

Strategi Dunia Usaha dan Bisnis dalam Era New Normal

Edwin Zusrony^{a,1,*}, Wreda Agung Kuncoro^{b,2} Jaelani^{c,3}^{a,b} Universitas Sains dan Teknologi Komputer, Jl. Majapahit 605, Semarang, Indonesia^c STIE Studi Ekonomi Modern, Jl. Diponegoro No.69, Kartasura, Sukoharjo, Indonesia¹ edwin.zusrony@stekom.ac.id; ² wreda@stekom.ac.id; ³ Jaelani_SEMM_85@Gmail.com

* corresponding author

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Keywords:

Bisnis

New Normal

Dunia Usaha

Pandemi Covid-19

World economic conditions changed in early 2020, where the Covid-19 pandemic made several countries in the world experience recession. Indonesia has also experienced the impact of the Covid-19 pandemic, especially small businesses or SMEs which are the main pillars of the national economy. The community service webinar entitled business and business dynamics in the new normal era is expected to provide an overview for employers as well as workers or employees who have experienced termination of employment and can take various business opportunities that can be used as solutions to survive. Community service activities in the form of webinars were attended by up to 350 participants from various elements such as entrepreneurs, academics, students, and the general public. The resource persons consisted of four people with backgrounds of entrepreneurs, professionals and academics who provided material exposures about the business world in the era of the Covid-19 pandemic.

Pendahuluan

Era pandemi virus corona (covid-19) telah menyerang dunia di awal tahun 2020 yang diduga muncul berasal dari Wuhan di China. Virus corona (covid-19) yang melanda dunia dapat membuat seseorang dapat terkena gangguan pernafasan akut yang diberi nama oleh SARS-CoV-2 yang menyebabkan covid-19 (Cakranegara & Simbolon, 2020). Pada bulan Juni tahun 2020 Dana Moneter Internasional (IMF) memperkirakan pertumbuhan ekonomi dunia akan berada pada angka -3% (Ramadhanty, Nadya, Mustaqimah, & Yosintha, 2021). Kondisi di Indonesia juga banyak yang terdampak terutama UKM yang populasinya sangat besar dan selama ini menjadi penopang perekonomian nasional.

Pada era pandemi covid-19 banyak pelaku UKM di Indonesia mengalami penurunan omset karena menurunnya daya beli masyarakat yang dipengaruhi beberapa faktor diantaranya banyak pemutusan hubungan kerja (PHK). Di era pandemi hampir semua kegiatan dituntut dilakukan secara virtual dan walaupun harus bertatap muka maka wajib mematuhi PROKES (protokol kesehatan) dengan izin Satgas Covid-19 apabila kegiatan melibatkan massa yang banyak. Beberapa kebijakan pemerintah seperti Pembatasan Sosial Skala Besar (PSBB) maupun Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) untuk mengurangi penyebaran virus covid-19, dimana dunia usaha harus menyesuaikan beberapa aturan diantaranya pengurangan jumlah pengunjung yang makan di tempat dan wajib menerapkan *social distancing*. Berdasarkan rekomendasi WHO (badan kesehatan dunia) menganjurkan agar setiap orang wajib memakai masker untuk meminimalisir penyebaran covid-19 serta menjaga jarak minimal 1 meter. Kesadaran masyarakat di suatu negara akan menunjukkan seberapa tinggi tingkat keberhasilan dalam mengatasi pandemi covid-19 dan segera menuju pada era *new normal* (Arenawati, Listyaningsih, & Anggara, 2021). Dengan pertimbangan PROKES (protokol kesehatan) maka kegiatan ini dilakukan secara *online* untuk meminimalisir kerumunan massa.

Webinar ini mengambil topik dinamika dunia usaha dan bisnis di era *new normal*, dimana kegiatan ini melibatkan interdisiplin ilmu untuk memberikan sebuah gambaran dan solusi dalam dunia usaha di era *new normal* agar menemukan titik temu. Pembicara dalam webinar ini terdiri dari berbagai bidang ilmu, mulai dari bisnis, manajemen, teknologi komputer dan pendidikan.



Tujuan akhir yang diharapkan dari kegiatan ini adalah bertambahnya pemahaman para peserta terutama para pengusaha dalam memanfaatkan berbagai macam peluang agar dapat bertahan di era pandemi covid-19. Pemanfaatan *branding* yang bagus serta pemanfaatan teknologi informasi sebagai sarana dalam meningkatkan omset penjualan.

Pelaksanaan dan Metode

Dalam melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat menggunakan sarana daring atau secara online dengan mengadakan webinar yang dibantu dengan beberapa perangkat media sosial seperti Zoom Meeting dan Youtube. Webinar secara terminologi berasal dari 2 suku kata web dan seminar, yang memiliki arti pelatihan yang berlangsung dengan menggunakan jaringan internet sebagai media pendukung (Durahman & Muhammad Noer, 2019). Webinar dipilih sebagai salah satu solusi pelaksanaan kegiatan pada era pandemi covid-19 yang menuntut semua orang agar selalu menjaga jarak dan menghindari kerumunan untuk meminimalisir penyebaran kluster baru. Penyampaian materi dilakukan oleh narasumber menggunakan Microsoft Power Point yang langsung dibantu oleh operator Zoom Meeting dari STEKOM Official. Dalam webinar ini peserta diajak untuk selalu aktif dalam dialog dengan narasumber, dimana peserta diberikan ruang bertanya melalui fasilitas live chat di Zoom Meeting dan Youtube.

Dalam webinar pengabdian kepada masyarakat ini dapat diikuti secara bebas dan gratis bagi semua peserta dari berbagai kalangan, baik karyawan, pengusaha, mahasiswa, dosen, guru, dll. Panitia menggunakan berbagai media elektronik untuk memberikan informasi terkait kegiatan webinar ini, seperti Instagram, Telegram, Facebook, Youtube dan WhatsApp. Berikut beberapa tahapan atau step-step yang dilakukan dalam kegiatan webinar:

1. Preparation Stage

Para panitia menyiapkan sarana promosi berupa pamflet digital yang akan dibagi melalui berbagai media sosial sekaligus menyiapkan berbagai perangkat media sosial Zoom Meeting dan Youtube yang akan digunakan sebagai media webinar. Panitia juga mempersiapkan rundown acara, pengumpulan materi dari semua narasumber untuk disimpan dalam google drive, menyiapkan link url absensi peserta dan berkoordinasi dengan moderator.

2. Implementation Stages

Penyampaian materi dari beberapa narasumber menggunakan Microsoft Power Point dengan bantuan perangkat media sosial Zoom Meeting dan Youtube sebagai sarana daring. Setelah para narasumber menyampaikan beberapa materi kemudian akan diberikan kesempatan dalam bertanya yang dibantu oleh moderator dalam menyaring beberapa pertanyaan dari peserta.

3. Evaluation Stage

Tahapan terakhir dalam webinar ini semua peserta bisa memberikan saran yang membangun terkait kegiatan tersebut untuk perbaikan kedepannya.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan webinar pengabdian pada masyarakat melibatkan semua segmen khususnya para pengusaha dan eks karyawan yang mengalami PHK akibat pandemi covid-19. Materi pelatihan yang diberikan secara virtual sesuai dengan era new normal dimana saat ini dunia usaha wajib melek teknologi khususnya memanfaatkan *digital marketing* sebagai metode penjualan produk atau barang (Wardhana, 2015).

Webinar yang dilaksanakan membahas dinamika dunia usaha di era pandemi covid-19 dipromosikan melalui pamflet digital yang dilengkapi dengan QR barcode untuk pendaftaran serta kegiatan gratis untuk semua peserta dan juga mendapatkan sertifikat elektronik. Penggunaan berbagai media sosial seperti Facebook, Telegram, Instagram dan WhatsApp serta *website* milik Universitas STEKOM Official. Pamflet digital kegiatan webinar bisa dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Pamflet Digital

Kegiatan webinar berlangsung pada tanggal 27 Juni tahun 2020 yang bekerjasama antara Universitas STEKOM (dahulu bernama STEKOM) dengan STIE Studi Ekonomi Modern/STIE STEKOM (dahulu bernama STIE Trianandra Kartasura) melalui media Zoom Meeting dan juga Live Streaming Youtube. Acara ini memiliki tema: obrolan bisnis dinamika usaha dan Bisnis di Era *New Normal*.



Gambar 2. Peserta Kegiatan Webinar



Gambar 2. Peserta Kegiatan Webinar

Pelaksanaan webinar menggunakan beberapa perangkat elektronik dan media sosial dalam pemaparan materi oleh empat orang narasumber. Pembicara pertama adalah bapak Herwinto Chandra Sutantyo., MA., MBA yang membawakan materi tentang “Reinventing Self”, dimana beliau membahas tentang salah satu unit usaha yang dikelolanya PT. Geraiku Sarana Mulia yang

bidang usahanya menyederhanakan mata rantai pasokan dan memberi kesempatan yang sama bagi pemilik usaha kecil ke permodalan, pendidikan, teknologi serta akses ke produsen dan pemasok melalui perdagangan yang adil dan terintegrasi dengan teknologi. Pembicara kedua adalah bapak Edwin Zusrony., S.E., M.M., M.Kom yang membawakan topik tentang “Investasi Emas di Era Pandemi” yaitu terkait investasi emas batangan sebagai alternatif untuk menjaga nilai asset dimasa pandemi covid-19. Kemudian pembicara ketiga bapak Wreda Agung Kuncoro., S.Pd., M.Ed yang membawakan tema tentang Memulai Bisnis UMKM Pasca Pandemi. Pembicara keempat atau terakhir adalah bapak Jaelani., S.E., M.M yang membawakan topik tentang *New Normal* Semangat Baru Peluang Baru. Materi yang dipaparkan oleh narasumber akan diuraikan dibawah ini.

Reinventing Self

Pembicara pertama bapak Herwinto Chandra Sutantyo., MA., MBA membahas terkait profil PT. Geraiku Sarana Mulia yang berdiri sejak tahun 2017 dan memiliki 2000 toko seluruh Indonesia serta jumlah konsumen digital yang terhubung dengan aplikasi sekitar 65.000 orang. Model bisnis PT. Geraiku Sarana Mulia adalah dengan menyederhanakan mata rantai pasokan dan memberi kesempatan yang sama bagi pemilik usaha kecil ke permodalan, pendidikan, teknologi serta akses ke produsen dan pemasok melalui perdagangan yang adil dan terintegrasi dengan teknologi. Ada tiga fokus layanan yang diberikan, yaitu: *distribution*, *storage*, dan *Full IOT Mobile Store/Cafe*. Pada era pandemi covid-19 konsumen juga dimudahkan dengan layanan *Direct2Home* atau selama ini kita sering sebut dengan istilah COD. Dengan berbagai layanan digital yang disediakan aplikasi semudah genggam tangan dalam melakukan transaksi secara virtual.

Investasi Emas di Era Pandemi

Pembicara kedua bapak Edwin Zusrony., S.E., M.M., M.Kom membahas tentang pentingnya investasi emas di era pandemi, dimana emas batangan tetap dilirik untuk investasi khususnya di era pandemi covid-19. Emas batangan dilirik menjadi investasi yang aman di era pandemi karena beberapa hal, diantaranya: harganya stabil, *liquid* / mudah diuangkan, harga emas lebih terjangkau, pelindung nilai kekayaan, dan proses pembelian yang mudah. Emas batangan 24 karat dari tahun 2011 sampai dengan 2020 mengalami harga yang cenderung naik dari kisaran yang paling rendah Rp. 332.626 sampai dengan Rp. 874.024 (<https://goldprice.org/id>). Emas batangan tidak hanya sebagai barang investasi tetapi juga dapat dijadikan sumber dana dengan sistem gadai. Saat ini banyak sekali cara yang dapat ditempuh oleh sebagian orang untuk memiliki emas batangan yang harganya cukup mahal apabila dibeli secara tunai, dimana salah satunya melalui pelayanan tabungan emas yang bisa dilakukan di Pegadaian Persero (Idris, 2020).

***New Normal* Semangat Baru Peluang Baru**

Pembicara ketiga bapak Jaelani., S.E., M.M membahas terkait semangat baru dalam membangun dan mengembangkan usaha di *New Normal*, dimana para pelaku usaha selain dituntut untuk selalu berpikir kreatif tetapi juga harus menerapkan PROKES (protokol kesehatan) dalam menjalankan aktifitasnya. Semangat baru serta peluang usaha di era *New Normal* diantaranya: inovasi dan kreasi usaha yang ada, menangkap peluang baru di era new normal, inovasi dan kreasi sistem pemasaran serta inovasi dan kreasi usaha baru . Semangat dan peluang baru di new normal harus di dasari dengan optimalisasi modal sosial yang memadai agar usaha bias berjalan dengan baik, dan juga sangat di perlukan pendekatan mikro dan makro dalam membangun usaha di *New Normal* saat ini.

Memulai Bisnis UMKM Pasca Pandemi

Pembicara keempat bapak Wreda Agung Kuncoro., S.Pd., M.Ed membahas tentang membahas terkait bagaimana memulai bisnis umkm pasca pandemi, dimana para pelaku UMKM dapat bangkit dan melanjutkan usahanya dengan beberapa cara diantaranya: melakukan riset pemasaran, evaluasi portofolio produk, evaluasi harga dan perhatikan pesaing, fokus penjualan di saluran online, memanfaatkan berbagai macam program insentif dari pemerintah dan mencari mitra usaha yang sesuai. Pembicara juga sedikit membicarakan usaha beliau yang bergerak di bidang UMKM kerajinan logam tembaga di daerah Boyolali sebagai studi kasus.

Penutup

Simpulan

Kegiatan webinar pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan secara daring diharapkan akan berdampak positif bagi semua peserta yang mengikuti, dimana feedback dari kegiatan yang diberikan peserta baik dari pertanyaan yang dijawab oleh narasumber serta respon positif terkait kegiatan webinar ini. Banyaknya jumlah peserta yang hadir dari berbagai latar belakang seperti pengusaha, karyawan, guru, dosen, mahasiswa, dan lain sebagainya yang mencapai ratusan orang. Saran yang membangun dari peserta yang diisikan ketika mengisi link presensi diharapkan dapat menjadi koreksi panitia agar semakin baik dalam penyelenggaraan webinar dimasa yang akan datang.

Saran

Diharapkan untuk pelaksanaan webinar terkait kegiatan ABDIMAS bisa dipersiapkan lebih matang lagi, baik dari persiapan kepanitiaan, perangkat pendukung utama seperti: media sosial, jaringan internet, pamflet digital yang lebih menarik, dsb. Media promosi dapat ditingkatkan melalui youtube channel milik kampus, sehingga para subscriber bisa dengan mudah diingatkan apabila ada kegiatan webinar terbaru.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan banyak rasa terima kasih kepada semua pihak dari Universitas STEKOM dan STIE Studi Ekonomi Modern/STIE STEKOM yang mendukung kegiatan webinar pengabdian kepada masyarakat baik sebagai panitia maupun sebagai narasumber.

Daftar Pustaka

- [1]. Arenawati, A., Listyaningsih, L., & Anggara, Y. (2021). Cegah COVID-19 Di Era New Normal Pada KP.Sambengan. *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 59–68.
- [2]. Cakranegara, P. A., & Simbolon, I. P. (2020). Langkah Melawan Covid-19 Dalam Bidang Ekonomi Melalui Bisnis Online. *Prosiding Seminar Nasional Kahuripan*, 1.
- [3]. Durahman, N., & Muhammad Noer, Z. (2019). Aplikasi Seminar Online (Webinar) Untuk Pembinaan Wirausaha Baru. *Jurnal Manajemen Informatika*, 6(2), 111–120.
- [4]. Idris, M. I. (2020). 5 Keuntungan Punya Tabungan Emas Batangan. Retrieved June 20, 2020, from Kompas.com website: <https://money.kompas.com/>
- [5]. Ramadhanty, C. A., Nadya, D. R., Mustaqimah, Z., & Yosintha, R. (2021). Strategi Digital Marketing UKM Terdampak Covid-19 di Kelurahan Sidorejo Temanggung. *ABDIPRAJA (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(1).
- [6]. Wardhana, A. (2015). Strategi Digital Marketing dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UMK di Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Keuangan Dan Bisnis IV*, 4, 327–337.