

PRESS RELEASE

Tips Startup Bertahan dan Tumbuh Positif di Era Covid-19

BANDUNG – Coronavirus Disease (Covid-19) yang melanda dunia, termasuk Indonesia, membuat pemerintah mengeluarkan kebijakan *Work from Home (WFH)* atau bekerja di rumah.

Bagi sebagian pengusaha, kondisi sekarang menjadi pukulan sekaligus tantangan. Bahkan sejak WFH diberlakukan mulai ada pengusaha yang komplain karena sales turun, orang-orang menjadi kurang produktif, hingga *project* batal. Bahkan terdapat bayang-bayang resesi ekonomi yang bisa terjadi di Indonesia setelah virus corona ini berakhir.

Menanggapi keluhan dari pelaku *startup*, Direktur Inkubator Bisnis The Greatur Hub Sekolah Bisnis Manajemen (SBM) Institut Teknologi Bandung (ITB), Dina Dellyana, membagikan tipsnya agar *startup* tetap tumbuh di era Corona. “Saya membaginya menjadi dua. Strategi ke dalam dan keluar perusahaan,” ujar Dina, Selasa (31/3/2020).

Untuk strategi ke dalam perusahaan, ada lima hal yang harus diperhatikan. Yakni:

1. Pastikan Kinerja dan Produktivitas WFH

Dina mengatakan, tidak semua pekerjaan bisa dikerjakan di rumah. Untuk itu, pelaku *startup* baiknya mendesain ulang target baru dalam mingguan serta mendefinisikan arti kata “selesai”. Lalu kemudian, desain ulang cara melaporkan pekerjaan. Pilihlah bentuk laporan yang lebih efektif.

2. Libatkan karyawan

Karyawan merupakan asset agar perusahaan tumbuh positif. Libatkanlah karyawan misalnya menjaga komunikasi dengan menanyakan kondisi kesehatan fisik, mental, dan lainnya. Lalu, komunikasi dengan karyawan mengenai skenario terburuk hingga terbaik di era Covid-19 ini.

3. Inovasi produk

Hal yang bisa dicoba adalah inovasi dengan membuat produk baru memanfaatkan sumber daya dan kemampuan yang ada untuk mendapatkan sumber pendapatan baru. Misal dalam bidang *food and beverage*, membuat produk yang lebih tahan lama. Kemudian di bidang *fashion*, bisa bergeser dengan membuat alat pelindung diri (APD) bagi staf medis.

Sedangkan untuk musik bisa membuat pertunjukan online dengan sistem berbayar ataupun gratis. Atau di bidang digital dan aplikasi bisa membuat aplikasi sederhana yang mendukung situasi sekarang.

4 Alihkan anggaran pemasaran.

Saat ini, semua orang semakin dekat dengan *gadgetnya*. Untuk itu, alihkan anggaran pemasaran ke online. Namun pertahankan serendah mungkin iklan berbayar dan penggunaan *influencer*.

5. Strategi Keuangan

“Definisikan kembali strategi keuangan. Perhatikan positif *cash flow*-nya. Margin ga usah terlalu besar, yang penting keluarkan itu produk,” tutur Dina. Selain itu, pangkas *cost* yang tidak penting. Jika suatu saat ada persoalan sehingga memengaruhi keuangan, yang harus berkorban adalah pemilik dan jajaran atas perusahaan.

“Jangan berpikir memotong gaji karyawan. Tapi setengah gaji bos-bosnya disumbangkan ke bawah,” kata dia. Sebab jika para karyawan ini tidak memiliki pekerjaan, akan memberi dampak lebih besar terhadap resesi ekonomi.

Ada juga lima strategi yang ditawarkan Dina untuk eksternal perusahaan. Karena bagaimanapun customer tetap harus dijaga. Kelima strategi itu yakni:

1. Manfaatkan Omnichannel

Dina mengatakan, pada era Covid-19 ini, ada baiknya memanfaatkan omnichannel dengan mengintegrasikan aktivitas di situs web, aplikasi, media sosial, e-commerce, dan saluran lainnya yang dimiliki perusahaan.

2. Saluran online pelanggan

Buatlah konten yang menarik seperti konten-konten sosial dan informatif tentang WFH dan kesehatan. Kemudian ciptakan interaksi agar pelanggan ada terlibat. Misalnya dengan IG live, webinar, IG TV, dan lainnya.

3. Berikan bantuan dan jaminan pelanggan

Pada era Covid-19, trust menjadi sesuatu yang harus dijaga. Sebab ada kalanya pasar merasa ragu untuk membelanjakan uangnya karena berbagai hal. Misal, khawatir barang tidak sampai.

Untuk itu, beritahukan pelanggan tentang dampak Covid-19 terhadap produksi dan pengiriman. Bisa juga dengan membuka komunikasi langsung ke pelanggan via chat atau telepon.

4. Kolaborasi

Kolaborasilah dengan startup lain. Bisa dengan membuat *cross selling* atau promosi, program *bundling*, hingga aksi sosial, seperti membantu petugas medis.

5. Ubah model laba

Terakhir, tawarkan pada konsumen paket berbeda dengan harga dan penawaran berbeda. Lalu jual banyak barang dengan harga serendah mungkin, untuk meningkatkan pembelian impulsif.

Izinkahlah pelanggan membayar apa yang mereka gunakan. Ada baiknya juga keluarkan harga yang fleksibel dan paket.

*

Media Relations

SBM ITB