**STRATEGI BISNIS DALAM MEMPERTAHANKAN KELANGSUNGAN USAHA DARI PERSPEKTIF BEBAN DAN PENDAPATAN**

**(Studi Kasus : PT Elita Sejahtera Indonesia)**

Wiwik Dwi Karyawatiningsih 1 Rochmad Bayu Utomo 2

Fakultas Ekonomi, Universitas Mercu Buana Yogyakarta1,2

[wiwikdwikarya@gmail.com 1](mailto:wiwikdwikarya@gmail.com%201)[bayu@mercubuana-yogya.ac.id](mailto:bayu@mercubuana-yogya.ac.id) 2

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi-srategi bisnis yang dilakukan oleh PT Elita Sejahtera dalam menjaga keberlangsungan usahanya. Hal ini dikarenakan PT Elita Sejahtera Indonesia merupakan salah satu perusahaan manufaktur dan retail yang terkena dampak dari adanya pandemi covid-19. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui dampak dari strategi-strategi yang telah dilakukan terhadap beban dan omzet serta untuk mengetahui strategi mana yang paling efektif dilakukan untuk menjaga keberlangsungan usahanya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan wawancara mendalam sebagai metode pengumpulan data. Data diperoleh dengan mewawancarai CEO PT Elita Sejahtera Indonesia dan beberapa karyawan di bagian keuangan dan pimpinan penjualan toko.

Dari hasil penelitian ditemukan bahwa PT Elita Sejahtera Indonesia melakukan berbagai strategi untuk mempertahankan kelangsungan bisnisnya mulai dari strategi pemasaran dan penjualan hingga strategi operasional bisnisnya. Dengan adanya strategi-strategi tesebut dapat meningkatkan penjualan dan bisa menekan biaya operasional perusahaan. Dari hasil penelitian juga ditemukan bahwa strategi bisnis yang paling efektif adalah dengan melakukan berbagai promosi di sosial media.

Kata Kunci: Strategi Bisnis Perusahaan, Dampak Terhadap Beban dan Pendapatan, Strategi paling Efektif

**PENDAHULUAN**

Strategi bisnis menjadi hal yang sangat penting dalam menjalankan sebuah usaha. Persaingan yang semakin ketat dan beraneka ragam membuat para pengusaha harus lebih memperhatikan strategi bisnisnya. Hal ini dikarenakan agar usaha dapat terus berlangsung dan berkembang di tengah ketatnya persaingan. Menurut Pedersen dan Ritter (2020), strategi merupakan sebuah rencana sebelum dilakukan dan ditindaklanjuti melalui kegiatan praktis. Strategi sebagai kegiatan persiapan khusus yang unik sehingga membedakan strategi bisnis pemilik dengan para pesaing dalam rangka mengoptimalkan daya saing. Strategi adalah proyek artinya strategi ini memberikan solusi untuk masa depan dan calon pengguna. Strategi diartikan sebagai suatu pola dan menunjukkan kegiatan perusahaan yang dapat dijelaskan melalui pola-pola yang muncul dari kegiatan yang telah direncanakan dan dilakukan sebelumnya. Strategi sebagai posisi, artinya pengusaha dapat menggunakan segala sumber daya yang dipunya, baik fisik maupun ilmu pengetahuan guna menyediakan produk yang unik untuk menemukan pasar yang bertujuan untuk lebih unggul dari pesaing. Akhirnya, strategi menjadi perspektif mengacu pada budaya organisasi pelaku bisnis untuk melihat diri mereka sendiri dan lingkungan mereka sebagai sebuah strategi.

Strategi bisnis sangat berpengaruh terhadap kelangsungan usaha. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian (Fitriyani et al., 2020) bahwa guna mewujudkan dan mengembangkan keberlanjutan usaha dibutuhkan pencapaian strategi yang matang dan memberikan hasil yang baik pada penguatan manajemen bisnis di bidang pemasaran, keuangan, sumber daya manusia dan bidang operasional. Para pelaku usaha harus siap dan tanggap terhadap setiap perubahan yang terjadi baik perubahan dari dalam maupun dari luar secara global untuk menjaga keberlangsungan usahanya.

Di tahun 2020, Indonesia dikagetkan dengan masuknya wabah virus mematikan yang kemudian disebut dengan nama *Corona Virus Disease* (Covid-19). Masuknya virus ini pertama kali diumumukan oleh presiden Indonesia pada awal Maret 2020. Tanpa membutuhkan waktu yang lama, laju penyebaran virus corona ini pun meningkat begitu cepat. Peningkatan laju penyebaran virus corona mengharuskan pemerintah Indonesia untuk mengambil berbagai kebijakan, seperti penerapan pembatasan sosial *(social distancing*) hingga pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) diberbagai daerah. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh (Ilham et al., 2020), para pengusaha Indonesia juga mendapatkan imbas sebagai dampak pandemi Covid-19, ada yang bisa bertahan walaupun mengalami penurunan omset, tertekan, hingga berujung pada penutupan, serta beralih fokus dengan membuka usaha baru yang relevan pada saat itu. Selain itu, ada juga yang bisa berkembang dan berhasil mendapatkan keuntungan dengan melihat peluang di tengah pandemi Covid-19.

Adanya pandemi Covid-19 membawa perubahan besar bagi para pelaku bisnis, dibuktikan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Yuliantika & Adinugraha, 2021) bahwa dengan adanya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) mengakibatkan usaha mengalami penurunan omset yang sangat drastis. Mulai dari bisnis *fashion,* elektronik, peralatan rumah tangga, taman bermain anak-anak, hingga bisnis pemancingan.

Penerapan *social distancing* mengharuskan semua kegiatan dilaksankan dari rumah (*work from home*) sehingga menjadikan bisnis kian terperosot, sehingga dibutuhkan strategi bisnis agar kegiatan usaha tetap bertahan (*survive*) di tengah pandemi Covid-19. Jika tidak, maka kemungkinan besar bisnis yang sedang dijalankan akan merosot bahkan harus gulung tikar. Menghadapi *social distancing* sebagai dampak pandemi Covid-19 mengharuskan para pelaku usaha melakukan strategi bisnis sebagai alat yang penting dimiliki agar para pengusaha Indonesia mampu bertahan di tengah pandemi Covid-19.

Penelitian yang telah dilakukan oleh (Fania, 2020), menjelaskan bahwa usaha retail di bidang *fashion*, Toko Ali Murah Madinah mengalami penurunan omzet, kesulitan memperoleh pasokan, hambatan distribusi dan pengiriman, minimnya pengetahuan teknologi informasi dan hambatan jaringan usaha. Untuk menghadapi hal tersebut, Toko Ali Murah Madinah melakukan strategi bisnis dengan 5P, yaitu *position, plan, perspective, project, and prepare*. PT Elita Sejahtera Indonesia juga merupakan salah satu perusahaan manufaktur dan retail di bidang fashion yang terkena dampak dari adanya pandemi Covid-19. Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya penurunan omset secara drastis di tahun 2020. Omzet PT Elita Sejahtera Indonesia di tahun 2020 mengalami penurunan sebesar 50,72% jika dibandingkan dengan omzet tahun 2019. Hal ini tidak lain adalah karena pengaruh dari adanya pandemi Covid-19. Dalam situasi seperti ini, PT Elita sejahtera Indonesia juga melakukan berbagai strategi bisnis untuk mempertahankan kelangsungan bisnisnya. Seperti dalam penelitian yang telah dilaukan oleh (Maulita et al., 2019) beban usaha dan pendapatan usaha berpengaruh terhadap profit perusahaan. Dari hasil uji dapat dijelaskan bahwa beban usaha merupakan variabel yang berpengaruh paling banyak terhadap profit perusahaan dan dari hasil analisis diketahui bahwa profit perusahaan semakin naik karena salah satu penyebabnya adalah penurunan jumlah beban usaha perusahaan.

Pandemi Covid-19 membuat omzet PT Elita Sejahtera Indonesia turun drastis sehingga PT Elita Sejahtera Indonesia melakukan berbagai strategi bisnis agar usaha dapat terus berlangsung. Strategi-strategi yang diterapkan juga harus memberikan dampak yang positif dari segi beban dan pendapatan. Rendahnya beban yang dikeluarkan untuk memperoleh pendapatan yang tinggi, tentu akan menghasilkan laba yang besar.

**RUMUSAN MASALAH**

1. Apa strategi bisnis yang dilakukan oleh PT Elita Sejahtera Indonesia untuk menjaga kelangsungan usahanya?
2. Bagaimana dampak terhadap beban dan pendapatan berdasarkan strategi bisnis yang telah dilakukan?
3. Strategi mana yang dinilai paling efektif untuk keberlangsungan usaha PT Elita Sejahtera Indonesia?

**LANDASAN TEORI**

**Strategi Bisnis**

Konsep strategi bisnis yang dikemukakan oleh Henry Mintzberg dalam Pedersen dan Ritter (2020) mendefinisikan strategi sebagai 5P yaitu *Plan, Ploy, Pattern, Position, dan Perspective.* Dari 5P yang telah disebutkan dapat dijelaskan masing-masing, sebagai berikut :

1. Strategi merupakan *plan,* yaitu rencana sebelum diimplementasikan dan ditindaklanjuti melalui kegiatan praktis.
2. Strategi merupakan *ploy,* yaituaktivitas unik yang dilakukan untuk membedakan strategi bisnis pelaku usaha dengan pesaing untuk mengungguli para pesaing.
3. Strategi merupakan *pattern,* menunjukkan kegiatan perusahaan yang dapat dijelaskan melalui pola-pola yang muncul dari kegiatan yang sudah direncanakan dan dilaksanakan sebelumnya.
4. Strategi merupakan *position*, pelaku usaha bisa memanfaatkan sumber daya yang dimiliki, baik fisik maupun pengetahuan guna menyediakan produk yang unik menemukan pasar yang bertujuan mengungguli pesaing.
5. Strategi merupakan *perspective,* mengacu terhadap budaya organisasi pelaku usaha untuk memandang dirinya sendiri dan lingkungannya sebagai sebuah strategi.

Menurut Kotler dan Keller, ada berbagai macam strategi khusus yang dapat dilakukan untuk mengungguli pasar, yaitu :

1. Strategi diskon harga

Penantang bisa menjual produk yang serupa dengan harga yang lebih murah. Tiga syarat yang harus dipenuhi agar bisa berhasil, yaitu pertama, penantang harus meyakinkan konsumen jika produk dan jasanya tidak kalah dengan pemimpin. Kedua, konsumen harus peka dengan selisih harga. Ketiga, pemimpin pasar harus menolak agar tidak memotong harga walaupun diserang oleh pesaing.

1. Strategi barang yang lebih murah

Penantang bisa menawarkan produk yang berkualitas rata-rata atau rendah dengan harga yang jauh lebih murah.

1. Strategi barang dan jasa diberi harga tinggi

Suatu strategi mengkombinasikan harga murah dan kualitas baik untuk merebut pangsa pasar dari pemimpin pasar.

1. Strategi barang yang bergengsi

Penantang pasar bisa mengeluarkan produk berkualitas dan mematok harga yang lebih tinggi daripada pemimpin.

1. Strategi penganekaragaan produk

Penantang dapat menyerang pemimpin dengan mengeluarkan produk yang lebih bervariasi, sehingga memberikan lebih banyak pilihan bagi para konsumen.

1. Strategi inovasi produk

Meningkatkan inovasi produk dapat dilakukan oleh si penantang. Hal ini biasanya dilakukan untuk memasuki pasar baru dengan memberikan perbaikan produk atau pemikiran baru

1. Strategi perbaikan pelayanan

Pelayanan yang berkualitas dan lebih unggul dapat dicoba oleh penantang kepada konsumen agar mereka puas

1. Strategi inovasi distribusi

Penantang bisa menemukan atau melakukan mengembangkan saluran distribusi baru

1. Strategi penurunan biaya manufaktur

Penantang dapat mengelola biaya manufaktur agar lebih murah dari pesaing melalui pembelian yang lebih efektif dan efisien, biaya pekerja yang lebih murah, dan peralatan produksi yang lebih canggih.

1. Promosi iklan yang intens

Penantang menyerang pemimpin dengan menaikkan budget biaya iklan dan promosi. Hal tersebut untuk meningkatkan pangsa pasar, namun pengeluaran promosi yang sangat tinggi biasanya bukan strategi yang baik, kecuali jika produk atau pesan iklan penantang memang lebih berkualitas.

Menurut Alfrian dan Pitaloka (2020), ada 5 strategi yang bisa dilakukan untuk bertahan di masa pandemic covid-19 :

1. Memanfaatkan fungsi *digital marketing* dengan membuat media promosi melalui media social
2. Memperkuat sumber daya manusia dengan cara menanamkan pembelajaran mengenai era globalisasi dan teknologi
3. Inovasi kreatif untuk membuat pembeli tertarik membeli produk pada masa pandemi
4. Meningkatkan pelayanan kepada pembeli dan menjamin kebersihan dan keamanan produk dan tempat belanja
5. Kebijakan pemerintah terhadap UMKM atau bantuan dari pemerintah seperti memberikan bantuan sosial atau bantuan dana agar UMKM tetap berjalan

Soetjipto (2020), melakukan penelitian terhadap ketahanan UMKM Jawa Timur melintasi pandemic covid-19 dan menerapkan strategi yang bernama *OODA loop*, yaitu :

1. *Observation*

Observasi menjadi langkah pertama dari satu proses untuk melakukan identifikasi atau menciptakan orientasi berpikir, lalu menemukan beberapa solusi terbaik sebagai bahan dalam pengambilan keputusan yang akan dijadikan dasar untuk bertindak.

1. *Orientation*

Orientasi dilaksanakan melalui analisa dan sintesa terhadap hasil observasi yang sudah dilaksanakan sebelumnya dengan melihat dari apa yang terjadi saat ini. Orientasi akan menghasilkan seperangkat strategi, rencana, dan aksi yang tepat dan memberikan solusi yang terbaik atas kondisi yang terjadi.

1. *Decision*

Merupakan tahap sebagai penyusunan dugaan atau kesimpulan awal yang merupakan kelanjutan dari tahap sebelumnya (*orientation*). Dalam tahap ini tahapan dalam menentukan keputusan merupakan langkah eksplisit, yang dapat dijadikan sebagai langkah kritis dan kelanjutan yang dibangun dari hasil orientasi.

1. *Action*

*Action* menjadi langkah nyata dan paling besar pengaruhnya, karena suatu keputusan yang telah ditetapkan akan memberikan suatu pengaruh pada situasi baru yang akan muncul. Dalam tahap ini sering terjadi suatu kondisi yang berbeda antara harapan dan kenyataan serta fakta-fakta baru yang kadang tidak terprediksikan.

**Kebijakan Pemerintah Terkait Pandemi Covid-19**

Presiden RI menerbitkan Peraturan Pemerintah Pengganti UU No 1 Tahun 2020 (PERPPU 01/2020) tentang Kebijakan Keuangan Negara dan Stabilitas Sistem Keuangan Untuk Penanganan Pandemi Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) dan/atau dalam rangka menghadapi ancaman yang membahayakan perekonomian Nasional dan/atau stabilitas sistem keuangan. Berikut adalah beberapa kebijakan pemerintah terkait pandemi covid-19 :

1. Pembatasan Mobilitas Masyarakat

Untuk menghambat penularan virus covid-19, salah satu kebijakan pemerintah adalah dengan memberlakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). PSBB ini mulai dilakukan oleh pemerintah pada tanggal 10-23 April 2020. Sesuai dengan pasal 13 Permenkes 9/2020, selama PSBB ada hal-hal praktis yang perlu diatur, meliputi peliburan sekolah dan tempat kerja, pembatasan kegiatan keagamaan, pembatasan kegiatan di tempat atau fasilitas umum, pembatasan kegiatan sosial dan budaya, pembatasan moda transportasi, serta pembatasan kegiatan lainnya khusus terkait aspek pertahanan dan keamanan. Setelah PSBB, pemerintah menerapkan PSBB Transisi dimana periode ini mulai dilakukan pada tanggal 12-25 Oktober 2020. Setelah PSBB Transisi ini pemerintah kembali melakukan pembatasan kegiatan masyarakat dengan sebutan PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) yang dilakukan mulai tanggal 11-25 januari 2021, kemudian diperpanjang lagi pada 26 Januari-8 Februari 2021

1. Kelonggaran membayar kredit.

Pemerintah memberikan insentif untuk kelompok usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di antaranya kelonggaran membayar kredit selama satu tahun.

1. Selain UMKM, kelonggaran kredit juga diberikan kepada sopir taksi dan tukang ojek.

Kelonggaran pinjaman tersebut mendapat persetujuan dari Bank Indonesia (BI) dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Kelonggaran itu berlaku mulai 31 Maret 2020 sampai dengna 31 Maret 2021.

1. Subsidi Listrik.

Merupakan kebijakan keringanan biaya listrik kepada pelanggan PLN di tengah pandemi virus corona. Kebijakan tersebut sudah mulai diberlakukan sejak 1 April, dan diharapkan semua pelanggan yang berhak mendapatkan subsidi listrik bisa mengakses subsidi listrik tersebut. Kebijakan ini diperuntukkan bagi rakyat miskin.

**METODE PENELITIAN**

**Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan wawancara mendalam sebagai metode pengumpulan data. Penelititian ini berdasarkan realita atau peristiwa yang berlangsung di lapangan.

**Lokasi Penelitian**

Penelitian dilakukan di PT Elita Sejahtera Indonesia yang beralamatkan di Jalan Kaliurang Km 5,6 Gang Pandela Mandala No 3B, Kumpulrejo, Manggung, Caturtunggal, Depok, Sleman, Yogyakarta. Alasan saya memilih lokasi tersebut adalah karena PT Elita Sejahtera Indonesia merupakan salah satu bisnis yang terkena dampak dari adanya pandemi covid-19 dan melakukan banyak strategi untuk mempertahankan kelangsungan bisnisnya.

**Populasi dan Sampel**

Populasi merupakan keseluruhan subyek yang akan diukur yang merupakan unit yang diteliti (Sugiyono, 2019). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pemangku kebijakan pengambilan keputusan yang ada di dalam PT Elita Sejahtera Indonesia. Sampel dari penelitian ini adalah *snowball sampling*. Dalam *snowball sampling* ini penulis akan mengambil sampel dengan bantuan *key informan* yang akan membantu untuk mendapatkan perkembangan dari petunjuk yang dijelaskannya.

**Jenis Data dan Sumber Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Sumber data primer diperoleh penulis dari hasil wawancara dengan CEO, karyawan bagian keuangan, *leader* penjualan toko *offline* dan *leader* penjualan toko *online* PT Elita Sejahtera Indonesia. Data sekunder dalam penelitian ini adalah laporan keuangan PT Elita Sejahtera Indonesia periode 2020.

**Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah:

1. Wawancara *in-depth interview,* merupakan wawancara yang bertujuan untuk mengetahui permasalahan dengan lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat dan ide-idenya (Sugiyono, 2019). Wawancara dilakukan dengan CEO, karyawan bagian keuangan, *leader* penjualan toko *offline* dan *leader* penjualan toko *online* PT Elita Sejahtera Indonesia.
2. Dokumentasi, dilakukan dengan memperoleh dan mengumpulkan data dari PT Elita Sejahtera Indonesia berupa informasi dan dokumen-dokumen perusahaan. Peneliti juga melakukan pengumpulan data dari informasi melalui buku dan jurnal.

**Definisi Operasional**

Definisi operasional penelitian adalah karakteristik atau atribut dari individu atau organisasi yang dapat diukur atau diobservasi yang bervariasi antara orang dan organisasi yang diteliti (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini yang menjadi definisi operasional adalah :

* 1. Mengetahui strategi bisnis yang dilakukan oleh PT Elita Sejahtera Indonesia untuk menjaga kelangsungan usahanya

Untuk mengetahui strategi bisnis yang dilakukan oleh PT Elita Sejahtera Indonesia, maka berikut adalah indikator-indikatornya :

1. Apa saja yang dilakukan oleh PT Elita Sejahtera Indonesia untuk menghadapi situasi pandemic
2. Strategi-strategi apa saja yang dilakukan untuk menghadapinya
3. Adakah strategi khusus dari divisi untuk menghadapi situasi pandemi
   1. Mengetahui dampak terhadap beban dan pendapatan berdasarkan strategi bisnis yang telah dilakukan

Untuk mengetahui dampak strategi bisnis yang dilakukan oleh PT Elita Sejahtera Indonesia terhadap beban dan pendapatan, maka berikut adalah indikator-indikatornya :

1. Apakah strategi yang dilakukan membawa pengaruh terhadap bisnis PT Elita Sejahtera Indonesia
2. Bagaimana dampak strategi tersebut terhadap keuangan bisnis PT Elita Sejahtera Indonesia
3. Bagaimana dampak strategi terhadap beban yang dikeluarkan
4. Bagaimana dampak strategi terhadap pendapatan yang diperoleh PT Elita Sejahtera Indonesia
5. Mengetahui strategi mana yang paling efektif dilakukan untuk keberlangsungan usaha PT Elita Sejahtera Indonesia

Untuk mengetahui strategi bisnis yang paling efektif dilakukan oleh PT Elita Sejahtera Indonesia, maka berikut adalah indikator-indikatornya :

* 1. Adakah kendala yang dialami saat menjalankan strategi bisnis
  2. Apakah selalu ada evaluasi terhadap strategi bisnis yang telah dilakukan
  3. Strategi mana yang paling efektif dan efisien

**Uji Keabsahan Data**

Uji kredibilitas data atau keabsahan dalam penelitian ini dilakukan dengan triangulasi sumber. Tujuan triangulasi untuk memperkuat teori, metodologi maupun interpretatif dari penelitian kualitatif. Triangulasi sumber dilakukan dengan cara pengecekan data kepada sumber yang berbeda untuk memastikan data akurat. Misalnya peneliti telah memperoleh informasi terkait persepsi, gagasan dan gaya hidup dari informan A melalui wawancara mendalam. Dengan triangulasi sumber peneliti akan melakukan pengecekan kembali informasi kepada informan B. Teknik yang dilakukan adalah dengan cara wawancara mendalam (*indepth interview*), dan dokumen.

**Metode Analisa Data**

Analisa data dilakukan ketika peneliti telah menyelesaikan pengumpulan data. Analisa data dilakukan untuk menyederhanakan hasil data yang diperoleh peneliti. Dalam penelitian ini metode analisa data yang dilakukan adalah dengan cara meruduksi data (*data reduction)* yaitu merangkum menemukan hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya, kemudian menyajikan dalam bentuk teks atau naratif *(data display)* dan *conclusion drawing/verification*, yaitu menarik kesimpulan berdasarkan penelitian yang telah dilakukan.

**PEMBAHASAN**

**Strategi Bisnis PT Elita Sejahtera Indonesia**

PT Elita Sejahtera Indonesia banyak melakukan strategi baik strategi penjualan dan pemasaran maupun strategi operasional perusahaan. Strategi-strategi yang dilakukan oleh PT Elita sejahtera Indonesia sudah sangat sejalan dengan teori strategi bisnis menurut Kotler dan Keller, yaitu strategi diskon harga, strategi penganekaragaman produk, strategi inovasi produk, strategi perbaikan pelayanan, strategi penurunan biaya manufaktur, dan melakukan promosi iklan yang intensif.

Selain relevan dengan teori strategi bisnis menurut Kotler dan Keller, strategi bisnis yang dilakukan oleh PT Elita Sejahtera Indonesia juga sangat relevan dengan strategi yang dikemukakan oleh Alfian dan Pitaloka (2020). Alfian dan Pitaloka (2020) menyebutkan strategi yang bisa dilakukan untuk bertahan di masa pandemi covid-19, yaitu dengan melakukan digital marketing (promosi medsos), memperkuat sumber daya manusia, melakukan inovasi kreatif untuk membuat konsumen tertarik, serta dengan meningkatkan pelayanan.

Beberapa strategi yang dilakukan oleh PT Elita Sejahtera Indonesia pada tahun 2020 masih terus dilakukan hingga tahun 2021. Misalnya dalam strategi penjualan dan pemasaran, PT Elita Sejahtera Indonesia tetap melanjutkan penggunaan iklan dan endorse untuk memperluas pasar. Strategi aktivasi toko seperti *visit store* juga akan lebih ditingkatkan lagi pada tahun 2021. Berdasarkan hasil wawancara strategi-strategi tersebut mampu menjaga keberlangsungan usaha PT Elita Sejahtera Indonesia dan mengalami peningkatan hingga saat ini.

Akan tetapi berdasarkan strategi yang sudah dijalankan di tahun 2020, ada juga strategi yang tidak dapat diterapkan pada tahun 2021, misalnya strategi penekanan jumlah beban gaji. Hal ini dikarenakan semkin naiknya omzet maka harus diimbangi dengan kenaikan sumber daya manusianya. Yang dilakukan oleh PT Elita Sejahtera Indonesia saat ini adalah melakukan penambahan karyawan dengan *sistem freelance / part time* yang disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan.

**Dampak Strategi Bisnis Terhadap Beban dan Pendapatan**

Dampak dari setiap strategi bisnis dari segi beban memang bertambah saat melakukan iklan, endorse, *visit store*, dan lainnya. Beban yang dikeluarkan menjadi lebih banyak karena yang dulunya tidak ada menjadi ada tambahan beban baru untuk menunjang strategi yang dilakukan. Dampak strategi yang telah dilakukan terhadap penjualan memang mengalami kenaikan, akan tetapi belum naik secara signifikan. Walaupun begitu tetap ada keuntungan lain yang didapatkan oleh PT Elita Sejahtera Indonesia, yaitu menjadi punya banyak pasar salah satunya, indikasinya bisa dilihat saat PT Elita Sejahtera Indonesia aktif melakukan iklan dan endorse, *followers* instagram semakin cepat bertambah, dan secara tidak langsung ketika lebih banyak orang yang mengetahui toko ELITA.

Untuk efek dari setiap strategi bisnis terhadap omzet atau pendapatan sebenarnya masih agak sulit dikonversikan di PT Elita Sejahtera Indonesia. Hal ini dikarenakan dalam satu waktu tidak mungkin hanya melakukan satu strategi saja. Beberapa strategi bisnis selalu dilakukan dalam waktu yang bersamaan. Misalnya pada bulan Juni PT Elita Sejahtera Indonesia melakukan beberapa strategi bisnis yang digabung jadi satu yaitu ada *endorse*, ada iklan, ditambah lagi adanya *free* ongkir, kemudian penjualan secara *live* di instagram dan shopee.

**Strategi Bisnis yang Paling Efektif**

Pada PT Elita Sejahtera Indonesia, strategi itu bisa dikatakan efektif dengan melihat maksud dan tujuan yang ingin dicapai di awal. Setiap strategi yang dilakukan harus didasarkan atas tujuan awal yang ingin dicapai dan melihat kondisi nyata di lapangan. Contoh salah satunya adalah ketika PT Elita Sejahtera Indonesia memutuskan untuk melakukan strategi operasional dengan mengurangi jumlah karyawan, hal ini tentu sangat efektif dilakukan ketika kondisi keuangan perusahaan tidak sehat, ditambah lagi apabila beban pekerjaan karyawan pada saat itu tidak terlalu padat (keadaan pandemi). Dan hal ini tentu menjadi sangat tidak efektif dilakukan apabila kondisi perusahaan lagi naik secara signifikan dari segi penjualan. Otomatis perusahaan perlu menambah sumber daya manusia bukan malah menguranginya.

Contoh lain diskon produk akan sangat efektif dilakukan jika daya beli customer menurun terhadap produk ELITA, dengan catatan diskon yang diberikan tetap memperhatikan margin produk agar tidak rugi. Diskon produk secara besar-besaran akan menjadi efektif ketika tujuan awalnya adalah untuk mengeluarkan produk *dead stock* yang sudah lama menumpuk di gudang. Diskon seperti ini bisa dilakukan pada saat even tertentu, misalnya ketika hari raya atau *clereance sale* akhir tahun. Strategi tersebut bisa menjadi sangat tidak efektif apabila dilakukan diskon besar-besaran setiap hari. Terlepas dari itu semua bagian keuangan juga tetap harus memperhitungkan setiap biaya-biaya yang dikeluarkan dan melakukan evaluasi, jangan sampai sudah mengeluarkan banyak uang akan tetapi tidak ada efek yang baik sama sekali terhadap perusahaan baik secara omzet maupun kualitas.

**PENUTUP**

**Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. PT Elita Sejahtera Indonesia telah melakukan berbagai strategi bisnis untuk menjaga kelangsungan bisnisnya. Strategi dibedakan menjadi 2, yaitu strategi penjualan dan pemasaran, dan strategi operasional bisnis.
2. Berdasarkan strategi-strategi bisnis yang telah dilakukan, terdapat dampak terhadap beban karena jelas bebannya bertambah besar. Dari segi pendapatan juga mengalami kenaikan secara perlahan dan usaha bisa bertahan sampai saat ini.

Dari berbagai strategi yang dilakukan, strategi yang sangat efektif dilakukan adalah dengan menerapkan strategi promosi iklan melalui berbagai sosial media. Hal ini dikarenakan iklan mampu menaikkan penjualan dan bisa menambah pasar ELITA menjadi lebih banyak lagi.

**Saran**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi yang diterapkan oleh PT Elita Sejahtera Indonesia, maka adapun saran yang ingin penulis sampaikan adalah sebagai berikut :

1. Saran untuk PT Elita Sejahtera Indonesia agar mengevaluasi secara rutin biaya yang dikeluarkan dalam melakukan suatu strategi dan efeknya terhadap pendapatan agar bisa digunakan sebagai pertimbangan untuk melanjutkan strategi tersebut atau tidak.
2. Untuk lebih menarik konsumen dapat dilakukan strategi pengembangan dan terus meningkatkan kualitas produk guna menarik kepercayaan dari konsumen.
3. Peneliti sadar bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan penelitian ini, maka untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat melanjutkan penelitian ini dengan mengukur dari segi aspek yang berbeda dan metodelogi yang berbeda.

**Implikasi**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan sebelumya, maka implikasi dari penelitian ini adalah perlu adanya evaluasi dan analisis yang dilakukan secara rutin oleh perusahaan terhadap setiap strategi yang dilakukan. Hal ini ditujukan agar perusahaan tidak salah langkah dalam mengambil keputusan penerapan strategi. Strategi yang mampu memberikan dampak lebih dapat dilanjutkan sedangkan strategi yang dinilai kurang efektif tidak perlu dilakukan lagi.

**Keterbatasan Penelitian**

Dalam penelitian ini tidak lepas dari hambatan dan kendala yang dialami oleh peneliti dalam melaksanakan penelitian sehingga mengakibatkan hasil kualitas penelitian ini, terdapat keterbatasan dalam penelitian ini diantaranya :

1. Strategi yang dilakukan oleh PT Elita Sejahtera Indonesia dilakukan dalam waktu yang bersamaan dengan strategi lainnya sehingga terjadi kesusahan dalam menentukan dampak nyata dari setiap strategi yang dilakukan.
2. Ada beberapa strategi yang tidak dilakukan secara rutin dari bulan ke bulan secara berurutan sehingga kesulitan dalam menganalisis dampak setiap bulannya.

**DAFTAR PUSTAKA**

Amalia. (2020). *Tugas Matakuliah Prof Dr Apollo (Daito).* KOMPASIANA. <https://www.kompasiana.com/lotusbiru2/5e8b560f097f36082c7773a4/asimetri-informasi-covid-19-dan-keberlanjutan-bisnis>.

Avriyanti, S., 2021. Peran E-Commerce untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Di Era Industri 4.0 (Studi Pada UKM Yang Terdaftar Pada Dinas Koperasi, Usaha Kecil Dan Menengah Kabupaten Tabalong. Jurnal PubBis, 4(1), pp. 82-99.

Fania, M. S., & Yuris, T, N. (2020). Henry Mintzberg’s Business Management Strategy Post-Pandemic Covid-19 (Social Learning Approach on Ali Murah Shop Madinah). International Journal of Social Learning, 1(1), 62-74.

Fitriyani Ika, Sudiyarti Nining & Fietroh, M.N. (2020). Strategi Bisnis Pasca Pandemi Covid-19. *Indonesian Journal of Social Sciences and Humanities*, Vol. 1 No. 2, 2020 : 87-95.

Gregorius, R. A,. & Pitaloka, E. (2020). Strategi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Bertahan pada Kondisi Pandemik Covid-19 di Indonesia. Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV), 6(2).

Hadi, S., dan Supardi. (2020). Revitalization Strategy for Small and Medium Enterprises after Corona Virus Disease Pandemic (Covid-19) in Yogyakarta. *Xi’an Jianzhu Keji Daxue Xuebao/Journal of Xi’an University of Architecture & Technology*. April 2020.

Hardilawati, W. L. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi & Ekonomika*, 90-98.

Hardilawati, W. L., 2019. The Role of Innovation and E-Commerce in Small Business. Volume 373, p. 83–87.

Husni Awali1, F. R. (2020). Urgensi Pemanfaatan E-Marketing Pada Keberlangsungan UMKM Di Kota Pekalongan Di Tengah Dampak Covid-19 . Junal Ekonomi dan Bisnis Islam, 1-14.

Ilham, M. Zaenul, M., Usman, I., Made, S. D. S. (2020). Kondisi Pengusaha Muda Indonesia di Tengah Pandemi Covid-19 (Work From Home dan Strategi Survive). Jurnal Ilmu Pendidikan PKn dan Sosial Budaya, 4(1), 59-68.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education,Inc.

Pedersen,, C., Lund dan Ritter, T. (2020). Preparing Your Business for a Post-Pandemic World. *Hardvard Business Review.*

PP Nomor 21 tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar

Putu, A. C. C. G. W, & Ni Kadek, C.A.P. (2021). Kebijakan Pemerintah Dalam Menangani Covid-19. *Ganesha Civic Education Journal*, 10-18.

Rosyada, M., & Anah, W. (2020). Strategi Survival UMKM Batik Tulis Pekalongan di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada “Batik Pesisir” Pekalongan). Banco. 2(1).

Septina. (2020). 7 Strategi Pemasaran Produk UKM saat Krisis Virus Covid-19. *Jurnal Blog*. <https://www.jurnal.id/blog/7-strategipemasaran-produk-ukm-saat-krisis-virus-covid-19>.

Soetjipto, N. (2020). *ketahanan UMKM Jawa Timur melintasi Pandemi COVID-19*. Yogyakarta : K-media.

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D. Bandung: Alfabeta.

Taufik, &. A. E. A., 2020. Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Bisnis dan Eksistensi Platform Online. Jurnal Pengembangan Wiraswasta, 22(1), pp. 21-32

Utomo, R. B., & Dewi, M. H. U. (2021). THE ROLE OF GOVERNMENT, AND PRIVATE SECTOR IN THE CREATIVE ECONOMY. Jurnal Riset Akuntansi Mercu Buana, 7(1), 58-71.

Yuliantika & Adinugraha. (2021). Strategi Marketing Usaha Pemancingan Pada Masa Pandemi Covid-19 di Desa Kalijambe Kidul, Sragi, Pekalongan. *Robust-Research Business and Economic Studies*, 1(1), 11-20.