

## **Pengusaha Berbagi Cara Mengembangkan Usaha di Tengah Pandemi**

BANDUNG – Bisnis saat ini berada dalam ketidakpastian. Tidak hanya dari sisi disrupsi teknologi ataupun perang dagang, tapi juga terkena imbas pandemi Covid-19. Pandemi ini memperlihatkan ketidaksiapan hampir semua sektor, seperti perekonomian.

Dekan Sekolah Bisnis Manajemen Institut Teknologi Bandung (ITB), Prof Utomo Sarjono Putro mengatakan, Covid-19 memaksa pelaku usaha mengakses digital dengan baik. Persoalannya, rata-rata UMKM di Indonesia bermasalah dengan akses digital. UMKM membutuhkan teknologi yang mudah digunakan. “Untuk itulah kami menyelenggarakan webinar Grow Your Businesses in the Mid of Pandemic ini. Tema tersebut relevan dengan persoalan UMKM saat ini,” tutur Utomo dalam webinar, Sabtu(27/6/2020).

Webinar ini menghadirkan Director Incubator SBM/LPK ITB Dina Dellyana, Co Founder Bukalapak and Director Telkom Digital Fajrin Rasyid, Founder Upnormal Rex Marindo, dan Co-Founder Tiket.com, Geary Undarsa.

### **Dampak Covid-19**

Director Incubator SBM/LPK ITB Dina Dellyana mengatakan, beberapa waktu lalu pihaknya melakukan penelitian terhadap 425 UMKM, didominasi fashion dan kuliner. Kuisisioner yang dijawab daring pada 24 Maret-14 April 2020 ini ingin melihat imbas covid terjadap industri kreatif selama fase awal (fase kaget).

Hasilnya, 98 persen UMKM sektor industri kreatif terkena dampak negatif Covid-19. 70 persen mengalami penundaan proyek atau pekerjaan. 67 persen mengalami penurunan penjualan dan pemasukan.

Kemudian 59 persen mengalami pembatalan proyek. 21 persen mengalami kesulitan mencari bahan baku. Hanya 8 persen yang mengalami penambahan omzet, ini terjadi di sektor games dan animasi.

Menghadapi ini, para UMKM mengambil langkah berbeda ada yang mengubah produk dan menambah layanan. Seperti UMKM fashion beralih membuat masker. Bahkan ada startup digital menjual kopi, yang penting cashflow berjalan.

Selain itu, industri kreatif lebih humanis. Efisiensi yang dilakukan lebih ke operasional. Sedangkan karyawan, menjadi hal terakhir yang mereka sentuh. Pelaku industri kreatif sangat tidak setuju dengan pengurangan karyawan karena tidak tega, kasihan.

“Mereka coba subsidi. Mereka tidak mau PHK, paling penundaan gaji terutama di top level. Mereka mencari sumber pemasukan baru, membuat produk baru sesuai kebutuhan pandemi,” ungkap dia.

Untuk itu, terdapat strategi jangka pendek, menengah, dan panjang yang diusulkan. Seperti kolaborasi dengan subsektor lain, mengubah cara pembayaran, kurangi pos yang tidak perlu.

Kemudian, adaptasi dengan new normal, fleksibilitas budgeting, tingkatkan skill, stabilitas supply chain, lebih adaptif dalam merespons, dan lainnya.

### **Hadapi AKB**

Salah satu perusahaan yang berhasil bertahan adalah Upnormal. Founder Upnormal, Rex Marindo menyampaikan 10 hal yang sebaiknya dimiliki UMKM kuliner memasuki era new normal atau adaptasi kebiasaan baru (AKB).

“10 hal ini akan menjadi kelebihan dari UMKM kuliner tersebut,” tutur dia.

Ke-10 hal itu yakni pertama, membangun database dan manajemen. Cara mudahnya dengan memanfaatkan WA business. Kedua, learning organization is a must atau perusahaan harus terus update dan mengejar ketertinggalan.

Ketiga, mengadaptasi perilaku new normal. Keempat, modal rendah, perputaran bisnis cepat. Kelima, digitalisasi. Ini adalah hal penting dan punya kontribusi besar di bisnis food and beverage.

Keenam, menjadikan inovasi sebagai DNA. Ketujuh, menjaga merek, karena merek sesuatu yang penting. Delapan, mencari channel dan pendapatan alternatif.

Kesembilan, giving and caring. Yang dipedulikan customer saat ini, brand yang peduli. Karena itu jangan melulu berjualan, tapi buat kegiatan yang bisa mengikat emosi customer. Terakhir, model bisnis yang cepat dan berskala.

### **Memulai Bisnis**

Dalam webinar tersebut, Co Founder Tiket.com, Gaery Undarsa menyampaikan bagaimana perusahaannya bertahan meskipun dampak buruk pandemi menghantam usahanya habis-habisan.

Salah satu yang membuat Tiket.com bertahan adalah budaya atau nilai perusahaan yang dipegang yakni 3F. Pertama, fast atau cepat. Bagaimana perusahaan merespons dengan cepat berbagai persoalan, tidak bertele-tele. Begitupun saat Covid-19 menghantam. Kedua, fleksibel. Ketiga, hal yang sering dilupa, yakni friendly. Indonesia terkenal paling bersahabat. Bahkan hidup di Indonesia, punya relasi lebih penting dibanding punya uang.

Sementara itu, Fajrin Rasyid, Co Founder Bukalapak yang kini menjadi Direktur Digital Telkom membagikan cara membangun startup. "Rumusnya why, how, and what. Jadi dari luar dulu baru ke dalam," tutur Fajrin. Why dalam artian temukan apa masalahnya, mengapa masalah itu terjadi, seberapa besar masalah itu mengganggu dan berpengaruh pada seberapa banyak orang.

Setelah menemukan masalahnya, bagaimana solusi yang ditawarkan, kenapa solusi itu penting. Dari sana, baru berbicara produk, keluarkan ide briliannya dan eksekusilah.