

## STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA DI MASA PANDEMI COVID19 BERDASARKAN REGULASI TERKAIT

### STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA DIMASA PANDEMI COVID19 BERDASARKAN REGULASI TERKAIT

<sup>1</sup>Isnu Harjo Prayitno, <sup>2</sup>Tarno, <sup>3</sup>Andi Sulasmi, <sup>4</sup>Encep Saepudin, <sup>5</sup>Rahmat Dadang

*Prodi Teknik Mesin, Fakultas Teknik Universitas Pamulang*

*email: <sup>1</sup>dosen02130@unpam.ac.id; <sup>2</sup>dosen01526@unpam.ac.id; <sup>3</sup>dosen00600@unpam.ac.id;*

*<sup>4</sup>dosen01527@unpam.ac.id; <sup>5</sup>dosen01440@unpam.ac.id*

#### ABSTRAK

Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan judul "Strategi Pengembangan Usaha di Masa Pandemi Covid 19 Berdasarkan Regulasi Terkait" yang dilakukan kepada lulusan SMK Al Amanah yang merupakan calon dan atau pelaku usaha pemula agar termotivasi berbisnis dimasa pandemi covid-19. Acara yang dilakukan secara daring melalui Zoom Meeting membahas strategi pengembangan usaha saat dengan mencari alternative dan terobosa-terobosan baru agar usaha tetap dapat bertahan hidup dan berkembang walaupun tantangan dan hambatan yang begitu besar terutama dimasa pandemi covid-19. Tetapi setiap bisnis atau usaha tentu ingin berkembang dan semakin besar hingga waktu yang selama mungkin. Suatu perusahaan yang berhasil adalah ketika ia mampu menghadapi berbagai tantangan yang ada baik datangnya dari eksternal maupun internal. Ia mampu melaluinya dengan baik walaupun harus dengan kondisi yang tertatih-tatih dan disaat banyak perusahaan serupa yang gulung tikar. Oleh karena itu manajemen dari perusahaan dituntut harus mampu melaluinya dengan berbagai cara tetapi tetap sesuai dengan regulasi yang ada yang berasal dari pemerintahan baik pusat maupun lokal. Disatu sisi pemerintah mengeluarkan regulasinya terkait penanganan covid-19 agar tidak semakin banyak korban. Pemerintah telah banyak melakukan pembatasan-pembatasan aktivitas termasuk bidang bisnis dan perekonomian. Aktivitas seperti pertemuan-pertemuan dibatasi, dilakukannya Work From Home (WFH) ataupun Work Form Office yang dibatasi orang ataupun waktunya serta banyak harus mengikuti protokol kesehatan yang telah digariskan oleh pemerintah. Oleh karena itu peru ada strategi tersendiri dalam mengembangkan usaha di masa pandemi covid-19 yang sesuai dengan regulasi yang ada.

**Kata Kunci:** *strategi, pandemi covid-19, pengembangan usaha*

#### ABSTRACT

*Implementation of Community Service entitled "Business Development Strategies in the Covid 19 Pandemic Based on Related Regulations" was carried out to Al Amanah Vocational High School graduates who are candidates or beginner business actors to be motivated to do business during the Covid-19 pandemic. The event, which was held online through the Zoom Meeting, discussed current business development strategies by looking for alternatives and new breakthroughs so that businesses can survive and thrive despite the enormous challenges and obstacles, especially during the Covid-19 pandemic. But every business or business certainly wants to grow and get bigger until the longest possible time. A successful company is when it is able to face various challenges, both external and internal. He was able to get through it well even though he had to be in a wobbly condition and when many similar companies went out of business. Therefore, the management of the company is required to be able to go through it in various ways but still in accordance with existing regulations that come from both central and local government. On the one hand, the government issued its regulations regarding the handling of covid-19 so that there would be no more victims. The government has implemented many restrictions on activities, including in the business and economic sectors. Activities such as limited meetings, the carrying out of a Work From Home (WFH) or a Work Form Office with a limited person or time and many must follow the health protocol outlined by the government. Therefore, it is necessary to have a separate strategy in developing a business during the Covid-19 pandemic in accordance with existing regulations.*

**Keywords:** *strategy, the covid-19 pandemic, business development*

## I. PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 mengancam kelangsungan kegiatan usaha di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Mayoritas perusahaan berbagai sektor industri mengalami keterpurukan. Ekonomi Indonesia sudah berada di level yang sangat mengkhawatirkan, bahkan berita terkini di bulan Nopember, Indonesia sudah masuk zona Resesi. Perekonomian Indonesia mengalami pertumbuhan yang minus selama beberapa bulan. Oleh karena itu pemerintah telah berupaya dengan berbagai cara untuk dapat mengatasi penyebaran Covid-19 dengan korban yang semakin meluas, juga mengatasi dampak ekonominya yang sangat memukul pertumbuhan ekonomi secara makro dan mikro. Pemerintah terpaksa menerapkan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) di berbagai daerah untuk membatasi mobilisasi masyarakat agar penularan tidak meluas. Penetapan ini memunculkan konsekuensi bagi perekonomian yang mana berdampak melemahnya permintaan atau perdagangan pada berbagai sektor diantaranya perdagangan, industry, pariwisata, pendidikan dan masih banyak lagi.

Di sektor perdagangan dan industry supaya tidak mati, berbagai perusahaan dan masyarakat melakukan hibernasi dengan cara mengepompong. Mereka menghemat sebanyak mungkin sumber daya untuk waktu entah kapan kondisi pandemi bisa disebut aman. Karena mengembalikan ekosistem ekonomi yang telanjur rusak sama beratnya dengan perang melawan pandemi itu sendiri. Namun optimisme belum mati. Masyarakat akan terus beradaptasi di masa sulit. Mengurangi beban biaya selama masa hibernasi adalah adaptasi yang paling sederhana dan konvensional yang banyak dilakukan oleh masyarakat saat ini yaitu dengan melakukan berbagai aspek kegiatan sepanjang menghasilkan untuk sekedar bertahan hidup seperti berdagang, menjadi tenaga pemasaran *freeland*, buruh dll.

Kita menaruh harapan besar agar masyarakat bisa beradaptasi di masa sulit untuk berkreasi dan menciptakan inovasi yang menuju ke masa depan, ke arah kemandirian yang berkelanjutan, ke arah kesiapan menghadapi persaingan ekonomi dunia yang tidak akan mereda. Maka, salah satu tantangan yang musti segera diselesaikan adalah menciptakan iklim kreativitas dan dan inovasi usaha (pengembangan bisnis) agar masyarakat bisa berdampingan dengan regulasi, dan merubah pola hidup dengan kebiasaan-kebiasaan yang sudah terjadi sebelum adanya pandemi.

Regulasi adalah produk pemerintah yang dikeluarkan untuk mengatur kebiasaan yang sudah terjadi menjadi kebiasaan yang diinginkan. Kalau pemahaman ini sejalan,

inovasi-inovasi yang dilahirkan oleh dunia usaha akan mendorong kreativitas dan inovasi masyarakat itu sendiri yang dorong melalui regulasi pemerintah sehingga lahirlah pelaku usaha yang tangguh, berdaya saing serta dapat mengambil peluang dari regulasi pemerintah saat pandemi ini.

Eksistensi suatu usaha sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah keberadaan unsur legalitas dari usaha tersebut. Dalam suatu usaha, faktor legalitas ini berwujud pada kepemilikan izin usaha yang dimiliki. Misalnya dokumen yang mendukung syahnya keberadaan usaha tersebut adalah diantaranya Tanda daftar Perusahaan (TDP atau NRB) akte pendirian perusahaan (dibuat dihadapan notaris dan diumumkan dilembaran Negara), nomor pokok wajib pajak (NPWP), surat izin usaha (SIUP, SIUI, SIUJK dll), izin gangguan atau HO (Hinderordonnantie), izin lokasi (SITU), izin lingkungan, dan banyak izin-izinlainnya sesuai bidang usahanya masing-masing. Perusahaan sebagai wahana pembangunan perekonomian diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Kitab Undang-Undang Hukum Dagang dan peraturan perundang-undangan. Dalam menjalankan kegiatan bisnis dalam tatanan hukum bisnis di Indonesia dikenal tiga jenis badan usaha, yaitu badan usaha swasta, badan usaha milik negara dan koperasi. Yang dikatakan dengan badan usaha atau perusahaan menurut Pasal 1 Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan adalah: “setiap bentuk usaha yang menjalankan setiap jenis usaha yang bersifat tetap dan terus menerus dan yang didirikan, bekerja serta berkedudukan dalam wilayah Negara Republik Indonesia, untuk tujuan memperoleh keuntungan dan atau laba”.

Perkumpulan Alumni SMK Al Amanah yang berjumlah 50 orang telah eksis dalam kegiatan dimasyarakat. Mereka yang tergabung dalam Alumni SMK Al Amanah telah menjalankan berbagai macam kegiatan usaha kecil yang merupakan tindak lanjut dari Pendidikan yang mereka peroleh selama di bangku sekolah. Seperti usaha penjualan voucher pulsa, makanan dan minuman serta jasa usaha lainnya.

Dengan mereka dibekali pemahaman berwirausaha secara praktis serta aspek legal dan regulasi terkait diharapkan mereka mendapat bekal yang cukup. Terkadang aspek legal dan pengetahuan regulasi yang minim menjadikan usaha bagi para pelaku usaha pemula menghadapi banyak persoalan-persoalan tersendiri. Apalagi kondisi sekarang yang sedang menghadapi pandemic Covid-19 menjadikan banyak pelaku usaha yang sedang mengalami kesulitan selain dikarenakan banyaknya Batasan-batasan regulasi yang ada tetapi juga turunnya daya beli dari para pembeli.

Permasalahan sekarang yang sedang dihadapi oleh para pelaku usaha yang sangat terasa adalah daya beli dari konsumen yang turun drastis. Selain itu ada banyak aturan-aturan atau regulasi yang harus dipenuhi oleh para pelaku usaha pada umumnya yaitu mengikuti protokol Kesehatan. Beberapa tempat malah dilakukan penutupan karena dianggap sangat beresiko sebagai kluster penyebaran Covid-19.

Jika merujuk pada istilah di atas terdapat dua unsur pokok yang terkandung dalam suatu perusahaan yaitu bentuk badan usaha yang menjalankan setiap jenis usaha baik berupa suatu persekutuan atau badan usaha yang didirikan, bekerjasama berkedudukan di Indonesia dan jenis usaha yang berupa kegiatan dalam bidang bisnis yang dijalankan secara terus menerus untuk mencari keuntungan. Pesatnya perkembangan kegiatan bisnis di Indonesia, banyak kalangan pengusaha tidak lagi bertindak sendiri menjalankan perusahaannya, melainkan mereka bersama-sama mendirikan persekutuan-persekutuan dan perseroan-perseroan diantaranya adalah persekutuan perdata, firma, persekutuan komanditer, perseroan terbatas, dan koperasi. Perusahaan selalu terhubung dengan pihak ketiga dan ingin melindungi perusahaan yang dijalankan secara jujur ("*te goeder trouw*"), maka sangat penting arti legalitas suatu perusahaan dalam kegiatan bisnis, karena legalitas perusahaan merupakan jati diri yang melekatkan atau mengesahkan suatu perusahaan sehingga diakui oleh masyarakat.

Aktivitas usaha yang tidak memiliki legalitas usaha akan berdampak negative terhadap usaha itu sendiri maupun pihak lain yang melakukan usahanya dengan baik dan jujur. Oleh karena itu masyarakat harus diberdayakan untuk mengerti, memahami dan mengimplementasikan adanya legalitas usaha agar diperoleh manfaat yang banyak sehingga usahanya semakin efisien dan menghasikan keuntungan yang besar baik bagi pelaku usaha sendiri maupun masyarakat lainnya (*profitabilitas*).

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) merupakan bagian integral dari Tri Dharma Perguruan Tinggi yang dalam pelaksanaannya tidak terlepas dari dua dharma yang lainnya, serta melibatkan segenap sivitas akademik: dosen, mahasiswa, tenaga kependidikan serta alumni. Melalui PKM sivitas akademik dapat hadir di tengah-tengah masyarakat.

Melihat lokasi Lokasi kampus yang tidak jauh dengan lokasi Pondok Benda, Pamulang, Tangerang Selatan, maka sudah menjadi kewajiban bagi Universitas Pamulang (Unpam) untuk ikut serta membantu & meningkatkan dalam bidang edukatif kemasyarakatan, misalnya dalam bidang usaha pada masyarakat sekitarnya berbagai

persoalan yang dihadapi masyarakat. Sudah selayaknya kehadiran Unpam memberi suatu kontubusi kepada masyarakat terdekatnya, agar Unpam & masyarakat dapat bersama-sama dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat & meningkatkan perekonomian masyarakat setempat melalui jalur informal, yaitu dengan diselenggarakannya suatu kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dapat benar-benar dirasakan manfaatnya oleh masyarakat baik yang dekat maupun yang jauh.

Kemajuan dan peningkatan pembangunan nasional pada umumnya dan perkembangan kegiatan ekonomi pada khususnya yang menyebabkan berkembangnya dunia usaha dan perusahaan, suatu perusahaan memerlukan adanya legalitas perusahaan yang merupakan sumber informasi resmi untuk semua pihak yang berkepentingan mengenai identitas dan hal-hal yang menyangkut dunia usaha dan perusahaan yang didirikan, bekerja serta berkedudukan di wilayah Negara Republik Indonesia. Legalitas suatu perusahaan atau badan usaha adalah merupakan unsur yang terpenting, karena legalitas merupakan jati diri yang melegalkan atau mengesahkan suatu badan usaha sehingga diakui oleh masyarakat. Dengan kata lain, legalitas perusahaan harus sah menurut undang-undang dan peraturan, di mana perusahaan tersebut dilindungi atau dipayungi dengan berbagai dokumen hingga sah di mata hukum pada pemerintahan yang berkuasa saat itu.

Keberlangsungan suatu usaha dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah keberadaan unsur legalitas dari usaha tersebut. Dalam suatu usaha, faktor legalitas ini berwujud pada kepemilikan izin usaha yang dimiliki. contoh dokumen yang mendukung syahnya perusahaan tersebut adalah antara lain: akte pendirian perusahaan tersebut oleh notaris dan diumumkan dilembaran negara, nomor pokok wajib pajak persahaan, surat izin usaha, izin gangguan atau HO (Hinderordonnantie), izin lokasi, izin lingkungan, dan banyak izin-izin lainnya sesuai bidang usahanya masing-masing.

Perusahaan sebagai wahana pembangunan perekonomian diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Kitab Undang-Undang Hukum Dagang dan peraturan perundang-undangan. Dalam menjalankan kegiatan bisnis dalam tatanan hukum bisnis di Indonesia dikenal tiga jenis badan usaha, yaitu badan usaha swasta, badan usaha milik negara dan koperasi. Yang dikatakan dengan badan usaha atau perusahaan menurut Pasal 1 Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan adalah: “setiap bentuk usaha yang menjalankan setiap jenis usaha yang bersifat tetap dan terus

menerus dan yang didirikan, bekerja serta berkedudukan dalam wilayah Negara Republik Indonesia, untuk tujuan memperoleh keuntungan dan atau laba.”

Dari pengertian di atas, ada dua unsur pokok yang terkandung dalam suatu perusahaan yaitu bentuk badan usaha yang menjalankan setiap jenis usaha baik berupa suatu persekutuan atau badan usaha yang didirikan, bekerja dan berkedudukan di Indonesia dan jenis usaha yang berupa kegiatan dalam bidang bisnis yang dijalankan secara terus menerus untuk mencari keuntungan.

Pesatnya perkembangan kegiatan bisnis di Indonesia, banyak kalangan pengusaha tidak lagi bertindak sendiri menjalankan perusahaannya, melainkan mereka bersama-sama mendirikan persekutuan-persekutuan dan perseroan-perseroan diantaranya adalah persekutuan perdata, firma, persekutuan komanditer, perseroan terbatas, dan koperasi.

Perusahaan selalu terhubung dengan pihak ketiga dan ingin melindungi perusahaan yang dijalankan secara jujur ("*te goeder trouw*"), maka sangat penting arti legalitas suatu perusahaan dalam kegiatan bisnis, karena legalitas perusahaan merupakan jati diri yang melegalkan atau mengesahkan suatu perusahaan sehingga diakui oleh masyarakat.

Banyaknya perusahaan yang didirikan tanpa melegalkan perusahaan, sangat merugikan perusahaan lain yang menjalankan kegiatan bisnisnya secara jujur, maka harus diketahui apa saja bentuk dan cara memperoleh legalitas perusahaan, dan apa manfaatnya melegalasikan perusahaan.

Salah satu dampak pandemi COVID-19 ialah UMKM di Indonesia, berdasarkan data dari kementerian koperasi yang menggambarkan bahwa 1.785 koperasi dan 163.713 pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) terdampak pandemi virus corona (COVID-19). Kebanyakan koperasi yang terkena dampak COVID-19 bergerak pada bidang kebutuhan sehari-hari, sedangkan sector UMKM yang paling terdampak yakni makanan dan minuman. Kementerian Koperasi dan UMKM mengatakan bahwa koperasi yang bergerak pada bidang jasa dan produksi juga paling terdampak pada pandemi COVID-19.

Para pengelola koperasi merasakan turunnya penjualan, kekurangan modal, dan terhambatnya distribusi. Sementara itu sektor UMKM yang terguncang selama pandemi COVID-19 selain daripada makanan dan minuman, juga adalah industri kreatif dan pertanian. Dalam menanggulangi masalah yang dihadapi pelaku UMKM dan koperasi, pemerintah melaksanakan beberapa upaya. Salah satunya adalah, memasukkan pelaku

UMKM dan koperasi sebagai penerima program bantuan pemerintah, seperti Kartu Prakerja, subsidi tarif listrik, dan Keluarga Harapan.

Pemerintah juga memberikan keringanan pembayaran pajak selama enam bulan, sejak April 2020 hingga September 2020. Juga merelaksasi dan merestrukturisasi pembayaran pinjaman bagi pelaku UMKM dan koperasi, kementerian koperasi dalam dan UMKM dalam seminar International yang digelar secara daring melalui Zoom oleh Institut Koperasi Indonesia (Ikopin) dalam rangka memperingati Dies Natalies Ikopin ke-38, Jumat 8 Mei 2020.

Meskipun pandemi COVID-19 memunculkan beberapa masalah bagi pelaku UMKM dan koperasi, di sisi lain ada kesempatan yang juga muncul. Pelaku UMKM dan koperasi bisa memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi mengingat perdagangan elektronik pada 2020 mencapai US\$ 130 miliar. Transaksi perdagangan drastis elektronik meningkat selama pandemi COVID-19. Produk yang penjualannya mengalami peningkatan, antara lain produk kesehatan meningkat 90%, produk penunjang hobi naik 70%, makanan naik 350%, dan makanan herbal naik 200%.

Kini UMKM di Indonesia tengah menghadapi tantangan baru. Pandemi COVID-19 telah berdampak secara signifikan pada UMKM di Indonesia. Dalam survey yang dilakukan oleh beberapa elemen lembaga survey dari 250 pengguna UMKM, tercatat bahwa 67% pendapatan UMKM menurun, 10% UMKM kesulitan memperoleh bahan baku dan 5% UMKM mengalami ketidakstabilan cash-flow.

## II. METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Pada dasarnya bagian ini menjelaskan pelaksanaan dan metode pengabdian. Uraian pelaksanaan kegiatan meliputi lokasi, waktu, latar belakang peserta, dan banyak peserta. Sedangkan, uraian metode kegiatan meliputi metode dan materi yang disampaikan. Pilih salah satu atau mengkombinasikan beberapa metode kegiatan antara lain: (1) *training*/pelatihan terkait barang maupun jasa, difusi ipteks, substitusi ipteks (ipteks terbaru), atau simulasi ipteks; (2) Pendidikan berkelanjutan; (3) Penyadaran/peningkatan pemahaman terhadap suatu masalah; (4) Konsultasi/pendampingan/mediasi. Sebaiknya hindari pengorganisasian penulisan ke dalam “anak sub-judul” pada bagian ini. Namun, jika tidak bisa dihindari, cara penulisannya dapat dilihat pada bagian “Hasil dan Pembahasan”.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dampak dari Pandemi Covid-19 bagi dunia usaha sangat memukul mereka. Oleh karena itu perlu melakukan upaya-upaya yang sistematis agar usaha yang dilakukan oleh para pelaku usaha terutama UMKM tetap dapat survive. Upaya yang bisa dilakukan salah satunya dengan memberikan mereka pemahaman terutama mengenai cara pengembangan usaha di tengah pandemic Covid-19 dengan tetap mengikuti regulasi yang terkait.

#### 1. Urgensi Aspek Digitalisasi Akibat Pandemi Covid19

Perkembangan digital dalam globalisasi sangat berpengaruh pada roda ekonomi termasuk pasar ritel. Pasar ritel yang beberapa waktu sebelumnya mencoba untuk menggusur keberadaan pasar tradisional, tetapi pada kenyataannya keberadaan pasar ritel modern dipengaruhi oleh globalisasi terlihat bahwa beberapa pasar ritel mulai turun seperti musim gugur. Satu persatu pasar ritel modern, skala besar, mikro, hingga kecil mulai turun satu persatu. Hal ini disebabkan kurangnya minat konsumen untuk berbelanja secara konvensional meskipun fasilitas fisiknya sangat nyaman dan hampir tidak ada celah. Tetapi dengan menghadirkan kemudahan berbelanja pada kenyataannya di era digital orang tetap enggan dan lebih suka melakukan aktivitas belanja online atau menggunakan aplikasi media. Berikut beberapa alasan orang enggan melakukan aktivitas belanja konvensional:

- a) Minimalkan Biaya Efisiensi biaya dan waktu menjadi faktor utama melakukan transaksi online. Selain lebih efisien dari segi biaya, antara lain biaya transportasi, biaya parkir, dan biaya akomodasi yang merupakan satu paket dengan proses transaksi. Belum lagi dari segi efisiensi waktu, anda perlu harus meluangkan waktu khusus untuk melakukan aktifitas belanja, terlebih menghabiskan banyak waktu lagi untuk memilih dan mencari barang, sehingga perlu tenaga fisik yang kuat.
- b) Kurangi Kelelahan Dalam transaksi pasar online, anda tidak perlu harus repot mendatangi toko, mall atau tempat makan. Sehingga kita tidak harus capek dan mengeluarkan tenaga ekstra belum lagi harus mengendarai kendaraan, macet, dan berbagai masalah yang muncul di jalan. Jika transaksi secara online, kita bisa berbelanja sambil melakukan aktifitas lain dirumah, atau tempat kerja, sehingga dinilai sangat praktis.



- c) Efisiensi Daya Aktifitas belanja melalui digital juga efisiensi dari segi daya. Para shopper tidak perlu lagi menghabiskan waktu untuk antri di depan kasir, antri dan desk desakan dalam memilih barang terbaik, belum lagi harus menunggu untuk dilayani para penjaga toko ketika toko sedang ramai dan banyak pengunjung. Tentu berbeda jauh dengan belanja via online yang hanya dengan satu aktifitas membuka smartphone semua aktifitas belanja mulai memilih toko, memilih barang hingga proses transaksi dan pembayaran dilakukan hanya dengan satu klik. Tentu hal ini menjadi sebuah kemudahan tersendiri dalam era masyarakat millennial.
- d) Terhindar dari Masalah Kerepotan jika berbelanja online saat shopper ingin berbelanja banyak tidak perlu direpotkan membawa atau mencari kuli angkut untuk membawa kendaraan atau kerumah kita, karena semua barang pesanan langsung dikirim kerumah dengan keadaan yang aman. Tentu berbeda dengan belanja konvensional dimana kita dibuat repot untuk membungkus, membawa, bahkan mengirimnya kerumah, karena tidak semua toko menyediakan jasa pengiriman barang yang dibeli oleh konsumen.
- e) Tidak Lapar Mata Salah, satu faktor kelemahan seorang manusia dalam aktifitas belanja adalah nafsu belanja lebih saat di tempat perbelanjaan. Banyak kasus ketika hanya ingin membeli satu barang namun sesampai di toko bisa tertarik dengan barang lain yang sebenarnya tidak menjadi niat awal untuk membelinya. Ketika belanja online tentu hal ini bisa diminimalisir sebab kita akan bisa fokus mencari barang yang dibutuhkan.
- f) Harga Bersaing. Aktifitas belanja konvensional akan banyak faktor untuk meluangkan waktu membandingkan harga dengan toko sekitarnya dan itu juga membutuhkan waktu dan tenaga, berbeda dengan belanja online, saat ingin beralih ketoko lain hanya dengan satu klik tanpa kita harus berpindah secara fisik. Perbedaan harga juga tidak jauh berbeda dengan kita belanja konvensional, karena selisihnya relatif sedikit. Jika dibandingkan dengan beragamnya keuntungan tentu tidak menjadi masalah untuk memilih belanja online.
- g) Diskon Menarik/Harga Spesial. Sistem belanja online semacam sistem tabungan, jadi semakin sering berbelanja online, penjual akan memberikan voucher, gift, poin, atau reward tertentu sebagai bukti terima kasih atas kepercayaannya.

Berbeda dengan toko konvensional yang hanya memberikan potongan tertentu pada yang punya member saja atau pada saat tertentu.

- h) Efisiensi Waktu. Aktifitas belanja online juga tidak akan menghabiskan waktu kita, karena kita dimudahkan untuk tidak harus keluar, macet di jalan, dengan beragam bahaya di perjalanan. Dan aktifitas belanja online hanya membutuhkan waktu beberapa menit saja, sehingga waktu kita akan bisa diunakan untuk kegiatan yang lainnya.
- i) Faktor Kenyamanan. Faktor kenyamanan tentu tidak diragukan lagi, apabila belanja online kita tidak perlu harus berbondan, keluar untuk belanja, bahkan dengan posisi santai saja kita sudah bisa melakukan aktifitas belanja, bahkan belanja juga bisa tengah malam dan waktu libur. Banyak keuntungan yang ditawarkan cara belanja online harus ada beberapa langkah untuk dapat mempertahankan eksistensinya di pasar di era digital.

## 2. Pelanggan dan Industri Rethinking

- a) Berfokus pada kebutuhan sosial pemikiran tradisional tentang memenuhi kebutuhan pelanggan dasar seperti pakaian, makanan dan rak telah menjadi landasan pemasaran selama bertahun-tahun. Namun, revolusi sosial digital telah mengubah kebutuhan dasar menjadi keseimbangan konektivitas antara satu pelanggan dan pelanggan lainnya. Berfokus pada kebutuhan sosial berarti memahami arah percakapan pelanggan.
- b) Membangun ekosistem dan model bisnis baru di era digital saat ini, keunggulan kompetitif diciptakan dari keterikatan kita dengan ekosistem industri yang secara langsung mengubah diri kita dan pesaing kita.

## 3. Merancang Strategi Sosial dan Digital

- a) Mengembangkan strategi sosial dan digital menanggapi perubahan yang terjadi di pasar dengan menerapkan strategi digital yang tepat. Perusahaan seperti American Express, Nike dan Harvard telah berhasil mengatasi kebutuhan sosial pelanggan mereka, sehingga mengurangi retensi pelanggan dan biaya akuisisi serta mengurangi biaya produksi.
- b) Memindahkan pelanggan ke pasar online yang mengembangkan strategi digital membutuhkan kesiapan integrasi sistem operasi offline dan online. Tidak hanya

menembus Komunikasi Pemasaran Terpadu saja, tetapi juga menjadi manual operasional yang harus diterapkan bersama.

#### 4. Melaksanakan Strategi Digital dan Sosial

Penetrasi pasar baru pasar digital, Facebook, Google, You Tube hingga aplikasi seluler telah mengubah pasar kami menjadi lebih cerdas dan terinformasi dengan baik. Ini adalah penggerak perubahan yang memaksa perusahaan kami menjadi lebih sosial dan digital. Di sini pentingnya memanfaatkan media sosial, pemasaran keluar dan masuk untuk mencapai keunggulan kompetitif. Ingat, puasa selalu lebih tinggi dari yang besar.

#### 5. Mengembangkan Kapabilitas Organisasi

Identifikasi kebutuhan perusahaan akan perubahan, persiapkan diri untuk perubahan. DNA perusahaan kami harus dirancang sedemikian rupa untuk mengakomodasi kebutuhan sosial digital pelanggan. Kehadiran pasar online era digital terutama tidak hanya membawa dampak buruk tetapi juga banyak sisi positif lainnya yang lebih dekat dengan konsumen/pelanggan, dengan cepat mempromosikan atau memperkenalkan produk kepada publik, tidak adanya batasan pasar untuk menjangkau seluruh pelosok dunia yang terhubung dengan internet, dan ketepatan serta kecepatan layanan menjadi kebutuhan utama konsumen di era globalisasi.

Di era digital, pebisnis harus memiliki kemitraan dengan era digital sebagai reformasi bisnis. Gejolak era globalisasi telah memberikan dampak luar biasa pada hampir semua sendi kehidupan, salah satunya di dunia pemasaran. Tidak hanya pasar tradisional, pasar ritel modern menjadi dampak dari era digital komunikasi pada perkembangan komunikasi digital, masyarakat modern baik perkotaan maupun pedesaan alih-alih memanfaatkan teknologi komunikasi dalam kegiatan belanja. Di era digital, orang cenderung menghabiskan aktivitas belanja online dari melakukan kegiatan belanja konvensional. Dampaknya adalah jatuhnya pasar pasar konvensional, kejayaan pasar konvensional secara bertahap mulai terkikis dan diprediksi akan mengalami penutupan masif di masa depan. Ini karena banyak keuntungan yang didapat jika belanja online daripada konvensional. Maka dirumuskan beberapa hal yang dapat dijadikan alternatif untuk dapat mempertahankan bisnis di pasar ritel modern dalam gelombang perkembangan komunikasi digital.

Metode Pelaksanaan dilakukan melalui :

1. Presentasi tentang ‘Strategi Pengembangan Usaha di Masa Pandemi Covid 19 Berdasarkan Regulasi Terkait’. via aplikasi Zoom Meeting
2. Presentasi tentang
3. Diskusi dan Tanya Jawab via daring

Secara Rinci Tahap Pelaksanaannya yaitu :

Metode kegiatan yang digunakan kepada pengunjung adalah dengan memberikan penjelasan materi teori terlebih dahulu baru kemudian peragaan. Berikut ini adalah tahapan kegiatan yang dilakukan:

#### 1. Tahap Persiapan

Adapun tahap-tahap yang dilakukan dalam kegiatan ini meliputi:

##### a. Survei awal

Pada tahap ini dilakukan survei ke Lokasi kegiatan wilayah disekitar Pondok Benda dan diputuskan kegiatan PKM melalui Zoom Meeting.

##### b. Fiksasi Jadwal

Pada tahap ini dilakukan penentuan waktu kegiatan dengan konfirmasi kembali kepada para peserta kalangan remaja calon pelaku usaha dan para pelaku usaha

##### c. Persiapan Materi Kegiatan

Pada tahap ini dilakukan penyusunan bahan/materi kegiatan yang meliputi: slide untuk presentasi dan handout unutm audiensi agar dapat dipahami dnegan baik.

#### 2. Tahap Pelaksanaan Kegiatan.

Untuk melaksanakan kegiatan ini digunakan 2 metode, yaitu:

- a. Metode Pemaparan Mengenai ‘Strategi Pengembangan Usaha di Masa Pandemi Covid 19 Berdasarkan Regulasi Terkait’.via aplikasi Zoom Meeting penjelasan singkat dan sederhana mengenai ‘Strategi Pengembangan Usaha di Masa Pandemi Covid 19 Berdasarkan Regulasi Terkait’. via aplikasi Zoom Meeting. Kemudian di paparkan mengenai

pandangan syariat Islam dan Hukum Positif yang melingkupi tentang Jual Beli Online.

- b. Diskusi dan Tanya Jawab. Melakukan diskusi dan tanya jawab seputar konsep jual beli system online dan implikasinya terhadap aspek hukum baik menurut agama maupun hokum positif yang ada. Diskusi dapat berupa konsultasi terkait permasalahan-permasalahan hukum yang dapat menjerat para pelaku jual beli online serta dapat tips-tips untuk mengantisipasi hukum dari permasalahan hukum yang mungkin dapat terjadi. Audien juga dapat tercerahkan dengan pandangan syariat Islam terhadap penggunaan jual beli secara online.

#### **IV. WAKTU DAN LOKASI**

Pelaksanaan PKM dengan judul “‘Strategi Pengembangan Usaha di Masa Pandemi Covid 19 Berdasarkan Regulasi Terkait’ kepada Alumni SMK Alamanah via aplikasi Zoom Meeting dilaksanakan pada hari Minggu, tanggal 6 Desember 2020, dari pukul 08.00 sampai dengan pukul 12.00 WIB. Adapun deskripsi umum acaranya adalah sebagai berikut:

1. Pukul 06.00 – 08.00 WIB :

Mempersiapkan bahan materi peralatan yang akan digunakan dalam pemaparan dan pelatihan di tempat yang sudah disediakan oleh panitia. Pelaksanaannya dilakukan secara virtual

2. Pukul 08.00 – 12.00 WIB :

Setelah acara dibuka dengan beberapa sambutan kemudian dilanjutkan dengan pemaparan materi tentang jual beli online. Diberikan tips dan trik dalam berjualan secara online agar dapat berkembang dengan cepat. Kemudian dibekali juga dengan penambahan wawasan mengenai rambu-rambu yang harus di pahami dalam berjualan di dunia online. Rambu-rambu itu bukan hanya terkait aturan-aturan umum yang melingkupi jual beli online, tetapi juga aturan dan kebijakan dari pemerintah serta pandangan agama Islam dalam melihat jual beli system online. Acara akan ditutup dengan siskusi dan pertanyaan dari para peserta yang hadir. Jika tidak memenuhi waktu terhadap pertanyaan yang ada maka dapat dilakukan secara kontak langsung dengan para narasumber atau pemateri yang ada.

Pemaparan “Strategi Pengembangan Usaha di Masa Pandemi Covid 19 Berdasarkan Regulasi Terkait’. disertai diskusi dan tanya jawab dari pemateri dengan peserta.

3. Pukul 12.00 – 13.00 WIB :

Acara pelaksanaan PKM selesai, selanjutnya dilakukan Foto bersama Tim PKM dengan sebagian pengunjung sebelum acara ditutup dengan doa.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

*Strategi Pengembangan Usaha Di Masa Pandemi Covid19* merupakan salah satu cara agar usaha yang telah dirintis ataupun telah eksis dapat terus survive ketika masa pandemi Covid19 ini. Jika tidak melakukan terobosan-terobosan dalam mengembangkan usaha maka akan sulit untuk dapat bertahan dengan baik. Karena masa pendemi Covid19 ini tidak diketahui kapan berakhirnya sementara pihak pemerintah telah memberikan batasan-batasan ketat dalam regulasi yang dibuatnya.

Pengabdian masyarakat yang dilakukan pada alumni SMK Al Amanah, Kelurahan Setu yang dilakukan pada hari tanggal 19 sd 21 Desember 2020 sangat dirasakan manfaatnya oleh para alumni tersebut. Mereka ingin tahu lebih jauh strategi pengembangan usaha dengan terobosan-terobosannya disamping itu ingin mengetahui lebih jauh regulasi dari pemerintah serta konsukuensinya jika melanggarnya.

### **Saran**

Pengabdian masyarakat diharapkan dapat diadakan kembali pada para Alumni SMK Al Amanah, Kelurahan Setu, Kec. Setu Tangerang Selatan karena ingin tahu lebih jauh strategi pengembangan usaha dengan terobosan-terobosannya disamping itu ingin mengetahui lebih jauh regulasi dari pemerintah serta konsukuensinya jika melanggarnya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Asyhadie, Zaeni, *Hukum Bisnis Prinsip Dan Pelaksanaannya Di Indonesia*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005  
Kansil, C.S.T., *Pokok-Pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*, Jakarta: Sinar Grafika, 2008

- Mulhadi, Hukum Perusahaan: Bentuk Badan-Badan Usaha di Indonesia, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2010
- Sidabalok, Janes, Hukum Perusahaan: Analisis Terhadap Pengaturan Peran Perusahaan Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional di Indonesia, Bandung: CV. Nuansa Aulia, 2012
- Rini Fitriani, Aspek Hukum Legalitas Perusahaan Atau Badan Usaha Dalam Kegiatan Bisnis, Jurnal Hukum Samudra Keadilan, Volume 12 No.1 tahun 2017
- Andi Amri, Damak Covid-19 Terhadap UMKM Di Indonesia, Jurnal Brand, Volume 2 No.1 tahun 2020
- <https://covid19.go.id/edukasi/masyarakat-umum/lima-peluang-manis-tetap-laris-saat-krisis>
- <https://accurate.id/bisnis-ukm/16-cara-mengembangkan-usaha/>
- <https://www.jurnal.id/id/blog/strategi-bisnis-untuk-bersaing-di-era-digital/>