

## STRATEGI PENANGGULANGAN DAMPAK COVID-19

\*Henryanto Wijaya | \*Hadi Cahyadi

\*\*Aditya Nugraha | \*\*Ivana Michelin

*Editor: Fransisca Iriani*

Persaingan bisnis dalam industri mitra Tim Pengabdian Kegiatan Masyarakat (PKM), yaitu PT Artha Trimitra Expotama (Perusahaan) yang bergerak dibidang kontraktor interior dan pameran internasional meningkat seiring dengan meningkatnya kecanggihan teknologi dan kemudahan mengakses informasi oleh masyarakat dan muncul kompetitor dengan inovasi baru yang canggih dan modern. Dengan adanya pilihan bagi para konsumen menyebabkan persaingan sudah sangat ketat dan ditambah dengan adanya pandemi Covid-19 membuat permintaan pelanggan menurun.

Untuk mencapai tujuannya memberikan barang dan jasa untuk kepuasan pelanggan, maka selama ini Perusahaan mengutamakan kualitas barang dengan harga yang terjangkau. Kualitas tinggi dan jasa optimal harus dilakukan agar klien percaya dan nyaman dengan Perusahaan. Untuk mewujudkan hal tersebut, salah satu kunci yang menjadi kesuksesan adalah tenaga kerja perusahaan Perusahaan yang berpengalaman untuk kepuasan pelanggan. Perusahaan selama ini selalu memberikan pelatihan-pelatihan kepada tenaga kerja untuk selalu beradaptasi dengan kebutuhan pelanggan.

Kegiatan PKM dilakukan dengan tujuan merumuskan strategi bagi Perusahaan untuk menanggulangi dampak Covid-19 terhadap bisnis Perusahaan sehingga Perusahaan dapat merubah model bisnisnya sehingga beradaptasi dengan kegiatan *new normal*.

Kegiatan PKM ini meliputi tahap persiapan, pelaksanaan dan penyelesaian. Tahap persiapan dilakukan dengan analisis kebutuhan pelatihan, penyusunan proposal PKM, penyusunan modul pelatihan dan perencanaan alur kegiatan pelaksanaan analisis bisnis. Pelaksanaan dilakukan dengan *forum group discussion* antara Tim PKM dengan Manajemen Perusahaan. Sedangkan tahap penyelesaian dilakukan dengan penulisan laporan pertanggungjawaban sebagai akuntabilitas kegiatan Tim PKM.

Dari hasil pertemuan, Tim PKM mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi usaha *partner expo*. Faktor internal yang dapat diidentifikasi adalah Perusahaan sudah melakukan usaha *eksibisi* dari tahun 2006 dan *desain interior* dari tahun 2008, Perusahaan sudah memiliki kontrak dengan perusahaan besar seperti Sony Center, Perusahaan sudah memiliki tim khusus produk seperti tim kayu, tim listrik, tim cat, dan tim desain grafis, sisa barang *expo* dapat digunakan kembali, omset perusahaan menurun selama pandemi. Saat ini perusahaan hanya menjalankan *desain interior* saja dan gaji karyawan dikurangi karena omset dan beban kerja berkurang.

Tim PKM juga menemukan faktor eksternal yang mempengaruhi Perusahaan, yaitu ketersediaan dan harga bahan baku di Jakarta lebih murah dibandingkan dengan di daerah, ketersediaan dan harga tenaga kerja di Jakarta lebih murah dibandingkan dengan di daerah, adanya tren lampu, *digital printing*, *neon flexible*, adanya kebutuhan baru di pasar seperti seperti *kitchen set* siap pakai, tempat cuci tangan, *food stand*, properti film, waktu produksi yang singkat untuk setiap *expo*. Ini memberikan beban besar pada bagian *finishing*, Perusahaan kehilangan klien yang tutup usaha dan perubahan dapat terjadi seketika pada saat pameran dilakukan.

Dari faktor-faktor internal dan eksternal yang ditemukan sebagai hasil FDG, maka Tim PKM membuat pemetaan kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*), atau lebih dikenal dengan nama *SWOT Analysis*. dengan saran-saran sebagai berikut.

Tim PKM memberikan saran untuk menangkap peluang dengan kekuatan perusahaan (strategi SO) agar Perusahaan membuat *kitchen set* dan *food stand* siap pakai untuk dijual di *marketplace*, membuat tempat cuci tangan untuk dijual kepada pihak pengelola mall, dan membuat film set/studio set untuk ditawarkan kepada para pecinta konten di media sosial seperti YouTube. Sebagai saran untuk mengatasi kelemahan perusahaan dengan memberdayakan peluang (strategi WO), Tim PKM memberikan saran agar perusahaan mempelajari pembuatan tren lampu, *digital printing*, dan *neon flexible* sebagai tambahan variasi untuk *desain interior*. Sebagai saran untuk mengatasi ancaman dengan kekuatan perusahaan (strategi ST), Tim PKM memberikan saran agar pengalaman-pengalaman dari klien-klien sebelumnya digunakan oleh perusahaan untuk mencari klien-klien baru. Sebagai saran untuk menghindari ancaman dan kelemahan perusahaan (strategi WT), Tim PKM

memberikan saran agar perusahaan dapat menysasar usaha-usaha kecil dan menengah yang tidak begitu terpengaruh dengan kondisi pandemi.

Selain daripada memberikan saran berdasarkan *SWOT Analysis* yang diberikan maka Tim PKM juga melakukan analisis perhitungan biaya dengan membuat analisis terhadap struktur biaya Perusahaan. Hasil analisis Tim PKM adalah Perusahaan memiliki komponen biaya tetap dan biaya variabel. Komponen biaya tetap Perusahaan cukup besar dari total biaya, yang terutama terbagi menjadi dua komponen utama, yaitu biaya sewa kantor dan biaya gaji karyawan. Biaya sewa kantor tidak menjadi masalah karena telah dibayarkan oleh Manajemen untuk satu tahun penuh, dan Perusahaan telah tepat mengurangi biaya gaji karena omset dan beban gaji yang berkurang. Tim PKM memberikan saran agar memperhatikan efisiensi biaya tetap dengan melakukan evaluasi terhadap produktivitas kerja karyawan. Sedangkan untuk biaya variabel memang akan berbanding lurus dengan omset dan beban kerja.

Setelah menganalisis *SWOT Analysis* dan struktur biaya Perusahaan, maka Tim PKM merumuskan strategi kepada Perusahaan yaitu diferensiasi produk. Strategi ini menekankan pada keunggulan kompetitif Perusahaan dibandingkan dengan pesaingnya. Langkah yang dapat ditempuh adalah dengan mempertahankan pemberian produk berkualitas dengan tenaga kerja manusia yang bermutu, sehingga Pelanggan akan tetap memiliki loyalitas kepada Perusahaan dengan melakukan efisiensi biaya Perusahaan.

## **PENUTUP**

Analisis bisnis dengan menggunakan *SWOT Analysis* dan analisis struktur biaya sebagai pemetaan kekuatan, kelemahan, kesempatan, dan tantangan mitra dalam bisnis ini dapat disimpulkan berjalan dengan baik. Pegawai perusahaan sangat bersemangat dengan kegiatan ini. Hal ini dikarenakan mereka sangat membutuhkan bantuan dalam hal bekal pengetahuan dan keterampilan untuk masa depan mereka. *Forum Group Discussion* ini memberikan dampak bagi para pesertanya yang meminta tim PKM untuk mengadakan kegiatan seperti ini berlanjut, terutama dari segi pengetahuan dan wawasan yang dapat memotivasi terhadap pegawai Perusahaan.

Manfaat bagi Universitas Tarumanagara (Untar) adalah menambah pengetahuan tentang dampak Covid-19 terhadap bisnis dan bagaimana merumuskan strategi untuk menanggulangnya. Sedangkan untuk masyarakat adalah memberikan informasi yang dapat bermanfaat untuk menanggulangi dampak Covid-19 terutama di bidang bisnis.

Saran dari pelaksanaan PKM ini adalah sebaiknya dilakukan pemisahan antara departemen pameran dan interior dengan departemen manufaktur untuk membuat wastafel portable dan kitchen set siap pakai yang dijual serta dipasarkan secara *online* melalui *e-commerce* seperti Tokopedia. Untuk kegiatan PKM selanjutnya dapat disarankan menambah metode analisis yaitu tentang *fraud* karena *fraud* apabila dapat diminimalkan maka akan meningkatkan efisiensi biaya perusahaan sehingga dapat lebih terjangkau bagi konsumen.

\*Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara

\*Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara