

Menurut Anda, strategi apa yang paling tepat untuk di terapkan pada Industri di saat Pandemi Covid-19 seperti ini. Jelaskan dengan referensinya.

Strategi Mempertahankan Bisnis di Tengah Pandemi Covid-19

Tidak mudah memang untuk membuat konsumen atau pelanggan tetap setia pada bisnismu di tengah situasi sulit ini. Berikut adalah beberapa cara yang dapat kamu lakukan sebagai pemilik bisnis agar tetap mampu bertahan di tengah pandemi ini.

Menjaga hubungan baik dengan pelanggan

Di situasi seperti saat ini, sebagai pemilik bisnis, kamu perlu menunjukkan empati kepada pelanggan. Para pelanggan bisnismu pasti tengah menerima setumpuk informasi terkait wabah COVID-19 beberapa waktu belakangan ini. Maka, sebaiknya kamu tidak mengeksploitasi masa sulit ini menjadi peluang yang dibuat berlebihan.

Tentu kamu tetap perlu menjaga komunikasi dengan pelanggan, melalui kanal media sosial atau mengirimkan surat elektronik, tapi pilihlah bahasa yang penuh empati. Susunlah komunikasi sedemikian rupa, sehingga pelanggan menangkap pesan bahwa “bisnismu hadir untuk memudahkan mereka”.

Jadi, bila ingin mempertahankan bisnis, tetap jaga hubungan baik dengan pelanggan, namun jangan dilakukan secara berlebihan!

Promosi yang tepat

Sekarang merupakan saat yang tepat untuk membuat promosi. Namun, kamu perlu merancang promosi yang benar-benar sesuai dengan kebutuhan pelanggan di tengah situasi saat ini. Kebutuhan utama semua orang saat ini adalah keselamatan dan mampu bertahan. Sehingga, kamu bisa merancang program promosi yang sesuai. Sebagai contoh, setiap pembelian produk sejumlah tertentu, gratis satu set masker kain dan *hand sanitizer*.

Jika kamu mampu merancang program-program promosi yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan, dengan sendirinya pelanggan akan tetap setia pada bisnismu. Sebab mereka dapat merasakan ada nilai lebih yang dirasakan ketika berbelanja produk milikmu.

Metode pemasaran yang kreatif

Selain program promosi itu sendiri, media untuk menginformasikan program tersebut juga harus tepat. Tentu kamu perlu mengoptimalkan pemasaran secara digital. Namun, kesesuaian audiens dari tiap kanal media sosial juga perlu kamu perhatikan. Pemasaran yang dilakukan di Instagram tentu berbeda dengan Twitter, misalnya. Kenali karakter pelanggan di masing-masing kanal media sosial, ya!

Kamu juga perlu mulai menggali metode atau cara-cara kreatif untuk mempertahankan penjualan. Kamu bisa mengeksplorasi aneka jenis metode pemasaran yang mungkin dilakukan. Manfaatkanlah berbagai media, seperti video yang mengharukan atau lucu, aneka ilustrasi atau *meme*, hingga surat elektronik yang bersifat personal atau unik, apalagi bila kamu selama ini telah menggunakan aplikasi wirausaha untuk mengelola bisnismu, kamu dapat mengatur surat elektronik melalui aplikasi tersebut untuk dikirimkan kepada pelanggan yang ada dalam basis data milikmu.

Kuncinya, sesuaikan konten dengan target pelanggan yang ingin kamu sasar.

Kelola keuangan bisnis dengan baik

Pastikan arus kas bisnismu tetap tercatat dengan baik. Sebab di situasi sulit ini, kamu juga perlu sangat cermat dalam mengelola keuangan. Jika kamu yang masih merasa kesulitan dalam pembuatan laporan keuangan, kamu dapat memanfaatkan aplikasi laporan keuangan untuk membantumu.

Pemanfaatan aplikasi tersebut akan memudahkan kamu untuk memantau uang yang masuk dan keluar, tren penjualan, serta alokasi biaya. Dengan demikian, kamu memiliki data yang memadai untuk mengambil kebijakan terkait keuangan perusahaan, keputusan terkait strategi pemasaran, serta jumlah inventori.

Jangan berhenti!

Tidak ada yang mengatakan bahwa situasi ini mudah bila kamu berpikir positif, atau bersikaplah optimis agar wabah COVID-19 ini segera berakhir. Tidak ada jaminan semacam itu.

Akan tetapi, kamu benar-benar perlu mencoba tidak memiliki sugesti bahwa bisnis milikmu akan berakhir akibat pandemi ini, dan cobalah mengelola rasa panik dan stres dengan baik. Sehingga akhirnya, keputusan bisnis yang kamu ambil dapat lebih rasional dan terukur.

Sebab meski sangat sulit, sekarang bukan waktunya untuk berhenti. Kamu perlu terus memasarkan produk, berusaha menciptakan penjualan, menggaet pelanggan baru sambil mempertahankan mereka yang setia. Dan semua hal tersebut tidak akan terjadi, jika kamu berhenti.

Alih-alih berhenti, lebih baik terus berusaha menjalankan operasional bisnis harian dengan berbagai penyesuaian yang diperlukan.

SUMBER :

<https://www.akselaran.co.id/blog/mempertahankan-bisnis/>

Saya sangat sependapat dengan cara pertahanan Bisnis di atas.

1. Menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Pelanggan yang sudah pernah memakai bisnis kita di simpan nonya dan dikabari melalui wa jika ada promo untuk barang yang kita jual. Dan bisa bayar di rumah untuk kenyamanannya.
2. Promosi yang tepat.
Tepat sasarannya, siapa kalangan pemakai produk kita, dan bisa dengan cara kita promosi dengan jasa selebgram atau artis-artis yang banyak pengikutnya.
3. Kita harus beda dengan yang lain bagaimana kreatifnya metode pemasaran Kita Misalkan dengan mengadakan hadiah Give away dengan syarat agar seseorang membagikan status atau bisnis kita di stori ig atau fb mereka, sehingga bayanyak yang tau,
Memberikan diskon beli 2 gratis 1. Atau lomba2 yang berkaitan dengan produk bisnis kita

4. Kelola keuangan bisnis dengan baik, sedikit apapun pendapatan harus ada pencatatan supaya didalam bisnis kita tetap teratur jadi kita tau berapa keuntungan atau kerugian dan bagaimana agar meningkatkannya.
5. Jangan Pernah berhenti jangan. Pernah menyerah. Karena setiap bisnis akan mengalami jatuh bangun dan tanamkan pikiran bahwa pandemi ini tidak selamanya dan berapa banyak yang kita bantu dengan bisnis kita. Selalu berusaha dan cari motivasi-motivasi baru.

Dari Kementerian Keuangan Indonesia, Asian Development Bank hingga Dana Moneter Internasional (IMF) memprediksi ekonomi Indonesia akan tumbuh di atas 5 % di tahun 2012. Empat hal yang perlu diperhatikan dalam menyusun strategi bisnis yaitu:

1. Mencermati manajemen pendapatan dengan ketat
2. Melakukan optimalisasi biaya
3. Memastikan manajemen SDM
4. Memastikan kesiapan infrastruktur pendukung

Berikut ini langkah yang akan ditempuh dalam menghadapi pandemic Covid-19 yaitu:

1. Tunjukkan kepedulian
Dengan jalan memberikan dukungan kepada korban yang tertimpa pandemic covid-19 serta bantuan seperti sembako, pembuatan spanduk tentang bahaya Pandemi covid -19 dan tersedianya tempat cuci tangan dengan menggunakan air bersih dan sabun antiseptik. Ini merupakan bentuk kepedulian suatu usaha terhadap pandemic covid -19.
2. Melakukan transaksi online
Untuk mengurangi penyebaran virus covid-19 maka dilakukan transaksi secara online melalui m- banking atau internet banking.
3. Menjaga kaji ulang Anggaran dan jaga cashflow
Ini diperlukan agar usaha yang sedang dijalankan tetap berjalan.
4. Menjalankan strategi penjualan ke online
Cara ini merupakan yang paling strategi dalam rangka menghadapi pandemic covid-19, karena hampir seluruh usaha melakukan penjualan secara online.

Contoh:

Pada usaha Pempek dan kerupuk Risky Palembang



Pempek dan Kerupuk Rizky Palembang yang terletak di Jalan Ki. HM. Asyik No. 56 Kelurahan 3-4 Ulu Kecamatan Seberang Ulu I Kota Palembang Sumatera Selatan 30255. Ini merupakan salah satu UKM di Kota Palembang yang bergerak di bidang makanan Khas Palembang. Usaha ini dimulai pada tahun 1992-an yang dirintis oleh Hj Yanti Mala (cek Mala). Produk andalan Rizky adalah Kerupuk Batok, Kempelang Goreng, Kempelang Panggang, Rempesa, Pempek, Model, Tekwan dan Produk terbaru yaitu kemplang lidi yang semua terbuat asli dari Ikan gabus. Sebelum wabah pandemi Covid -19 melanda, pempek Rizky telah melakukan penjualan lewat online seperti via Whatsapp, Instagram dan Facebook. Pada saat Pandemi Covid-19 melanda penjualan dilakukan melalui online serta tidak melayani makan ditempat. Pempek dan Kerupun Rizky juga mengeluarkan produk baru berupa minuman yang terbuat dari Sari kunyit. Yang merupakan minuman untuk meningkatkan daya tahan tubuh dalam menghadapi pandemi covid 19.

- <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4245267/strategi-bisnis-komprehensif-melawan-krisis-pandemi-covid-19-dari-otomotif-sampai-hotel>
- <https://www.sirclo.com/strategi-mempertahankan-bisnis-di-tengah-pandemi-covid-19/>
- <https://kemplangrizky.wordpress.com/paket-pempek-dan-kemplang/>

Nama : Doni Pramana
Kelas : MM34B
NIM : 192510013
Mata Kuliah : Manajemen Strategik
Dosen : Dr. Muji Gunarto, S.Si., M.Si.

Soal:

1. Menurut Anda, strategi apa yang paling tepat untuk diterapkan pada industri di saat pandemi Covid-19 seperti ini. Jelaskan dengan refrensinya !

Jawaban:

Wabah penyakit virus corona (Covid-19) yang melanda dunia sejak awal tahun telah mengguncangkan kehidupan masyarakat sehari – hari. Data terakhir di hari Rabu, 24 Juni 2020 untuk kasus Covid-19 di Indonesia menunjukkan, sebanyak 49.009 orang terkonfirmasi virus corona, lalu korban meninggal dunia sebanyak 2.573 orang, dan yang sembuh sebanyak 19.658 orang. Bukan hanya mengancam nyawa, wabah virus corona juga banyak memukul banyak sekali berbagai aspek kehidupan manusia. Mulai dari sektor perekonomian, industri, pariwisata, transportasi, dan lain – lain.

Himbaun dari pemerintah dengan #DiRumahAja mulai dari beberapa aktivitas seperti bekerja, bersekolah, hingga beribadah pun dilakukan untuk meminimalisir penyebaran virus ini. Tidak sedikit juga gara – gara virus ini mempengaruhi roda bisnis dan tidak sedikit pula pelaku bisnis terpaksa merumahkan beberapa pegawai ataupun memotong gaji mereka untuk keberlangsungan operasional perusahaan.

Ada beberapa strategi yang dapat dilakukan pada industri di saat terdampak pandemi Covid-19 ini:

1. Periksa kondisi keuangan

Belum dapat dipastikan kapan pandemi ini akan berakhir, maka perlu dilakukan pemeriksaan mendalam terhadap kondisi keuangan bisnis Anda. Hal yang perlu dipastikan terlebih dahulu adalah posisi likuiditas bisnis Anda.

Anda harus memastikan seberapa besar likuiditas yang Anda miliki dan seberapa lama likuiditas tersebut dapat menghidupi bisnis Anda.

2. Periksa status Aset dan Hutang

Buatlah rincian yang mencakup jumlah asset dan jumlah hutang, lalu kurangi asset dengan jumlah hutang. Dengan begitu, dapat diproyeksikan keberlangsungan usaha tersebut.

Pemerintah pun membuat sebuah dukungan untuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) saat ini yaitu program pinjaman untuk membantu meringankan dampak wabah Covid-19 terhadap usaha industri. Hal ini dapat menjadi solusi apabila kondisi keuangan usaha Anda mengalami gangguan signifikan.

3. *Business Plan* baru

Buatlah business plan baru yang memuat strategi pemasaran, strategi distribusi, sistem permodalan, dan lain lain. Sebagai pelaku usaha, di masa Covid-19 seperti ini selalu dapat mengantisipasi dan beradaptasi dengan keadaan sekarang. Sebagai contoh, dapat menerapkan strategi digital marketing untuk menghemat pengeluaran dan strategi distribusi untuk memperluas jangkauan bisnis.

4. Mencatat pengeluaran

Mencatat pengeluaran disini yaitu mencatat pengeluaran – pengeluaran dan mengalihkan pengalokasian pengeluaran tersebut ke beberapa pos penting yang menyangkut keberlangsungan usaha seperti ke tambahan modal atau investasi.

5. Lakukan manajemen resiko

Guna merumuskan manajemen resiko yaitu menghadapi potensi kerugian yang mungkin terjadi akibat resiko bisnis. Beberapa strategi manajemen resiko antara lain: menanggung sendiri kerugian yang mungkin disebabkan oleh sebuah resiko, menghindari resiko, mengurangi potensial resiko, dan mengalihkan pengelolaan resiko dan kerugian yang timbul kepada pihak kedua.

Sumber:

<https://tirto.id/5-tips-dan-strategi-bisnis-di-tengah-pandemi-covid-19-fdSF>

Line Today, Hari Rabu, 24 Juni 2020

TUGAS 6 M.STRATEGIK

Strategi yang paling tepat untuk diterapkan pada industry di saat Pandemi Covid-19 yaitu dengan lebih memprioritaskan strategi digital yaitu teknologi seperti aplikasi mobile dan E-Commerce bisa hadir di kanal penjualan alternative. Apalagi jika teknologi tersebut terintegrasi ke multiple production plant, logistic distribusi hingga home delivery.

Karena kondisi ekonomi yang semakin terbatas, konsumen menjadi lebih pemilih, terutama untuk produk-produk yang sifatnya sekunder atau gaya hidup. Konsumen akan mencoba alternatif produk yang lebih murah atau yang bisa memberikan nilai kesehatan yang lebih baik. Wajar makin banyak kita melihat brand yang jadi hard selling dan mengaitkan produknya dengan kualitas kesehatan. Ini agar bisa lebih diterima konsumen, supaya operasional produksi tidak berhenti, production plant juga bisa dialihfungsikan produksinya ke produk-produk terkait yang bisa cepat diserap pasar.

Strategi konten yang merupakan strategi bisnis efektif yang wajib dikembangkan secara matang dan diimplementasikan dengan benar. Strategi konten ini melibatkan pengembangan konten blog, email marketing, dan aktivasi media sosial yang relevan untuk bisnis di era saat ini. Salah satu aspek penting dari strategi ini adalah jangan hanya memproduksi dan mendistribusikan konten saja, namun juga harus responsif terhadap setiap interaksi yang terjadi dari setiap konten tersebut.

Dengan tetap mengikuti protokol kesehatan dan roda ekonomi tetap terus berjalan dengan mengkondisikan "New Normal", karena orang yang sukses itu bukanlah yang selalu mencari kambing hitam dari suatu keadaan melainkan orang yang selalu berupaya beradaptasi dalam bersolusi dari semua keadaan. Hingga strategi bisnis yang tepat pada saat ini adalah dengan menerapkan strategi 5P dari seorang profesor studi manajemen McGill University Hendry Mintzberg di Montreal, Kanada yaitu :

1. Position (Posisi),

Posisi perusahaan seperti apa yang dapat dicapai selama dan setelah pandemi ?

- Yaitu perusahaan menyusun keputusan-keputusan strategis yang smart untuk mengetahui kondisi pasar saat ini, peran apa yanggg dimainkan dalam ekosistem dan siapa kompetitor utama perusahaan ?

- Dapatkah perusahaan menghentikan kegiatan operasional dan mengaktifkan kembali tanpa ada yang berubah setelah pandemi ?

- Apakah perusahaan akan bangkrut atau justru akan tampil sebagai pemimpin pasar karena perkembangan perusahaan yang terjadi selama masa lockdown ? dengan pertanyaan-

pertanyaan diatas dapat digunakan untuk mengukur ketahanan perusahaan sehingga pihak perusahaan dapat menyusun langkah mapping posisi perusahaan ketika pandemi ini mereda.

Tapi ada banyak perusahaan yang mempertanyakan kelangsungan usahanya pasca pandemi, termasuk diantaranya bisnis travel, hospitality dan industri event organizer. Namun ada juga banyak perusahaan justru meningkat pertumbuhan bisninsnya karena jenis usaha/produk yang ditawarkan sangat dibutuhkan dalam situasi pandemi ini, seperti peralatan home office, peralatan komunikasi berkemampuan internet, dan layanan home delivery.

2. Plan (Rencana),

Apa rencana perusahaan untuk bangkit kembali dari pandemi ini ?

Adalah suatu tindakan yang menunjukkan langkah menuju posisi yang ingin dicapai. Rencana dalam hal ini harus dapat menjelaskan apa yang perlu perusahaan lakukan hari ini untuk mencapai tujuan besok. Atau dapat dikatakan apa yang harus perusahaan lakukan untuk dapat melalui krisis dan mampu kembali ke bisnis ketika krisis berakhir ?

3. Prespective (Perspektif),

Bagaimana budaya dan identitas perusahaan akan berubah ?

Ini dapat diartikan bagaimana perusahaan dapat melihat dunia dan diri sendiri. Sangat besar kemungkinan budaya dan identitas perusahaan akan berubah akibat pandemi. Krisis dapat menyatukan orang-orang sekaligus memfasilitasi semangat “Ketahanan” secara bersama-sama, tetapi juga dapat menjadikan orang terpisah karena setiap individu saling tidak percaya satu sama lain dan sebagian besar hanya peduli dengan diri mereka sendiri. Pada kondisi seperti ini sangat penting untuk mempertimbangkan bagaimana perspektif perusahaan.

- Seberapa siapkah budaya dalam perusahaan mampu menghadapi krisis ?

- Apakah situasi yang sedang berlangsung mampu menyatukan karyawan atau justru sebaliknya ?

- Apakah karyawan akan melihat perusahaan dengan pandangan yang berbeda ketika krisis ini selesai ?

4. Projects (Proyek),

Proyek apa yang perusahaan butuhkan untuk memulai, menjalankan dan berkoordinasi ?

Proyek yang dimaksud adalah yang dapat mengatasi masalah yang perusahaan hadapi dampak dari pandemi Covid-19, dan tantangannya adalah bagaimana memprioritaskan dan mengoordinasikan inisiatif-inisiatif yang dapat mempertahankan masa depan perusahaan. Untuk memulai serangkaian proyek harus berhati-hati jika bergantung pada critical resources yang sama, yang mungkin saja individu tertentu seperti top manager atau departemen tertentu seperti IT department. Jika terlalu banyak inisiatif dapat berakhir dengan “perang” antar

sumber daya yang dapat memperlambat atau bahkan menggagalkan langkah strategis yang akan ditempuh.

5. Preparedness (Kesiapan)

Apakah perusahaan siap dan mampu menyelesaikan proyek yang telah dirancang, terutama jika sebagian besar tim dalam perusahaan sudah Work From Home (WFH) ? Ada perbedaan besar dalam hal kesiapan di tingkat individu, tim, perusahaan maupun nasional. Sumber daya yang ada, dan juga kecepatan dan kualitas proses pengambilan keputusan sangat bervariasi, dan perbedaan tersebut akan menentukan siapa yang akan mencapai target dan siapa yang berakhir kurang sukses.

Ini adalah contoh lembar kerja seputar 5 pertanyaan strategis diatas, yang akan dapat membantu perusahaan untuk merencanakan langkah saat ini dan masa depan. Sangat penting bagi perusahaan dalam menentukan kebijakan kenaikan harga apakah akan berdampak pada hubungan jangka panjang kepada konsumen kelak.

Lembar kerja yang dibutuhkan untuk membuat strategi-strategi apa saja selama krisis, setelah krisis dan pada saat new normal.

Position (Where to go)			
Plan (What to do)			
Perspektive (What we see)			
Projects (What to prioritize)			
Preparedness (How to get ready)			
	During the crisis	Right after the crisis	New normal

Referensi :

<https://www.jurnal.id/id/blog/strategi-bisnis-yang-efektif-untuk-menang-dalam-persaingan/>

<https://www.insightgroup.co.id/2020/04/20/5-pertanyaan-untuk-mempersiapkan-bisnis-anda-setelah-pandemi-dunia-berakhir/>

STRATEGI APA YANG PALING TEPAT UNTUK DI TERAPKAN PADA INDUSTRI DI SAAAT PANDEMI COVID-19 SEPERTI INI. JELASAKAN DENGAN REFERENSINYA

Penyebaran covid-19 yang cepat memang merubah interaksi antara bisnis dan pelanggan. Banyak bisnis mulai merasa penurunan penjualan yang drastis atau bahkan tidak memiliki pelanggan sama sekali karena pelanggan sudah mulai beraktivitas di rumah mereka masing-masing. Tetapi, keberlanjutan bisnis harus tetap dilakukan agar bisnis dapat dipertahankan. Mempertahankan bisnis yang berarti juga memperjuangkan penjualan selama wabah Virus Corona memang tidak mudah. Banyak yang bertanya-tanya bagaimana bisnis menjual produk di minggu atau bulan mendatang.

Berikut beberapa strategi penjualan yang efektif untuk memastikan bahwa bisnis UKM Anda tetap berjalan.

1. Hormati dan Perkuat Hubungan Anda dengan Pelanggan

Hormati dan Perkuat Hubungan Anda dengan Pelanggan - Strategi Penjualan yang Efektif saat Pandemi Covid-19.

Penting untuk menghormati hubungan dan dukungan Anda kepada pelanggan di waktu seperti sekarang. Minggu-minggu ini, email atau pun notifikasi smartphone pelanggan akan dibanjiri dengan pembaruan dari Virus Corona. Baik dari perusahaan tempat mereka bekerja ataupun online shop kesayangan mereka. Untuk itu, jangan mengeksploitasi krisis menjadi sebuah kesempatan yang dilebih-lebihkan. Pakai bahasa yang lebih sopan dan coba lebih dekati apa yang mereka rasakan.

Misalnya, Anda dapat mengirim email dengan membuatnya secara pribadi dan sesingkat mungkin dengan pesan inti “Kami di sini untuk mendukung Anda. Beri tahu kami bagaimana kami bisa membantu Anda.” Intinya, tetap perkuat hubungan Anda dengan menanyakan kabar mereka tapi jangan terlalu berlebihan karena bisnis tetap ingin menghormati pelanggan.

2. Buat Promosi Penjualan yang Tepat

Buat Promosi Penjualan yang Tepat - Strategi Penjualan yang Efektif saat Pandemi Covid-19.

Ini adalah waktu yang tepat untuk memperkuat nilai dari produk yang Anda jual. Jika Anda dapat mengembangkan promosi penjualan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan di tengah krisis Virus Corona ini, dengan sendirinya, pelanggan akan datang sendiri kepada bisnis Anda. Sebaiknya, gunakan media digital saat melakukan promosi karena pelanggan lebih banyak menghabiskan waktu dan beraktivitas di rumah. Waktu untuk melihat smartphone atau melihat TV akan lebih banyak dihabiskan dibanding hari-hari biasanya.

3. Cara dan Strategi Penjualan yang Kreatif

Cara dan Strategi Penjualan yang Kreatif - Strategi Penjualan yang Efektif saat Pandemi Covid-19.

Selain promosi yang Anda gunakan tepat, buatlah cara dan strategi penjualan yang kreatif. Dengan membuat pelanggan tetap melihat cara Anda mempresentasikan produk UKM Anda. Entah melalui video yang sedih, lucu atau unik, melalui meme yang lucu, melalui email yang menarik dan berbagai cara lainnya yang disesuaikan kembali dengan target pasar produk bisnis Anda. Berbeda target, berbeda cara mendekatinya.

Misalnya, Anda dapat membuat video unik dengan cerita yang lucu. Anda tidak perlu terlalu memasarkan produk secara eksplisit. Buat saja cerita yang unik, lucu dan menarik agar pelanggan selalu ingin menonton video penjualan Anda setiap Anda memposting di media sosial atau media lainnya.

4. Jangan Panik dan Jangan Berhenti Menjual

Jangan Panik dan Jangan Berhenti Menjual - Strategi Penjualan yang Efektif saat Pandemi Covid-19.

Hindari kepanikan atas pandemi Virus Corona ini dan berhentilah berasumsi bahwa bisnis Anda akan segera bangkrut karena adanya penurunan penjualan. Banyak bisnis diambang kepanikan karena adanya isu-isu Virus Corona di luar sana. Anda tetap harus menjual produk UKM dan mencari calon pelanggan dengan berbagai cara yang dapat menarik hati pelanggan untuk tetap membeli produk UKM Anda. Kehidupan mungkin saja tidak sepenuhnya normal kembali. Jadi, cari cara agar Anda dapat beradaptasi dan tetap berbisnis.

Setelah Anda mengetahui strategi penjualan yang efektif selama masa pandemi Virus Corona. Sebaiknya Anda juga mulai memperhatikan pembukuan bisnis UKM Anda. Terlebih, dengan mempertimbangkan strategi penjualan apa yang akan dilakukan, Anda juga harus terus melihat bagaimana kondisi keuangan bisnis Anda. Untuk itu, gunakan pembukuan digital seperti Jurnal, dengan sistem yang otomatis ini akan mempercepat segala strategi dan keputusan yang diambil dalam berbisnis.

Untuk meminimalisir kerugian yang terjadi, berikut ini beberapa strategi agar bisnis Anda tetap berjalan dengan baik selama wabah COVID- 19.

1. Periksa kondisi keuangan

Tidak ada yang bisa memastikan kapan wabah COVID-19 ini akan berakhir. Lakukan pemeriksaan mendalam terhadap kondisi keuangan bisnis Anda. Hal yang perlu Anda pastikan terlebih dahulu adalah posisi likuiditas bisnis Anda. Likuiditas adalah sejumlah dana atau asset likuid yang dapat dengan cepat

Anda gunakan untuk membayar kewajiban jangka pendek termasuk untuk keperluan dalam keadaan darurat (emergency fund). Anda harus memastikan seberapa besar likuiditas yang Anda miliki dan seberapa lama likuiditas tersebut dapat menghidupi bisnis Anda.

2. Periksa status aset dan hutang

Dalam kondisi seperti ini, Anda pasti akan mengukur kemampuan usaha Anda mampu bertahan dalam kondisi sulit. Buatlah rincian yang mencakup jumlah aset dan jumlah hutang Anda. Kemudian, kurangi jumlah aset dengan jumlah hutang Anda. Dengan begitu, Anda dapat memproyeksikan keberlangsungan usaha Anda. Perlu diingat bahwa salah satu dukungan pemerintah untuk UMKM saat ini adalah program restrukturisasi pinjaman untuk membantu meringankan dampak wabah COVID-19 terhadap bisnis Anda. Hal ini dapat menjadi solusi apabila kondisi keuangan bisnis mengalami gangguan signifikan.

3. Buatlah business plan baru

Sebagai pelaku usaha, Anda harus selalu dapat mengantisipasi dan beradaptasi terhadap perubahan atau risiko yang mungkin terjadi pada bisnis Anda. Setelah Anda dapat memproyeksikan keberlangsungan usaha Anda. Buatlah business plan baru yang memuat strategi pemasaran, strategi distribusi, sistem pemodal dan pola pengeluaran. Dengan begitu, Anda dapat meningkatkan kemampuan usaha Anda untuk bertahan saat kondisi keuangan sulit. Anda dapat mencoba menerapkan strategi digital marketing untuk menghemat budget promosi dan strategi distribusi untuk memperluas jangkauan bisnis Anda.

4. Catat pola pengeluaran

Pengeluaran sendiri terbagi menjadi 4 pos yaitu primer berkaitan dengan biaya operasional, kewajiban berkaitan dengan upah atau gaji pekerja, sekunder, dan investasi. Tandai beberapa pengeluaran sekunder dan alihkan pengalokasian pengeluaran tersebut untuk modal tambahan atau investasi.

5. Lakukan Manajemen Risiko

Guna merumuskan strategi untuk menghadapi potensi kerugian yang mungkin terjadi akibat risiko bisnis, pertama-tama Anda harus menganalisa risiko apa saja yang mungkin terjadi pada bisnis Anda. Adapun beberapa strategi manajemen risiko antara lain: menanggung sendiri kerugian yang mungkin disebabkan oleh sebuah risiko, menghindari risiko, mengurangi potensi risiko dan yang terakhir adalah mengalihkan pengelolaan risiko dan kerugian yang mungkin timbul kepada pihak kedua.

<https://www.jurnal.id/id/blog/strategi-penjualan-yang-efektif-saat-pandemi-covid-19/>

Nama : Paizurahman
NIM : 192510031
Kelas : Reguler B
Angkatan : 34
Mata Kuliah : Management Strategik

Strategi apa yang paling tepat untuk di terapkan pada Industri di saat Pandemi Covid-19 seperti ini ?

Pada dasarnya, wabah Corona ini cukup membuat ekonomi berbagai negara terpukul karena ekosistem bisnis yang sedang terhambat. Strategi yang paling tepat untuk diterapkan pada Industri di tengah pandemi virus Corona yaitu ;

1. Tetap Terhubung dengan Pelanggan melalui Media Sosial

Dalam momen-momen kritis ini rasanya kita semua terkena dampak wabah virus corona. Toko-toko sepi, pusat perbelanjaan, bioskop, atau cafe-cafe kehilangan pengunjung karena semua mengunci diri di rumah masing-masing yang otomatis berdampak langsung pada bisnis industri baik kecil maupun besar. Sebelum kita terdampak secara langsung, tentu kita harus mengambil tindakan pencegahan. Waktu seperti ini adalah waktu yang tepat untuk benar-benar menunjukkan empati kepada orang lain dan membantu selagi kamu bisa. Kamu harus peka dan tidak terlalu memaksa dalam penjualan dengan melakukan hard selling, tetapi ini adalah peluang besar bagi brand kamu untuk menonjol dengan tetap aktif dan terhubung dengan audiences kamu di media sosial. Dengan banyaknya orang yang mengkarantina diri, penggunaan media sosial menjadi semakin aktif karena media sosial adalah salah satu cara untuk tetap terhubung dengan banyak orang meskipun kita tidak bisa meninggalkan rumah. Hal ini dapat menjadi potensi yang bisa bisnis kamu gunakan dengan berkontribusi memberikan layanan gratis selama periode tertentu (*free trial*), membantu orang-orang yang membutuhkan, atau memberikan konten positif yang bersifat memotivasi dan menghibur. Pastinya jangan lupa untuk promosikan perbuatan baik ini dengan media sosial untuk membantu membangun brand kamu.

2. Pastikan Bisnis Anda Dapat Ditemukan *Online*

Di tengah gerakan social distancing dan #dirumahaja, tentu ada lebih banyak orang yang sedang online saat ini. Secara umum, lalu lintas pencarian secara online meningkat secara signifikan selama seminggu terakhir dan akan terus naik selama massa masih berada di rumah masing-masing. Semua orang berburu informasi terbaru melalui ponsel dan komputer masing-masing, termasuk belanja online, yang juga jadi cara untuk menghabiskan waktu. Pastikan brand kamu mudah ditemukan di media sosial, bahkan di halaman-halaman utama mesin pencarian online.

3. Jadi yang Lebih Depan dibandingkan Kompetitor

Baik secara campaign, pesan sosial, atau pun online presence dalam mesin pencarian, usahakan untuk selalu jadi yang tampil pertama dan bisa diperhaikan oleh target audience mu sehingga fokus target pelanggan adalah ke brand kamu dan bukan ke kompetitor. Untuk mencapai tahap ini, butuh strategi dan timeline yang harus dipersiapkan sebaik dan serapi

mungkin. SEO dan Iklan PPC secara digital bisa dipertimbangkan sebagai langkah taktis dalam mewujudkan objektif ini, namun lebih baik lagi jika dikombinasikan dengan strategi iklan lain yang dapat diluncurkan pasca wabah ini berakhir untuk meningkatkan brand recall pelanggan terhadap brand kamu dan membuat bisnismu jadi yang terdepan dan paling diingat. Kombinasi digital dengan iklan luar ruang akan sangat efektif untuk hal ini.

4. Beri Penawaran Khusus seperti Diskon

Dalam periode dan kondisi yang tidak pasti seperti ini, menarik pelanggan sebanyak mungkin adalah upaya yang bisa membantu bisnis kamu dalam kurva yang stabil. Ya, daya-beli saat ini sedang naik-turun, sehingga untuk bisa mendapatkan pemasukan dan menjaga pelanggan kamu adalah dengan menawarkan diskon khusus yang akan membantu pendapatan kamu terus mengalir. Tentukan produk yang paling diminati dan buat penawaran khusus, bisa untuk menjaring pelanggan baru, atau sebagai cara mempertahankan pelanggan untuk tetap melakukan pembelian. Kemas diskon secara menarik dan sampaikan kepada pelanggan kamu melalui media sosial atau channel lainnya.

5. Menjadi Brand yang Tanggap Situasi

Dalam situasi yang berubah-ubah seperti saat ini, cara untuk membuat bisnis kamu tetap lancar adalah dengan menumbuhkan empati. Berilah transparansi kepada konsumen mengenai upaya yang dilakukan dalam situasi saat ini. Kalau kita memiliki rumah makan atau bisnis catering misalnya, sampaikan bahwa kita telah melakukan sesuai prosedur seperti chef dan tim yang menyiapkan makanan wajib memakai sarung tangan, masker, dan kotak makan yang teruji bersih. Atau bila kamu memiliki bisnis offline, sampaikan kepada pelanggan bahwa kita kini membuka layanan online untuk mendukung kegiatan #dirumah aja dan sebagainya.

6. Gunakan Waktu Ini untuk Mengatur Kembali Brand Anda

Sekarang mungkin kita tidak ke kantor atau meeting dengan klien dan jadwal kita jadi banyak kosong. Waktu ini dapat digunakan secara lebih produktif untuk mengatur ulang segala suatu tentang bisnis kamu. Bisa dari mengatur strategi promosi ke depannya, merombak tampilan website, atau menentukan objektif baru bagi bisnis kita.

7. Mempersiapkan Langkah Marketing Efektif untuk Bangkit Berbisnis

Seperti badai, wabah corona pun pasti akan berlalu. Contohnya saja, di China saat ini menyatakan bahwa negaranya sudah bersih dari virus corona, dengan tidak adanya penambahan kasus dalam beberapa waktu belakangan ini, setelah 3 bulan berjuang melawan wabah. Pada saat ini mungkin Indonesia sedang mengalami gelombang finansial dan kesehatan yang cukup terombang-ambing, tapi bila kita berhasil melakukan #flatteningthecurve, saat itulah kondisi negara (dan finansial tentunya) akan kembali normal dan daya jual-beli akan stabil kembali. Mempersiapkan budget dan ide untuk iklan di luar ruang adalah langkah yang sudah bisa dipersiapkan dari sekarang untuk kembali membuat gebrakan brand kita nantinya.

Referensi:

<https://thriveagency.com/news/10-digital-marketing-ideas-to-consider-during-the-coronavirus/>

Strategi mempertahankan Bisnis di saat Pandemi Covid-19 seperti saat ini

Saat ini industri dihadapkan pada ancaman pandemi Covid-19 yang turut mempengaruhi jalannya proses bisnis usaha, manajemen dituntut untuk menganalisis dan menerapkan strategi baru untuk menyikapi situasi ini. Gerakan *physical distancing* berujung pada banyak orang tak berbelanja karena berdiam di rumah. Apabila permasalahan ini tak ditangani dengan baik, maka akan terjadi Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) yang tak terbendung. Pusat Penelitian Ekonomi LIPI (P2E LIPI) telah memprediksi bahwa pandemi virus corona akan memberikan dampak yang berarti pada UMKM Indonesia

Menurut Saya, Industri dapat menerapkan beberapa strategi di masa pandemi Covid-19 ini, diantaranya dengan :

1. Membentuk Dynamic organization dengan tetap bekerja di rumah

Dynamic organization adalah sebuah konsep yang dijalankan oleh beberapa organisasi dan perusahaan. Dynamic organization menjadi sebuah system yang tepat adalah karna sifat adaptability yang dapat terus dilakukan sesuai dengan perkembangan situasi.

Menurut pendapat saya membentuk dynamic organization sebagai reaksi atas menyebarnya wabah Covid-19, merupakan strategi yang tepat. Alih-alih memperburuk situasi dengan beroperasi ditengah kerumunan karyawan, akan lebih baik melakukan pengaturan kepada sekelompok karyawan yang tetap aktif untuk melakukan proses produksi dengan memenuhi protokol kesehatan serta menjaga kondisi dimana *psycal distancing* harus diterapkan dan memanfaatkan sebagian kekuatan lain secara individu dari rumah untuk terus mendorong organisasi tetap bergerak.

2. Strategi Pemasaran/Afiliasi

Afiliasi merupakan suatu strategi pemasaran dimana seorang Afiliator akan mengenalkan atau mempromosikan produk/jasa dari suatu usaha tersebut hingga ia mendapatkan kesepakatan penjualan dengan pelanggan. (Sofiana : 2020)

Afiliasi adalah salah satu strategi pemasaran yang sangat efektif pada masa pandemi Covid-19 karena dapat dilakukan di rumah saja dan bermodalkan gadget.

Selain itu, program afiliasi juga mampu menurunkan angka pengangguran akibat pandemi ini karena mereka tetap dapat bekerja meski di rumah. Hal tersebut akan sangat berdampak pada perekonomian Indonesia. Menjalankan usaha atau organisasi dengan program afiliasi tetap perlu adanya kontrol dan komunikasi antara anggota afiliasi dengan pelaku usaha. Hal tersebut dilakukan untuk mempertemukan maksud, tujuan, kendala, dan solusi sebagai keberlanjutan kerja dan organisasi kedepannya. Dalam suatu organisasi, komunikasi antar pihak masih sangat penting dan dibutuhkan sebagai strategi kedepannya.

3. Melalui Virtual

Virtual adalah proses bekerja dari sebuah tim yang terdiri dari para anggota yang tersebar dengan lokasi geografis berbeda dan terhubung umumnya melalui bantuan teknologi informasi dan komunikasi. Seluruh anggota tim dapat bekerja dari lokasi yang tidak terbatas dan terhubung dengan sarana komunikasi seperti *e-mail*, pesan teks, online *video-conference*, teknologi Internet lainnya, dan berbagai jenis perangkat lunak lain yang dapat dilakukan untuk berkolaborasi tanpa harus bertemu secara tatap muka.

Untuk meminimalisir kerugian yang terjadi, berikut ini beberapa strategi agar bisnis tetap berjalan dengan baik selama wabah COVID- 19.

1. Periksa kondisi keuangan

Lakukan pemeriksaan mendalam terhadap kondisi keuangan bisnis. Hal yang perlu dipastikan terlebih dahulu adalah posisi likuiditas bisnis. Likuiditas adalah sejumlah dana atau aset likuid yang dapat dengan cepat digunakan untuk membayar kewajiban jangka pendek termasuk untuk keperluan dalam keadaan darurat (*emergency fund*).

2. Periksa status aset dan hutang

Buatlah rincian yang mencakup jumlah aset dan jumlah hutang. Kemudian, kurangi jumlah aset dengan jumlah hutang. Dengan begitu, kita dapat memproyeksikan keberlangsungan usaha kita. Perlu diingat bahwa salah satu dukungan pemerintah untuk UMKM saat ini adalah program restrukturisasi pinjaman untuk membantu meringankan dampak wabah COVID-19 terhadap bisnis. Hal ini dapat menjadi solusi apabila kondisi keuangan bisnis mengalami gangguan signifikan.

3. Buatlah business plan baru

Sebagai pelaku usaha, kita harus selalu dapat mengantisipasi dan beradaptasi terhadap perubahan atau risiko yang mungkin terjadi pada bisnis. Buatlah business plan baru yang memuat strategi pemasaran, strategi distribusi, sistem pemodal dan pola pengeluaran. Dengan begitu, kita dapat meningkatkan kemampuan usaha untuk bertahan saat kondisi keuangan sulit. Kita dapat mencoba menerapkan strategi digital marketing untuk menghemat budget promosi dan strategi distribusi untuk memperluas jangkauan bisnis.

4. Catat pola pengeluaran

Pengeluaran sendiri terbagi menjadi 4 pos yaitu primer berkaitan dengan biaya operasional, kewajiban berkaitan dengan upah atau gaji pekerja, sekunder, dan investasi. Tandai beberapa pengeluaran sekunder dan alihkan pengalokasian pengeluaran tersebut untuk modal tambahan atau investasi.

5. Lakukan Manajemen Risiko

Guna merumuskan strategi untuk menghadapi potensi kerugian yang mungkin terjadi akibat risiko bisnis, pertama-tama harus menganalisa risiko apa saja yang mungkin terjadi pada bisnis.

Adapun beberapa strategi manajemen risiko antara lain: menanggung sendiri kerugian yang mungkin disebabkan oleh sebuah risiko, menghindari risiko, mengurangi potensi risiko dan yang terakhir adalah mengalihkan pengelolaan risiko dan kerugian yang mungkin timbul kepada pihak kedua.

Referensi: <https://inforial.tempo.co/info/1002932/strategi-mempertahankan-bisnis-di-tengah-pandemi-covid-19>

Di tengah masih tingginya kurva infeksi SARS-CoV-2 penyebab Covid-19, dengan dalih upaya memulihkan ekonomi yang lesu, pemerintah mengizinkan daerah zona hijau untuk menerapkan kenormalan baru.

Dalam penerapannya, pemerintah menggunakan kategorisasi berdasarkan kerentanan, yang dibagi menjadi empat zona, yakni zona hijau, kuning, oranye, dan merah.

selama pemberlakuan *new normal*, semua sektor wajib menerapkan protokol kesehatan. Contohnya, supermarket harus membungkus buah dengan plastik khusus. Di samping itu, di setiap restoran yang buka, pengunjung harus menjaga jarak fisik dan mengurangi kursi bagi pengunjung.

“Alat makan, seperti sendok dan garpu tidak boleh ada di meja dan kondisinya harus dibungkus dengan plastik khusus,” katanya.

World Health Organization (WHO) menyebut, ada enam syarat yang harus dipenuhi jika sebuah negara ingin menerapkan *new normal*. Pertama, pemerintah di suatu negara harus bisa membuktikan penularan virus sudah dapat dikendalikan.

Kedua, sistem kesehatan sudah mampu melakukan identifikasi, isolasi, pengujian, pelacakan kontak, dan karantina orang yang terinfeksi. Ketiga, risiko penularan harus bisa ditekan di wilayah atau tempat dengan kerentanan yang tinggi.

Keempat, menetapkan langkah-langkah pencegahan penularan di lingkungan kerja. Kelima, risiko terhadap kasus dari pembawa virus yang masuk suatu wilayah harus dapat dikendalikan. Keenam, masyarakat harus diberikan kesempatan untuk memberi masukan dan dilibatkan dalam proses masa transisi menuju *new normal*.

Selain rentan gelombang kedua penularan Covid-19, kata dia, potensi sebaran kasus juga bisa terjadi lagi di daerah yang selama ini sudah menurun atau rendah tingkat penularannya.

“Penyebaran virus tidak bisa diketahui, sementara penggunaan PCR (*polymerase chain reaction*) secara berkala tidak bisa diterapkan karena mahal,” kata Dono ketika dihubungi, Rabu (3/6).

Untuk mengetahui sebaran virus selama penerapan *new normal*, Dono menyarankan melakukan survei serologi, dengan *rapid test* secara massal.

Gelombang kedua terjadi pada September-November 1918. Saat itu, angka kematiannya meroket. Di Amerika Serikat, tercatat 195.000 orang meninggal hanya dalam bulan Oktober.

Gelombang kedua flu Spanyol menunjukkan apa yang disebut kurva W, jumlah kematian yang tinggi di usia muda dan tua. Terjadi lonjakan besar kematian orang berusia 25-35 tahun. Kematian yang besar, menurut para sejarawan, disebabkan oleh virus yang bermutasi dan disebarkan gerakan pasukan perang.

“Dengan melakukan survei semacam ini, kita bisa mengetahui prevalensi kejadian yang sudah terjadi di masyarakat. Dan kita juga bisa mengetahui pertumbuhannya,” tuturnya.

"Jadi, kalau kita bisa melakukan secara serial atau berkala, kita bisa mengetahui trennya. Kita bisa tahu berapa besar tingkat pertumbuhan infeksi atau imunitas masyarakat."

Berkaca pada sejarah, dunia pernah mengalami gelombang kedua pandemi influenza atau flu Spanyol yang mematikan pada 1918. Menurut Dave Roos dalam artikelnya "Why the Second Wave of the 1918 Spanish Flu Was So Deadly" di *History.com* edisi 29 April 2020, flu Spanyol menginfeksi 500 juta orang di seluruh dunia, dan membunuh hingga 50 juta orang dalam rentang dua tahun.

Pemberlakuan *new normal* atau kenormalan baru selama pandemi *virus corona* yang direncanakan pemerintah dinilai belum tepat. Sebab Indonesia masih belum aman dari penyebaran Covid-19.

"Seharusnya, mengacu persyaratan WHO, kalau kondisi jumlah kasus tidak naik selama dua minggu baru bisa dilonggarkan bahkan ada beberapa negara yang menetapkan pelonggaran dilakukan kalau sudah menurun selama satu bulan. Jadi sekarang kondisi di Indonesia belum aman untuk keluar dan bergerak, risikonya masih tinggi,"

Kasus positif virus corona (Covid-19) hingga Minggu (21/6) mencapai 45.891 kasus. Dari jumlah itu, 18.404 orang dinyatakan sembuh dan 2.465 orang lainnya meninggal dunia.

Jumlah kumulatif kasus virus corona sudah tembus 40 ribu lebih dalam kurun waktu tiga bulan sejak kasus pertama diumumkan 2 Maret 2020. Terhitung dari 1 Juni sampai 16 Juni lalu, jumlah kasus positif virus corona bertambah 13.927 kasus.

Nama : Satria Kencana

NPM : 192510041

Soal :

Menurut anda , strategi apa yang paling tepat untuk diterapkan pada industry disaat pandemic covid-19 seperti ini . jelaskan dengan refrensinya .

Jawab :

Penyebaran covid-19 yang cepat memang merubah interaksi antara bisnis dan pelanggann . banyak bisnis mulai merasa penurunan penjualan yaang drastis atau bahkan tidak memiliki pelanggan sama sekali karena pelanggan sudah mulai beraktivitas dirumah masing-masing . berikut beberapa strategi penjualan yang efektif untuk memastikan bahwa bisnis anda teta[p berjalan :

1. Hormati dan perkuat hubungan anda dengan pelanggan .

Pentingnya untuk menghormati hubungan dan dukungan anda keepada pelanggan diwaktu seperti sekarang . minggu-minggu ini , email ataupun notifikasi smartphone pelanggan akan dibanjiri dengan pembaruan dari virus corona . baik dari perusahaan tempat mereka bekerja ataupun onlineshop kesayangan mereka . untuk itu jangan mengeksploitasi krisis menjadi sebuah kesempatan yang dilebih-lebihkan , pakai bahasa yang lebih sopan dan coba lebih dekati apa yang mereka rasakan . misalnya anda dapat mengirim email dengan membuatnya secara pribadi dan sesingkat mungkin dengan pesan inti " kami disini untuk mendukung annda . beri tahu kami bagaimana kami bisa membantu anda " intinha perkuat hubungan anda dengan menanyakan kabar mereka /

2. Buat promosi penjualan yang tepat .

Ini adalah waktu yang tepat untuk memperkuat nilai dari produk yang anda jual . jika anda dapat mengembangkan promosi penjualan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan ditengah krisis virus corona ini , dengan sendirinya, pelanggan akan datang sendiri kepada bisnis anda . sebaiknya ggunakan media digital saat melakukan promosi karena pelanggan lebih banyak menghabiskan waktu dan beraktivitas dirumah .

3. Cara dan strategi penjualan yang kreatif .

Selain promos yang anda gunakan tepat, buatlah cara dan strategi penjualan yang kreatif. dengan membuat pelanggan tetap melihat cara anda memprestasikan produk UKM anda . entah melalui vidio yang sedih,lucu, atau unik , melalui meme yang lucu , melalui email yang menarik dan berbagai cara laainnya yang disesuaikan kembali denga target pasar produk bisnis anda . berbeda target berbeda cara mendekaatinya .

4. Jangan panik dan jangan berhenti menjualnya .

hindari kepanikan atas pandemi virus corona ini dan berhentilah berasumsi bahwa bisnis anda akan segera bangkrut karena adanya penurunan penjualan . banyak bisnis diambak kepanikkan karena adanya isu-isu virus ccorona diluar sana . anda tetap harus menjual produk UKM dan mencari calon pelanggan dengan berbagai cara yang dapat menarik hati pelanggan untuk tetap tetap membeli produk UKM anda . kehidupan mungkin saja tidak sepenuhnya normal kembali. jadi, cari cara agar andaa dapat beradaptasi dan tetap berbisnis .

**STRATEGI UNTUK DI TERAPKAN PADA INDUSTRI DI SAAT
PANDEMI COVID-19
MANAJEMEN STRATEGIK**



Oleh:

Nama : Sukamto
NIM : 192510007
Program : S2 Manajemen
Kelas : Reguler B (malam)
Angkatan : 34

UNIVERSITAS BINA DARMA
TAHUN AJARAN
2019--2020

Saat ini dunia mengalami guncangan hebat pada masa pandemi covid-19 hal tersebut juga dirasakan sektor industri terjadi kelumpuhan karena tidak bisa melakukan kegiatan usaha secara normal seperti sebelumnya kondisi tersebut diluar prediksi dan perkiraan. Dalam rangka menghadapi kondisi tersebut sektor bisnis dan industri perlu menerapkan strategi baru agar mampu bertahan pada masa pandemi covid-19 yang serba sulit. Pebisnis harus mampu merespon dan mampu beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen dalam situasi ditengah pandemi.

Lalu bagaimana dampaknya pada sektor bisnis dan industri? Ternyata tidak semua bisnis mengalami pertumbuhan negatif, ada pula yang mendapatkan pertumbuhan positif, berdasarkan data yang dilansir oleh lembaga survei Kantor Worldpanel Indonesia, 14 April 2020 lalu. Indonesia bisa belajar dari negara Tiongkok, di mana perubahan perilaku konsumen memaksa beberapa sektor bisnis untuk beradaptasi.

Beberapa strategi yang bisa diterapkan untuk bertahan di tengah situasi pandemi virus *corona*.

1. 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. Pandit mengatakan beriklan di media digital, *low budget* namun *high impact*, mengoptimalkan keterbatasan *budget* yang dimiliki oleh bisnis anda dengan menggunakan strategi pemasaran yang tepat sasaran. Misanya 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 pengikutnya.

2. *Change the strategy, not the budget.*

Jangan pernah berhenti beriklan meskipun di dalam situasi krisis, 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.

3. *Don't think outside the box. Think like there 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.

Referensi:

<https://inforial.tempo.co/info/1002932/strategi-mempertahankan-bisnis-di-tengah-pandemi-covid-19>

TUGAS DUA MANAJEMEN STRATEGIC

Nama : Supris Yudianto

NIM : 192510006

Kelas : Reguler B (malam)

Mata Kuliah : Manajemen Strategic

Strategi Apa Yang Paling Tepat Untuk Diterapkan Pada Industri Di Saat Pandemi Covid-19

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.

Lalu bagaimana dampaknya pada sektor bisnis dan industri? Ternyata tidak semua bisnis mengalami pertumbuhan negatif, ada pula yang mendapatkan pertumbuhan positif, berdasarkan data yang dilansir oleh lembaga survei Kantar Worldpanel Indonesia, 14 April 2020 lalu. Indonesia bisa belajar dari negara Tiongkok, di mana perubahan perilaku konsumen memaksa beberapa sektor bisnis untuk beradaptasi.

Ada beberapa langkah strategi pemasaran (contoh industri properti) ditengah pandemi virus corona saat ini, di antaranya adalah sebagai berikut :

1. Melalui media online

Kondisi saat ini hampir semua orang disarankan agar tetap berada di rumah. Sudah tentu orang akan lebih banyak waktu untuk mengakses berita-berita dari media online. Properti bisa diiklankan di portal-portal online yang banyak di akses orang. Tentunya dengan materi gambar atau video yang menarik agar orang dapat berkunjung ke iklan perusahaan tersebut.

2. Melalui Media Sosial

Banyak orang saat ini melakukan kegiatan di rumah akan tetapi komunikasi dengan orang lain akan tetap dilakukan agar silaturahmi tetap terjalin. Kondisi seperti ini sudah seharusnya dapat dimanfaatkan produk properti sebuah perusahaan diiklankan di platform media sosial seperti Facebook, Instagram, twitter, youtube dan lainnya. Untuk lebih maksimal iklan produk properti di media sosial memasukan materi baru sehari 3 kali dan dengan cara iklan berbayar agar lebih sering tampil di halaman depan iklan

3. SEO/Ads Google

Saat ini hampir semua orang jika mencari sesuatu di dunia online akan mengakses Google. Inilah waktu yang tepat bagi produk properti sebuah perusahaan diiklankan secara maksimal di Google. Agar iklan selalu tampil di halaman pertama bisa memanfaatkan SEO (Search Engine Optimization) dan Ads Google yang berbayar.

4. SMS / WA blast

Saat ini ratusan juta orang Indonesia telah menggunakan alat komunikasi berupa handphone. Produk properti sebuah perusahaan dapat diiklankan dengan cara mengirimkan SMS ataupun WA yang akan diterima langsung oleh target customer yang dituju. Tentukan profil calon pembeli sesuai dengan produk properti yang diiklankan agar iklan tersebut bisa maksimal dan tepat sasaran

5. Televisi

Banyaknya orang saat ini melakukan kegiatan dirumah, sudah tentu akan mengakses berita atau memilih hiburan di televisi. Ini juga bisa dipilih untuk mengiklankan produk properti sebuah perusahaan. Keunggulan dari iklan di televisikita bisa menampilkan produk properti dengan visual yang bagus sehingga bisa lebih menarik dan meyakinkan calon pembeli dengan jangkauannya yang sangat luas.

6. Tidak melakukan kegiatan pameran

Sumber penjualan properti dari kegiatan pameran tidak dipungkiri bisa menghasilkan lebih dari 50 %. Kondisi saat ini dimana semua orang disarankan untuk tidak bepergian dan

banyaknya mall yang dibatasi kegiatan operasinya bahkan sampai ditutup maka untuk kegiatan pameran seharusnya sementara ditiadakan. Anggaran pameran yang sudah direncanakan bisa dialokasikan untuk kegiatan iklan.

7. Pemberian diskon dan kemudahan cara bayar

Kebiasaan orang Indonesia dari berbagai macam kalangan jika membeli sesuatu produk akan menanyakan potongan harga atau diskon. Ini bisa dilakukan tentunya besarnya disesuaikan dengan hitungan harga jual setelah dikurangi biaya-biaya yang ada. Selain pemberian diskon, kemudahan cara bayar di properti juga sangat menentukan penjualan. Cara bayar di properti bisa lewat KPA / KPR bank atau langsung ke developer dengan cara bertahap. Selain itu saat ini OJK (Otoritas Jasa Keuangan) telah mengeluarkan himbauan kepada perusahaan perbankan atau pemberi kredit untuk melakukan relaksasi kredit dikarenakan kondisi saat ini. Di sebuah perusahaan properti bisa dilakukan misalnya dengan menerapkan cicilan bertahap dengan tempo yang agak panjang.

8. Pemberian hadiah langsung

Pada umumnya konsumen yang akan membeli sesuatu produk dengan harga ratusan juta biasanya selain diskon akan menanyakan hadiah. Ini bisa dilakukan dengan pemberian hadiah yang menarik berupa paket hadiah untuk merangsang calon pembeli agar bisa memutuskan untuk mengambil produk properti sebuah perusahaan

9. Kekuatan tim sales

Suatu produk apapun termasuk properti sangat mengandalkan tim sales, karena sales adalah ujung tombak yang akan memasarkan produk sebuah perusahaan kepada konsumen. Agar tercipta sales yang militan maka harus diberikan benefit-benefit yang menguntungkan. Selain memberikan pelatihan atau motivasi, kondisi saat ini tim sales juga harus diberikan sesuatu yang sangat menarik agar selalu bersemangat menjual produk properti sebuah perusahaan. Misalnya memberikan komisi yang lebih ditengah pandemi virus corona seperti saat ini dan paket hadiah menarik atau bentuk lainnya.

Tim sales juga perlu diberikan edukasi mengenai protokol kesehatan agar setiap bertemu dengan calon pembeli, adanya rasa kenyamanan baik dari sisi sales sendiri maupun customer.

Jadi dengan kondisi Pandemi Covid 19 saat ini, semua industry harus dapat mengalihkan strategi pemasaran produknya dengan menyesuaikan kondisi dimana masyarakat dianjurkan untuk lebih banyak berada di rumah demi kesehatan. Untuk itulah strategi pemasaran melalui media online dan sejenisnya yang dapat diakses dirumah atau dimanapun menjadi pilihan agar perusahaan dapat terus bertahan dalam bisnisnya di tengah kondisi Pandemi Covid 19.

Referensi: <https://inforial.tempo.co>

<https://www.harianproperty.com>

Vera Febriana

NPM 192510036

MM 34B

Menurut Anda, strategi apa yang paling tepat untuk di terapkan pada Industri di saat Pandemi Covid-19 seperti ini. Jelaskan dengan referensinya.

Pandemi COVID 19 melanda dunia pada akhir tahun 2019 dan mulai menyebar luas di Indonesia pada triwulan I tahun 2020, dalam analisis SWOT situasi ini merupakan ancaman (threats) eksternal, Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman merupakan pengganggu utama dalam posisi sekarang atau yang diinginkan oleh perusahaan (Miharja, K : 2018)

Dalam analisa SWOT ada 2 faktor yang mempengaruhi, yaitu faktor eksternal dan faktor internal. Faktor-faktor eksternal merupakan peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threats*) yang sedang dihadapi. (Miharja, K : 2018)

Menurut Farrel dan Harline (2005) fungsi analisis SWOT adalah untuk mendapatkan informasi dari analisis situasi dan memisahkannya dalam pokok persoalan internal (kekuatan dan kelemahan) dan pokok persoalan eksternal (peluang dan ancaman).

Saat ini industri dihadapkan pada ancaman pandemi Covid-19 yang turut mempengaruhi jalannya proses bisnis usaha, manajemen dituntut untuk menganalisis dan menerapkan strategi baru untuk menyikapi situasi ini.

Perekonomian Indonesia mulai carut marut, berbagai sektor industri sangat terpengaruh akibat wabah yang tak tertangani dengan sigap. (Sofiana : 2020)

gerakan *physical distancing* berujung pada banyak orang tak berbelanja karena berdiam di rumah. Apabila permasalahan ini tak ditangani dengan baik, maka akan terjadi Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) yang tak terbandung. Pusat Penelitian Ekonomi LIPI (P2E LIPI) telah memprediksi bahwa pandemi virus corona akan memberikan dampak yang berarti pada UMKM Indonesia. (Sofiana : 2020)

Pada masa pandemi Covid-19, adanya istilah WFH (Work From Home) meski pada kenyataannya tak semua pekerjaan mampu dikerjakan di rumah. Namun, di era modern ini, WFH bukanlah hal yang tidak mungkin karena telah banyak pemanfaatan teknologi yang mendukung supaya organisasi tetap dapat bekerja fleksibel dan menghasilkan.

Menurut Saya, Industri dapat menerapkan beberapa strategi di masa pandemi Covid-19 ini, diantaranya dengan :

1. Membentuk dynamic organization dengan tetap bekerja di rumah

Dynamic organization adalah sebuah konsep yang dijalankan oleh beberapa organisasi dan perusahaan. Dynamic organization menjadi sebuah system yang tepat adalah karna sifat adaptability yang dapat terus dilakukan sesuai dengan perkembangan situasi. (Adelia, M : 2020)

Menurut Dyer and Shafer (1999; chapter 2) Dynamic organization atau biasa disebut dengan agile organization adalah sebuah paradigma dalam melihat sebuah organisasi sebagai sesuatu yang adaptif dan terus berlanjut. Tujuan dari konsep ini adalah untuk memastikan seluruh operasi internal perusahaan dapat tetap berjalan beriringan dengan berbagai macam keberagaman, xexibility dan kondisi eksternal (Morgan, 1997; see also McGrath & Boisot, chapter 10).

Menurut pendapat saya membentuk dynamic organization sebagai reaksi atas menyebarnya wabah Covid-19, merupakan strategi yang tepat. Alih-alih memperburuk situasi dengan beroperasi ditengah kerumunan karyawan, akan lebih baik melakukan pengaturan kepada sekelompok karyawan yang tetap aktif untuk melakukan proses produksi dengan memenuhi protokol kesehatan serta menjaga kondisi dimana *psycal distancing* harus diterapkan dan memanfaatkan sebagian kekuatan lain secara individu dari rumah untuk terus mendorong organisasi tetap bergerak.

2. Afiliasi

Afiliasi merupakan suatu strategi pemasaran dimana seorang Afiliator akan mengenalkan atau mempromosikan produk/jasa dari suatu usaha tersebut hingga ia mendapatkan kesepakatan penjualan dengan pelanggan. (Sofiana : 2020)

Afiliasi adalah salah satu strategi pemasaran yang sangat efektif pada masa pandemi Covid-19 karena dapat dilakukan di rumah saja dan bermodalkan gadget.

Selain itu, program afiliasi juga mampu menurunkan angka pengangguran akibat pandemi ini karena mereka tetap dapat bekerja meski di rumah. Hal tersebut akan sangat berdampak pada perekonomian Indonesia. Menjalankan usaha atau organisasi dengan program afiliasi tetap perlu adanya kontrol dan komunikasi antara anggota afiliasi dengan pelaku usaha. Hal tersebut dilakukan untuk mempertemukan maksud, tujuan, kendala, dan solusi sebagai keberlanjutan kerja dan organisasi kedepannya. Dalam suatu organisasi, komunikasi antar pihak masih sangat penting dan dibutuhkan sebagai strategi kedepannya.

3. Virtual team

Virtual team adalah proses bekerja dari sebuah tim yang terdiri dari para anggota yang tersebar dengan lokasi geografis berbeda dan terhubung umumnya melalui bantuan teknologi informasi dan komunikasi. Seluruh anggota tim dapat bekerja dari lokasi yang tidak terbatas dan terhubung dengan sarana komunikasi seperti *e-mail*, pesan teks, online *video-conference*, teknologi Internet lainnya, dan berbagai jenis perangkat lunak lain yang dapat dilakukan untuk berkolaborasi tanpa harus bertemu secara tatap muka. (Adelia, M : 2020)

Dalam *virtual team*, antar afiliasi pasti akan terjadi persaingan dalam meraih penjualan sebanyak-banyaknya. Hal tersebutlah yang akan menjadi tantangan tersendiri, jika hal tersebut mampu dilalui dan dikomunikasikan dengan baik, maka dapat meningkatkan motivasi dan semangat kerja para anggota tim afiliasi dalam mencapai penjualan semaksimal mungkin. Jika program afiliasi berbasis *virtual team* tersebut dapat berjalan baik, dengan komunikasi, motivasi, dan semangat antar tim terjaga, maka manajemen mampu membentuk suatu organisasi yang *dynamic* sehingga mampu bersaing dan berjuang melawan krisis ekonomi di tengah pandemi Covid-19 sehingga akan berdampak terhadap perekonomian negara menjadi lebih baik.

Referensi :

Sukanta, T. (2020). Analisis Strategi Bersaing dan Strategi Bertahan pada Industri Mikro dan Kecil Panganan Keripik Kemasan di Kecamatan Coblong Kota Bandung Jawa Barat Tahun 2020 Ditengah Situasi Sulit Penyebaran Pandemi COVID-19. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen dan Akuntansi)*, 12(1), 37-53.

Shofiana, A. (2020). Implementasi Program Afiliasi Berbasis Virtual Team Dalam Umkm Sebagai Upaya Peningkatan Perekonomian Pada Masa Pandemi Covid-19 (Implementation Of Virtual Team-Based Affiliation Programs In Msmes As Efforts For Increasing The Economy In The Covid-19 Pandemic Period). *Available at SSRN 3590822*.

Muhammad Aminul KS, M. A. K. S. PERILAKU PRODUKSI DI TENGAH KRISIS GLOBAL AKIBAT PANDEMI COVID-19 DAN MEMANFAATKAN MEDIA ONLINE FACEBOOK SEBAGAI ALTERNATIF PASAR. *EMISI (Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi)*.

Miharja, K. (2018). Analisa SWOT Dalam Menentukan Strategi Bisnis Susu Murni Q-Milk. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 2(1), 30-38.

Adelia, M. (2020). IMPLEMENTASI ORGANISASI YANG DINAMIS DI TOKOPEDIA PADA ERA COVID-19 (Implementation of Dynamics Organization at Tokopedia in COVID-19 Era). *Available at SSRN 3620750*.