena ragu dengan situasi ekonomi yang tak pasti. Sebaiknya jangan kehilangan momentum untuk memulai dan bergerak lebih agresif untuk mencari peluang penjualan pada masa transisi menuju normal saat ini.

Dengan menyusun rencana pemasaran yang tepat, bisa segera meraih peluang di masa new normal. Adapun, beberapa faktor penting dalam menyusun rencana pemasaran antara lain, melakukan riset konsumen, fokus pada value produk, dan berusaha menjalankan

aktivitas pemasaran dengan baik. Selain itu juga perlu menyesuaikan portofolio produk, berusaha memperoleh dukungan distributor, menyesuaikan harga, dan mempertahankan pangsa pasar yang dimiliki. Dalam mendukung rencana pemasaran, perlu memiliki perhitungan anggaran yang akurat. Penghitungan anggaran tentu akan lebih mudah jika didukung oleh software akuntansi online. Jurnal menyediakan beragam fitur unggulan antara lain, tampilan dashboard bisnis dengan data real time, laporan keuangan, pengelolaan inventori, modul penjualan dan pembelian, rekonsiliasi bank, integrasi bisnis, pengelolaan aset, dan pengelolaan pajak.

Cara untuk Mengembangkannya.

Buatlah strategi promosi yang tepat agar penjualan dapat bersaing dengan pebisnis rumahan lainnya. Strategi penjualan pun ada banyak jenisnya, tak perlu minder, pelajari cara promosi bisnis rumahan yang efektif dan efisien.

1. Promosi langsung, dari mulut ke mulut jangan meremehkan cara tradisional ini. Meskipun sudah banyak ditinggalkan, namun metode promosi dari mulut ke mulut cukup efektif. Cara ini sangat mudah dan murah. Tapi ingat, lakukan dengan cara yang benar ya, pakai masker saat keluar rumah. Lalu, promosikan sampel produk dengan cara mendatangi beberapa rumah tetangga. Semisal, penjualan kue atau masakan khas Lebaran, bagikan tester makanan ke tetangga atau kerabat/teman kantor. Jangan lupa sertakan juga harga, diskon dan nomor telp yang bisa dihubungi untuk pesan kue. Semakin banyak orang yang mengenal produk, maka peluang mendapatkan pembeli baru semakin terbuka lebar.
2. Promosi via media sosial manfaatkan media sosial, seperti Instagram, Facebook, WhatsApp, Line dan TikTok untuk promosi penjualan yang dilakukan. Apabila seorang penjual tidak niat membuat akun sosmed khusus produk jualan, tidak apa-apa. Cukup gunakan akun sosmed pribadi dan dapatkan calon pembeli dari kontak teman dan kerabat. Pastikan seorang penjual membuat

caption dan foto produk yang menarik supaya mendapat respon yang baik.

Di sisi lain, cara ini akan efektif apabila punya banyak followers. Cobalah untuk sekreatif mungkin dan seagresif mungkin promosi via sosial media. Apabila punya kenalan yang punya banyak followers, atau bisa minta bantuan mereka buat promosikan penjualan biar cepat laris. Selain itu, juga bisa minta bantuan artis-artis yang membuka free promote posting jualan juga.

3. Melaksanakan penjualan di marketplace pada era digital sekarang, jumlah marketplace yang hadir di Indonesia semakin banyak. Biar usaha rumahan cepat laris, banyak pembelinya. Bisa berjualan di marketplace. Kuncinya, tak boleh malas pelajari cara berjualan di marketplace. Lakukan riset, pelajari cara gratis dari internet, lalu praktikkan sendiri. Mulai dari buat logo sederhana produk, pelajari cara upload foto produk, buat deskripsi produk hingga metode pembayaran/pengiriman. Bisa memanfaatkan lebih dari satu marketplace untuk melakukan jualan. Rata-rata gratis untuk melakukan penjualan di sana, tapi tentu ada banyak pesaing.
4. Pakai jasa endorsement Bagi skala bisnis rumahan yang sudah masuk kategori usaha kelas menengah (UKM) dan cukup besar pangsa pasarnya. Bisa maksimalkan promosi dengan anggaran khusus yaitu pakai jasa endorsement seperti mengajak content creator atau influencer lokal untuk memasarkan produk. Cara ini sudah pasti cukup efektif dan tepat sasaran, karena jasa endorsement, seperti video testimonial produk mampu mendobrak angka penjualan hingga berkali-kali lipat. Tapi biaya promosi ini tidak murah, harus selektif dan sesuaikan dengan anggaran promosi. Jika memungkinkan, cari influencer yang lagi beramal memposting dengan gratis.
5. Selain marketplace, bisa dengan memanfaatkan warung-warung yang berada disekitar tempat tinggal. Pastikan sepakat dulu dengan pemilik warung, dan memberikan komisi yang sesuai. Perhatikan kualitas produk jualan dan lebih baik lengkapi dengan contact person pada kemasan produk. Sebab, hal ini akan

menguntungkan penjual jika ada pembeli tertarik memesan dalam jumlah banyak.

Apapun aktivitas penjualan bisnis rumahan, jaga selalu kualitas barang tersebut. Jangan sampai harga murah tapi rasa tak karuan. Sebab bila kualitas terjaga, niscaya usaha akan semakin maju pesat tanpa disadari. Lalu, pilih strategi marketing bisnis yang sesuai anggaran. Situasi seperti saat ini, pengusaha harus pandai mengelola budget agar penjualan berjalan lancar tak tersendat.

Teknologi yang semakin mutakhir memudahkan para pelaku usaha untuk tetap menjalankan usaha tanpa harus keluar rumah.

Tips Para Pebisnis

Berikut ini beberapa tips yang bisa dilakukan oleh para pebisnis untuk tetap mendapatkan keuntungan tanpa harus merasa ketakutan.

Menjaga Komunikasi yang Intens dengan Pelanggan atau Klien

Komunikasi adalah salah satu kunci penting bagi para pebisnis untuk memahami apa yang diinginkan oleh setiap pelanggan. Di era saat ini, faktor komunikasi pun mendapatkan kemudahan dengan adanya teknologi yang canggih dan internet sehingga mampu menjalin komunikasi tanpa harus bertemu langsung.

Oleh karena itu, jika seorang adalah pebisnis disektor UMKM, cobalah untuk memanfaatkan aplikasi serta software yang ada, seperti aplikasi messenger yang sudah dilengkapi dengan teknologi voice call atau video call. Hal ini akan membantu menjaga komunikasi antara penjual dan pelanggan tetap terjalin dengan baik.

Melakukan Review Proses Bisnis

Sebagai pelaku usaha, harus selalu mereview proses bisnis yang sudah dijalankan. Jika biasanya seorang penjual tidak memiliki waktu, maka ini adalah saat yang tepat untuk melakukan evaluasi terhadap pertumbuhan bisnis yang dilakukan. Dengan adanya review, bisa menganalisa tindakan yang akan dilakukan ke depannya untuk mendapatkan pertumbuhan bisnis yang lebih signifikan.

Memanfaatkan Media Sosial untuk Memasarkan Bisnis

Keberadaan media sosial memang sangat membantu banyak aspek kehidupan,

salah satunya dalam memasarkan bisnis. Jika ingin bisnis yang dijalankan tetap bertahan, manfaatkanlah media sosial semaksimal mungkin. Social media menjadi wadah yang terbilang efektif untuk memasarkan bisnis. Menawarkan biaya yang terjangkau dengan jangkauan yang luas, maka bisnis pun tetap bisa dipasarkan dengan baik dan tepat sasaran. Namun, pastikan untuk membuat konten yang menarik.

Mengubah Business Model

Dalam situasi pandemi seperti sekarang ini, cobalah untuk mengubah alur bisnis sementara. Jika pada awalnya mengutamakan margin, kali ini seorang penjual bisa menerapkan cashflow positive. Seorang penjual harus berpikir bagaimana caranya mempertahankan karyawan, membayar sewa bulanan dan biaya lainnya. Tentu saja ini menjadi hal terpenting yang perlu diperhatikan dari pada menaikkan harga dan mengharapkan keuntungan besar.

Selalu Monitor Transaksi Bisnis

Para pebisnis tentunya tidak terlepas dari aktivitas transaksi perbankan. Namun, dengan situasi social distancing saat ini demi mengurangi risiko terkena Virus Corona di ruang publik, sebaiknya hindari sementara waktu untuk berkunjung ke kantor cabang perbankan secara langsung. Sebagai alternatif, bisa melakukan transaksi via online seperti software akuntansi.

Sektor Bisnis yang Tahan Krisis

Dalam hal ini, terdapat lima sektor bisnis yang dinilai tahan krisis, antara lain, bisnis makanan dan minuman atau food and beverage (F&B), usaha penjualan kebutuhan bahan pokok, sektor jasa atau produk kesehatan, usaha jasa pendidikan dan pelatihan, serta bisnis sektor digital.

Usaha Food & Beverage

Bisnis food and beverage dianggap salah satu sektor bisnis tahan krisis ekonomi karena masyarakat membutuhkan pasokan makan dan minum dalam kondisi apapun bahkan kondisi serba sulit sekalipun. Dengan demikian, sektor

F&B tidak akan pernah surut dan kehilangan konsumen.

Tak hanya itu, bisnis di sektor makanan dan minuman juga dianggap membutuhkan modal yang relatif kecil, tenaga kerja yang tak terlalu banyak, namun dengan margin laba yang besar dan perputaran arus kas yang cepat. Beberapa faktor tersebut membuat bisnis F&B sulit menjadi 'korban' dari krisis besar.

Ketika krisis ekonomi melanda suatu wilayah, bisnis kuliner bisa saja mengalami penurunan omzet. Namun perputaran uang yang besar dalam waktu cepat membuat sektor ini tak memiliki alasan untuk mengalami kebangkrutan.

Pebisnis sektor F&B bisa menjalankan strategi peningkatan omzet dengan berinovasi sesuai perubahan perilaku konsumen dari masa ke masa. Intinya, diperlukan integritas dalam jiwa setiap pelaku usaha sehingga muncul peluang untuk mendapatkan kepercayaan konsumen, terutama ketika banyak pesaing tidak mampu memenuhi janjinya. Maka manfaatkanlah bisnis kuliner saat masa krisis supaya tetap mendapatkan konsumen meski keadaan sedang sulit.

Usaha Kebutuhan Bahan Pokok

Serupa dengan bisnis F&B, bahan pangan pokok merupakan salah satu kebutuhan primer masyarakat yang sulit untuk diabaikan dalam kondisi apapun, termasuk kondisi krisis ekonomi. Hal ini membuat bisnis perdagangan bahan pokok menjadi salah satu sektor bisnis tahan krisis.

Kendati terjadi fluktuasi harga komoditas karena faktor persediaan dan permintaan, namun hal itu tak akan menjadi persoalan besar hingga membuat usaha sektor ini pailit, hanya cukup mengelola keuangan dengan cermat, terutama mengelola modal kerja agar dapat mengambil peluang ketika harga sedang turun dan bisa tetap bertahan ketika harga bahan pokok sedang melonjak. Tak hanya itu, seorang penjual juga perlu mencari celah yang tepat untuk mempertahankan bisnis di tengah kondisi krisis.

Usaha Jasa/Produk Kesehatan

Baik pada masa normal maupun saat krisis, masyarakat tetap membutuhkan jasa

layanan kesehatan dan produk kesehatan sebagai salah satu kebutuhan yang krusial untuk tetap bertahan hidup. Maka itu, para tenaga kesehatan seperti dokter, perawat, apoteker hingga karyawan pusat kesehatan berada digarda terdepan untuk menjamin kesehatan masyarakat.

Terlebih ketika masa krisis akibat virus Corona yang terjadi di berbagai belahan dunia seperti saat ini. Berbagai latar belakang tersebut menjadi alasan yang membuat bisnis kesehatan termasuk salah satu yang bisa bertahan di masa krisis sekalipun. Kebutuhan menjaga dan memulihkan kesehatan tak akan hilang karena momentum apapun, sehingga bisa dijadikan peluang bisnis sekaligus membantu masyarakat memenuhi kebutuhan atas kesehatan.

Usaha Jasa Pendidikan dan Pelatihan

Momentum krisis, baik krisis ekonomi, politik, sosial, maupun kesehatan tak akan menghentikan laju perkembangan sektor jasa pendidikan dan pelatihan di berbagai belahan bumi manapun. Pasalnya, kebutuhan untuk belajar sesuatu hal yang baru tak akan surut di tengah-tengah masyarakat, meski dalam kondisi krisis sekalipun.

Bahkan masa krisis merupakan momentum yang tepat, karena sebagian orang mengevaluasi diri dan menganggap dirinya membutuhkan lebih banyak pengetahuan untuk terus mengembangkan diri. Hal ini yang membuat bisnis pada industri pendidikan dan pelatihan lebih mampu bertahan saat perekonomian dalam kondisi yang buruk.

Bisnis Digital

Bisnis digital menjadi salah satu dari deretan sektor bisnis yang dianggap paling dapat bertahan dalam kondisi krisis sekalipun. Tak dapat dipungkiri bahwa perkembangan teknologi membawa pencerahan bagi masyarakat dan mampu mendukung hingga mengembangkan sektor-sektor bisnis lain.

Dalam prosesnya, bisnis digital justru menjadi solusi bagi sebagian besar masyarakat untuk keluar dari persoalan, bahkan dapat mendorong masyarakat untuk keluar dari masa krisis. Misalnya, teknologi digital berupa aplikasi video conference bisa membantu para karyawan

untuk bertatap muka jarak jauh dan menyelesaikan persoalan bisnis ketika masa krisis kesehatan akibat Pandemi Covid-19 saat ini. Teknologi seperti software akuntansi online juga bisa membantu perusahaan untuk mengatasi persoalan pengelolaan keuangan secara praktis, akurat dan cepat. Intinya, keberhasilan akan tercapai jika memiliki energi dan kepercayaan diri atas kemampuan yang dimiliki untuk melewati krisis. Sebab pada dasarnya, setiap pelaku usaha harus siap dan bersemangat untuk 'memenangkan' setiap krisis

Kesimpulan

Kegiatan webinar Forum Ilmiah Dosen menghasilkan kesimpulan bahwa kemampuan adaptasi yang solid adalah kunci untuk melalui kondisi ini sekaligus menjaga keberlangsungan kehidupan serta usaha dalam jangka panjang. Keterlibatan dan kerjasama yang baik antara pemerintah, pelaku sejarah, UMKM, tokoh masyarakat, akademisi, praktisi dan masyarakat, secara bersama-sama dapat membangkitkan lagi perekonomian bangsa menuju ekonomi yang stabil. Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) menjadi sektor yang kena dampak cukup besar ketika pandemi COVID-19. Tak sedikit yang kolaps atau gulung tikar, sehingga membuat banyak orang kehilangan banyak pendapatan. Namun, di era New Normal, ekonomi dan terutama UMKM perlahan bangkit dan mulai gencar mencari strategi baru dalam upaya bertahan dengan melalui beberapa strategi yang dilakukan.

Daftar Pustaka

- Abdurrahman Firdaus, (2020). Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Brand*. Volume 2 (1). Universitas Muslim Maros.
- Lies Maria H, (2019). Pengaruh Perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Terhadap Pendapatan Nasional pada Sektor UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*. Volume 8 (2). 127-135. Universitas Lampung.
- Sudati, H. E. (2019). UMKM Sebagai pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*. Volume 4 (2). 137-146. Universitas Tidar Magelang.

Tulus T.H. Tambunan, 2009 *UMKM di Indonesia*, Ghalia Indonesia, Bogor.

Undang-Undang Nomor tahun 2008 tentang UMKM, Bab IV pasal 6.