

## **Pengaruh Pandemi Covid-19 terhadap Eksistensi Bisnis UMKM dalam mempertahankan *Business Continuity Management (BCM)***

**Anggit Dyah Kusumastuti**

Fakultas Sosial, Humaniora dan Seni, Universitas Sahid Surakarta, Jl. Adi  
Sucipto 154, Jajar, Solo,  
Email: dyahanggit@yahoo.com

### ***Abstract***

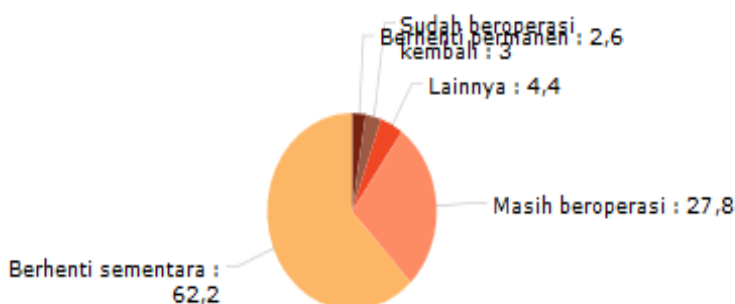
*This study aims to analyze the impact of the Covid-19 pandemic on the existence of MSME business in business continuity management (BCM). The research methods used is descriptive qualitative method based on secondary data from research result and reference on data and information from journals and online reporting. The result showed that the impact of the Covid-19 pandemic was felt directly by the sustainability of the MSME business in decreasing its productivity. The business sector that was constrained by its development and even experienced a decline during the Covid-19 pandemic was the transportation, tourism, shopping center, and offline trade business which only focused direct consumer visits. While business activities that can still survive and exist to serve consumers (transformed using an online application platform) are education, retail, staple food.*

**Keywords:** Covid-19, Business Sector, Business Continuity Management

### **Pendahuluan**

Penyebaran virus corona (covid-19) hingga saat ini masih menjadi isu hangat di dunia internasional, termasuk Indonesia. Dalam waktu kurang dari tiga bulan, telah terdapat 118 ribu kasus di 114 negara, termasuk Indonesia. Di negeri ini warga negara yang dinyatakan positif terjangkit virus corona terus bertambah jumlahnya. Tentunya hal ini memberikan dampak terhadap mobilisasi dan produktivitas, baik bagi profesional maupun masyarakat umum. Covid-19 menimbulkan ekonomi *shock* yang mempengaruhi ekonomi secara perorangan, rumah tangga, perusahaan mikro, kecil, menengah, maupun besar, dan bahkan mempengaruhi ekonomi negara dengan skala cakupan dari lokal, nasional dan bahkan global.

Seluruh organisasi lintas sektor dan industri dalam menghadapi pandemi covid-19 melakukan perubahan dalam operasionalnya dalam kondisi *business as usual* dimana setiap aktivitas di tempat kerja selain di rumah masing-masing, baik di kantor, pabrik maupun lokasi lainnya. Sebagai respon atas situasi ini, tiap-tiap organisasi menerapkan manajemen kelangsungan usaha (*business continuity management*, disingkat BCM) dengan memiliki dan menerapkan rencana tanggap darurat (*emergency response plan*, disingkat ERP) serta rencana kontingensi bisnis (*business contingency plan*, disingkat BCP) dengan Kerja Dari Rumah (KDR) sebagai salah satu bentuknya. Penerapan ERP dan BCP mendukung daya tahan organisasi dalam menghadapi disrupsi hingga dapat pulih kembali ketika kondisi kembali normal (*business as usual*). Tanpa ERP dan BCP, atau secara lengkap tanpa BCM organisasi dapat mengalami kesulitan untuk bertahan selama disrupsi dan tidak dapat atau setidaknya sulit untuk segera pulih seperti organisasi dengan BCM yang efektif.



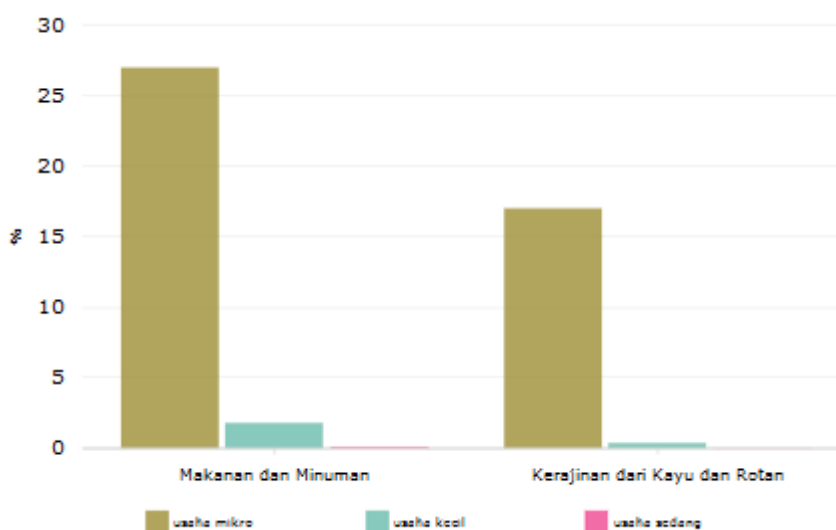
**Gambar 1. Perusahaan di Indonesia terdampak covid-19**

sumber: *International Labour Organization (ILO)*, Mei 2020

Berdasarkan data dari *International Labour Organization (ILO)*, Mei 2020 mencatat bahwa sebesar 65% dunia usaha di Indonesia Menghentikan Operasi Perusahaannya karena terdampak covid-19. Data di atas menjelaskan bahwa sekitar 65% usaha di Indonesia terkena dampak langsung pandemi covid-19. Sebanyak 2,6% perusahaan diketahui telah menyetop operasionalnya secara permanen. Dan sebanyak 62,6% juga berhenti sementara, 3% sudah kembali beroperasi. Organisasi Perburuan Internasional (ILO) mengatakan potensi perusahaan kecil (kurang dari 10 orang karyawan) untuk bangkrut tiga kali lebih besar dari perusahaan menengah dan besar (diatas 50 orang karyawan).

Selain itu terdapat data yang menjelaskan proporsi UMKM yang terkena dampak pada sektor pariwisata terhadap UMKM Nasional. Data di bawah ini menjelaskan bahwa pariwisata menjadi sektor yang paling terdampak covid-19. Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) memproyeksikan salah satu yang terkena imbas pada sektor pariwisata adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terutama pada unit usaha makanan dan minuman. Selain itu kerajinan

kayu dan rotan menjadi unit usaha yang terkena dampak covid-19. Pada kedua unit usaha tersebut, lingkup usaha mikro yang paling besar terdampak yaitu sebanyak 27% usaha mikro pada unit usaha makanan dan minuman dan 17,03% pada kerajinan kayu dan rotan. Sebagai informasi, total kerugian dari sektor pariwisata mencapai US\$ 2 miliar dengan penurunan pertumbuhan pesawat sebesar 0,013% penyediaan akomodasi sebesar 0,008%, dan makanan minuman sebesar 0,006%.



**Gambar 2. Proporsi UMKM sektor pariwisata**

sumber: Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI), 2020

Antisipasi dampak dari covid-19 mendapat atensi kebijakan Pemerintah Pusat dan Pemda DKI Jakarta yang merupakan episentrum covid-19, dengan dinamika konsekuensi logis pada kegiatan bisnis. Kehadiran dan penyebaran covid-19 yang keberadaanya berada di lingkungan eksternal (*external environment*) dan tidak terkontrol (*uncontrollable*) atau diluar kendali perusahaan, maka dinilai berkontribusi menentukan *survive* tidaknya entitas bisnis. DKI Jakarta merupakan ibu kota negara sekaligus pusat perputaran bisnis di Indonesia, yang dinyatakan sebagai episentrum covid-19 di Indonesia, telah menerapkan kebijakan *social distancing*, *work from home* (WFH) dan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) bagi para aparat pemerintahan daerah, perusahaan, sektor pendidikan dan pengurangan intensitas transportasi publik. Kebijakan tersebut merupakan upaya mengurangi sebaran covid-19 yang jika tidak terkendali akan memberikan efek negatif yang lebih besar dan berkepanjangan. Penelitian ini bertujuan menemukan dan menganalisis kegiatan bisnis yang mengalami penurunan, stabil, atau bahkan meningkat pada saat pandemi covid-19.

Berdasarkan uraian diatas, maka penelitian ini mencoba untuk mengetahui bagaimana pengaruh pandemi covid-19 terhadap eksistensi bisnis UMKM dalam

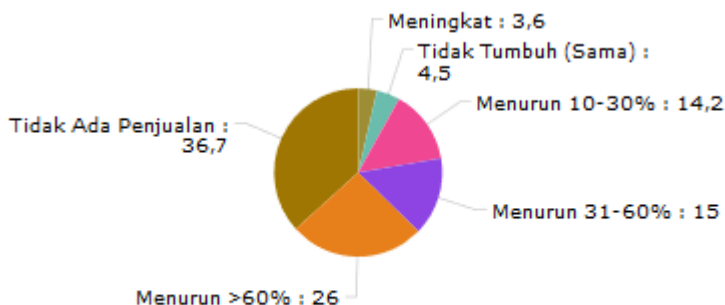
mempertahankan *business continuity management* (BCM), dengan judul “Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Eksistensi Bisnis UMKM Dalam Mempertahankan *Business Continuity Management* (BCM)”.

### Metode

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif berbasis data sekunder dari hasil riset dan referensi kepustakaan mengenai data dan informasi yang terkait dengan penelitian. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik dokumentasi sebagai suatu cara yang dilakukan peneliti untuk mengumpulkan data dari berbagai sumber referensi. Jenis data berupa data sekunder baik berupa data kualitatif maupun kuantitatif dari jurnal dan pemberitaan *online*. Data sekunder adalah data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada. Sumber data sekunder adalah catatan atau dokumentasi perusahaan, dokumentasi pemerintah atau publikasi pemerintah, analisis industri oleh media, situs web dan lainnya (Uma Sekaran, 2011).

### Hasil dan Pembahasan

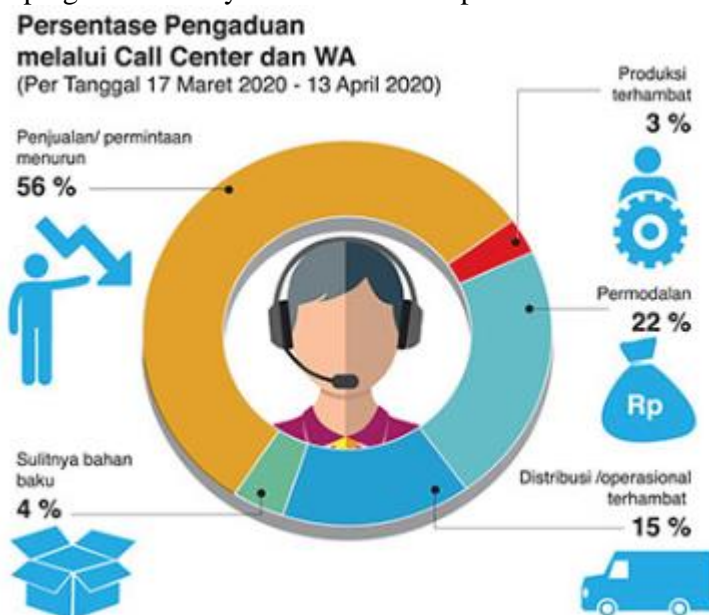
Pandemi covid-19 sebagai salah satu kejadian yang keberadaannya berada di lingkungan eksternal (*external environment*) relatif tidak terkontrol (*uncontrollable*) atau diluar kendali perusahaan. Dampak langsung yang berpengaruh pada entitas bisnis berkaitan dengan aktivitas bisnis secara konvensional dalam bidang pemasaran, keuangan, sumber daya manusia dan operasional. Sebagian perusahaan yang memperhatikan *trend* pasar dan inovasi produk berupaya menyesuaikan dengan aplikasi *online*. Dampak pandemi covid-19 dirasakan langsung oleh keberlangsungan bisnis Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dalam penurunan produktivitasnya.



**Gambar 3. Penurunan Penjualan UMKM Imbas Pandemi Covid-19**

sumber: *Asosiasi Business Development Services* Indonesia, Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas), 13 April 2020

Berdasarkan hasil survei, sebanyak 36,7% responden mengaku tidak ada penjualan. Selanjutnya sebanyak 26% responden mengaku terdapat penurunan lebih dari 60%. Di sisi lain, hanya 3,6% yang mengalami kenaikan penjualan. Berdasarkan pengaduan melalui *call center* dan *Whatsapp* mulai 17 Maret hingga 13 April 2020, KemenKopUKM telah menerima aduan dari pelaku UMKM diketahui bahwa kendala terbesar yang dikeluhkan sebanyak 56% adalah menurunnya penjualan atau permintaan pasar. Faktor dominan kedua terkait dengan permodalan sebanyak 22%. Selain itu distribusi dan operasional sebanyak 15% disamping terhambatnya bahan baku dan produksi.



**Gambar 4. Persentase Pengaduan melalui Call Center dan WA**  
sumber: Kementerian Koperasi dan UMKM

Solusi yang ditawarkan Pemerintah dengan merancang sejumlah program mitigasi bagi UMKM, yang bertujuan menghidupkan kembali perekonomian bagi pelaku usaha mikro dan kecil (UMK) terdampak, dengan memberikan berbagai fasilitas dan jenis bantuan dana secara simultan guna penguatan dan kelangsungan usaha. Adapun program mitigasi dari KemenKopUKM untuk menghadapi dampak covid-19 yang disesuaikan dengan permasalahan nyata dan masif yang dihadapi diantaranya adalah:

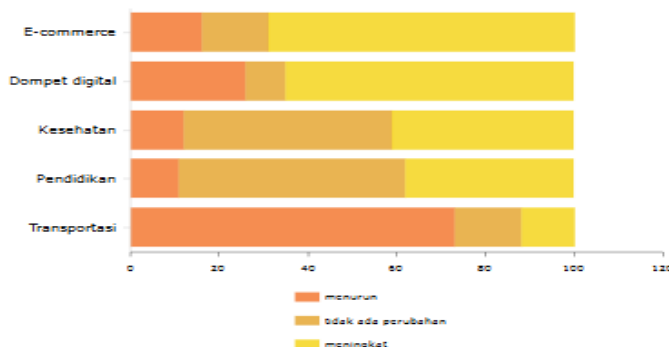
- a. Stimulus daya beli produk UMKM/Koperasi
- b. Bantuan Langsung Tunai (BLT) bagi usaha ultra mikro dan mikro
- c. Restrukturisasi dan subsidi bunga usaha mikro
- d. Restrukturisasi bunga bagi koperasi
- e. Gerakan belanja di warung tetangga
- f. Kartu prakerja

- g. Relaksasi dan restitusi pajak
- h. Masker untuk semua
- i. BUMN sebagai offtaker produk pangan dan bahan pokok.

Langkah Pemerintah Daerah DKI Jakarta sebagai upaya pencegahan penyebaran pandemi covid-19 menyusun arahan dan kebijakan secara bertahap yang mempengaruhi ritme dan rutinitas berlangsung seperti biasanya. Pusat perdagangan, kegiatan perdagangan sektor mikro, kecil dan menengah (UMKM), kegiatan pendidikan, pariwisata, transportasi dan sektor bisnis lainnya menurunkan aktivitasnya. Himbuan resmi penutupan pusat perbelanjaan dan tempat wisata, disertai dengan sebaran informasi di media massa. Penyebaran informasi melalui WOM (*word of mouth*) baik melalui lisan, media konvensional maupun sosial media dalam interaksi antar konsumen di masyarakat semakin meningkatkan kuantitas dan cakupan sebaran informasi.

Konsekuensi dari himbuan penutupan pusat perbelanjaan dan *social distancing* adalah berkurangnya toko atau *outlet* yang dibuka, jam buka toko atau *outlet* serta jumlah konsumen yang berkunjung. Hal ini berdampak pada tiga sisi, yaitu pertama bagi pelaku usaha perdagangan (termasuk usaha UMKM), kedua bagi konsumen, dan ketiga pemilik *property* seperti pemilik pertokoan, mall, plaza, dan sebagainya.

Langkah Pemerintah dalam mengatasi defisit pajak akibat perlambatan ekonomi adalah melalui sektor *e-commerce*. *E-commerce* menjadi salah satu *startup* yang meraup berkah dari pandemi covid-19. Kebijakan untuk belajar, bekerja hingga beribadah dirumah, mendorong semua orang untuk melakukan transaksi secara *online* dalam memenuhi kebutuhannya. Tanpa harus menggendarkan *campaign* secara masif, pelanggan akan tetap menjadikan layanan toko *online* sebagai solusi di tengah pandemi ini. Seiring dengan anjuran dari Pemerintah kepada masyarakat agar tetap #DiRumahAja, data menunjukkan peningkatan jumlah pesanan konsumen secara signifikan. Konsumen semakin memaksimalkan penggunaan layanan *e-commerce* untuk memenuhi kebutuhan.



**Gambar 5. Penggunaan layanan digital di Indonesia masa Pandemi Covid-19**  
sumber: RedSeer, 11 Mei 2020

Penggunaan sejumlah layanan digital di Indonesia meningkat selama pandemi covid-19, salah satunya *e-commerce*. Sebanyak 69% konsumen beralih menggunakan layanan ini untuk membeli kebutuhan sehari-hari. Penggunaan dompet *digital* juga mengalami peningkatan 65%, sebagai alat transaksi pembelian tersebut. Selanjutnya layanan *digital* di bidang kesehatan dan pendidikan yang mengalami peningkatan masing-masing sebesar 41% dan 38%. Layanan kesehatan banyak digunakan untuk konsultasi terkait virus corona, sementara layanan pendidikan untuk mendampingi kegiatan belajar di rumah. Namun penggunaan layanan transportasi berbasis aplikasi (*ride hailing*) mengalami penurunan sampai 73%. Konsumen semakin jarang memanfaatkan layanan ini dikarenakan penerapan PSBB.

*E-commerce* diproyeksikan terus meningkat selama masa pandemi, khususnya pada beberapa jenis produk. Sebelum wabah covid-19 *e-commerce* sudah mampu menarik konsumen di Indonesia. *E-commerce* merupakan salah satu pendorong utama yang menjadikan Indonesia sebagai negara dengan nilai ekonomi *digital* terbesar di Asia Tenggara mencapai \$40 miliar pada tahun 2019 dan diprediksi meningkat hingga \$130 miliar pada tahun 2025. Layanan *e-commerce* menjadi penting bagi toko *retail* dan produsen untuk menjual produk melalui platform *e-commerce* agar mampu mempertahankan bisnis mereka. Hal ini memberikan dampak jangka panjang yang positif karena konsumen akan semakin terbiasa berbelanja secara *online*.



**Gambar 6. Kurva peningkatan penjualan produk sanitasi serta makanan dan minuman di berbagai platform *e-commerce***

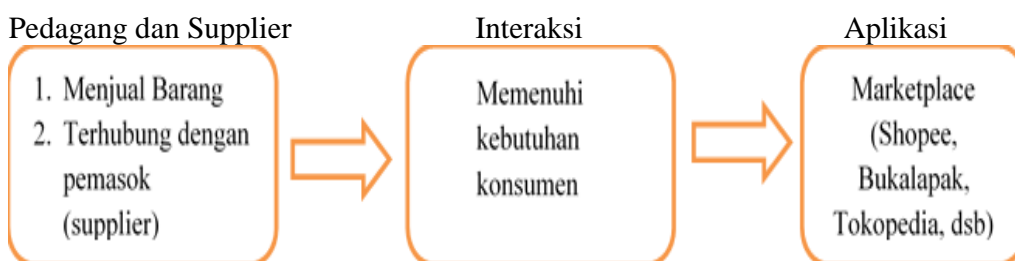
sumber: SIRCLO Insights (2020)

Beralih ke *online* menjadi solusi bagi pelaku UMKM untuk bertahan di tengah pandemi covid-19. Masyarakat banyak berbelanja secara daring karena Penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Perubahan gaya hidup masyarakat akibat diterapkannya PSBB, menjadi belanja secara *online*. Manfaat yang diperoleh para UMKM yang bertransformasi menjadi *Go Online* diantaranya

adalah Pertama, konten kanal penjualan *online* dapat diatur sesuai kebutuhan bisnis. Kedua, penjualan secara daring didukung oleh sistem dalam mengecek stok produk, rekap stok, serta laporan penjualan, sehingga mempermudah proses bisnis dibandingkan dengan berjualan manual. Ketiga, membangun *branding* dan memperluas jangkauan pasar melalui *online ads*. Program *UMKM Go Online* diharapkan dapat membuka peluang pasar baru bagi *UMKM* di Indonesia, baik ranah regional maupun global. *Bisnis UMKM* diharapkan dapat menjangkau lebih banyak konsumen, dengan harapan dapat meningkatkan presentase penjualan. Namun sebelum memulai *Go Online*, terdapat elemen-elemen penting yang harus diperhatikan bagi para pelaku *UMKM*, seperti:

- a. Persiapan katalog produk yang berisikan deskripsi, foto, dan ketersediaan barang. Pembuatan katalog yang menarik dan rapih akan menambah daya beli masyarakat.
- b. Alokasi tim untuk eksekusi *Go Online*. Tim yang ideal biasanya memiliki tim foto produk, tim desain grafis, admin sebagai penerima pesanan, tim pengatur laporan keuangan, dan tim *packing* serta *shipping*.
- c. Komunikasi yang konsisten. Adanya interaksi dengan calon pembeli sangat penting untuk meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan.
- d. Memanfaatkan platform seperti *Google* dan *Facebook* untuk beriklan. Ketika berbisnis secara *digital*, maka iklan secara digital harus diutamakan.
- e. Berkolaborasi dengan bisnis lain. Di ranah digital, kolaborasi antar sesama penjual *online* akan menambah promosi produk yang dimiliki.

Pada bisnis perdagangan *trend* penggunaan *e-commerce* oleh pelaku usaha dan interaksinya dengan pemasok (*supplier*) menemukan momentum yang lebih siap bagi pelaku usaha yang sudah eksis lebih awal dalam penggunaan *marketplace* dan momentum baru bagi pebisnis yang baru memulai menggunakan *e-commerce*. Di sisi pedagang mikro dampak covid-19 dirasakan langsung terhadap kunjungan dan pesanan dari konsumen. Di sisi konsumen, *trend* belanja *online* (*online shopping*) meningkat disertai dengan penggunaan beragam pilihan aplikasi yang ditawarkan oleh vendor *platform marketplace* dan situs belanja.



**Gambar 7. Interaksi Perdagangan**

sumber: data diolah (2020)



## **Simpulan**

Pandemi covid-19 merupakan kejadian yang keberadaannya berada di lingkungan eksternal (*external environment*) relatif tidak terkontrol (*uncontrollable*) atau diluar kendali perusahaan. Dampak langsung yang berpengaruh pada entitas bisnis berkaitan dengan aktivitas bisnis secara konvensional dalam bidang pemasaran, keuangan, sumber daya manusia dan operasional. Sektor bisnis yang terkendala perkembangannya bahkan mengalami penurunan selama pandemi covid-19 adalah bisnis transportasi, pariwisata, pusat perbelanjaan, serta perdagangan *offline* yang hanya fokus pada kunjungan langsung konsumen. Kegiatan bisnis yang masih bisa bertahan dan eksis melayani konsumen (bertransformasi menggunakan *platform* aplikasi *online*) adalah pendidikan, ritel, bahan makanan pokok. Bagi pelaku UMKM, terutama usaha mikro dan kecil perlu menyesuaikan diri secara cepat di tengah pandemi covid-19 dan berusaha mengembangkan inovasi produk sesuai dengan *trend* permintaan pasar disertai dengan transformasi pada layanan *e-commerce* dan aplikasi *online*.

## **Daftar Pustaka**

- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia.  
Panduan Perencanaan Manajemen kelangsungan Usaha (Business Continuity Management) Untuk Ancaman Pandemi Covid-19.
- Sekaran, Uma. 2011. Research Methods For Business (Metode Penelitian Untuk Bisnis). Jakarta : Salemba Empat.
- <https://databoks.katadata.co.id>
- <https://www.industry.co.id/read/64637/selama-pandemi-covid-19-bisnis-e-commerce-tingkatkan-perekonomian-nasional>
- <https://ekonomi.bisnis.com/read/20200417/12/1228750/e-commerce-dorong-perekonomian-indonesia-selama-pandemi-covid-19->
- [www.depkop.go.id](http://www.depkop.go.id)
- Panduan Perencanaan Manajemen kelangsungan Usaha (Business Continuity Management) Untuk Ancaman Pandemi Covid-19.