

Resiliensi SME di Sektor Ekonomi Kreatif: Pelajaran Dari Era Pasca-Pandemi Covid-19

Muhammad Rayhan Zaky Al Hakim

S1 Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional
"Veteran" Jawa Timur, Surabaya
Email: 23011010162@student.upnjatim.ac.id

Fauzatul Laily Nisa

Email: f.laily.nisa.es@upnjatim.ac.id
S1 Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional
"Veteran" Jawa Timur, Surabaya

Abstrak

Penelitian ini mengkaji konsep resiliensi di kalangan Small and Medium Enterprises (SME) dalam sektor ekonomi kreatif, terutama dalam konteks tantangan yang ditimbulkan oleh pandemi COVID-19. Melalui metode kualitatif dan studi kepustakaan, penelitian ini mengeksplorasi definisi resiliensi, dampak pandemi terhadap resiliensi SME, dan strategi yang diperlukan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa diversifikasi produk dan pemberdayaan SDM merupakan strategi kunci untuk memperkuat resiliensi. Selain itu, faktor internal dan eksternal turut memengaruhi kemampuan adaptasi SME. Studi kasus pada SME seperti Airy Rooms dan produsen susu UHT menggambarkan kontras antara keberhasilan dan kegagalan dalam menghadapi krisis. Penelitian ini menyimpulkan bahwa resiliensi SME tidak hanya penting untuk kelangsungan perusahaan, tetapi juga untuk stabilitas ekonomi lebih luas dalam menghadapi gangguan global.

Kata Kunci : *Resiliensi SME, Pandemi COVID-19, Ekonomi Kreatif, Strategi adaptasi, diversifikasi dan pemberdayaan.*

Abstract

This study examines the concept of resilience among Small and Medium Enterprises (SMEs) in the creative economic sector, particularly in the context of challenges posed by the COVID-19 pandemic. Utilizing qualitative methods and literature review, this research explores the definition of resilience, the impact of the pandemic on SME resilience, and the strategies needed. The findings indicate that product diversification and human resource empowerment are key strategies to strengthen resilience. Additionally, both internal and external factors influence the adaptability of SMEs. Case studies on SMEs such as Airy Rooms and UHT milk producers illustrate the contrast between success and failure in facing the crisis. The study concludes that SME resilience is not only crucial for the continuity of the business but also for broader economic stability in the face of global disruptions.

Keywords: *SME Resilience, COVID-19 Pandemic, Creative Economy, Adaptation Strategy, Diversification and empowerment.*

PENDAHULUAN

Hadirnya pandemi pada akhir tahun 2019 merupakan sebuah peristiwa yang sangat membekas pada memori setiap orang pada tahun tersebut, bahkan tidak bisa dilupakan oleh mayoritas masyarakat mengingat seberapa terpuruknya masa ketika pandemi tersebut tiba. Pandemi COVID-19 membawa sejumlah masalah dan tantangan yang cukup kompleks pada saat itu karena masyarakat merasa tidak memiliki banyak waktu, tenaga, dan sumber daya yang memadai untuk mempersiapkan kehadiran pandemi secara tiba-tiba. Oleh karena itu datangnya pandemi ini berdampak cukup fatal dan membuat segala jenis aktivitas menjadi terhambat, beberapa sektor seperti sektor Ekonomi menjadi salah satu contoh kasus mengalaminya sebuah hambatan (Fahrika & Roy, 2020).

Pandemi COVID-19 telah menyebabkan tantangan yang cukup berat terutama dalam sektor ekonomi. Pasalnya dengan keadaan yang sangat genting seperti itu, pemerintah terpaksa untuk membuat sebuah kebijakan untuk pembatasan mobilitas yang secara langsung berdampak terhadap aktivitas ekonomi terutama pada *Small and Medium Enterprises* (SME) atau bisa dikenal sebagai Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Tanty, 2022). Para sektor-sektor usaha tersebut kehilangan sebagian besar pengunjung akibat adanya pandemi ditambah dengan kebijakan pemerintah yang mengakibatkan para pengusaha kecil menjadi bangkrut atau tutup gerai karena terus mengalami kerugian akibat tidak adanya aktivitas perdagangan dan interaksi sosial. Pelaku usaha yang enggan untuk kehilangan lapangan pendapatan mereka berlomba-lomba untuk memikirkan cara dan terus beradaptasi dengan kondisi di sekitar mereka. Kita dapat melirik salah satu sektor usaha seperti Ekonomi Kreatif yang di mana sektor ini sangat mengandalkan adanya interaksi sosial, kegiatan budaya, dan konsumsi barang dan jasa terutama mereka yang masih tergolong UMKM (Harnikawati, 2022).

Dalam konteks ini, dapat untuk ditarik sebuah simpulan bahwa penting untuk dapat memahami dan mendokumentasikan bagaimana SME di sektor Ekonomi Kreatif dapat bertahan, beradaptasi, dan terus berkembang di tengah pasca-krisis seperti era pandemi kala itu. Penelitian ini dibuat untuk menyelidiki dan menganalisis berbagai strategi yang digunakan SME untuk mengatasi dampak pandemi yang begitu merugikan. Selanjutnya, penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor pendukung yang dari kemampuan adaptasi atau resiliensi yang memungkinkan SME untuk tidak hanya bertahan, tetapi juga dapat meraih keberhasilan di masa yang penuh akan tantangan seperti era pandemi yang lalu. Dengan memfokuskan pada pengalaman dari SME di sektor Ekonomi Kreatif, penelitian ini menyediakan wawasan yang berharga tentang dinamika adaptasi dan ketahanan dalam menghadapi krisis. Hasil dari studi ini diharapkan akan memberikan pelajaran yang bisa diambil untuk menambahkan sebuah wawasan baru, termasuk pemilik usaha, pelaku dalam ekosistem Ekonomi Kreatif, sehingga pihak-pihak ini dapat menyiapkan sebuah strategi yang lebih efektif dalam menghadapi potensi krisis di masa yang akan datang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang berfokus pada pendeskripsian tentang permasalahan yang akan dibahas, sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini memiliki penjelasan secara deskriptif sebagai penjelasan yang utama dan bacaan yang bertujuan untuk membangun teori dari data atau fakta alih-alih menggunakan penjelasan yang berasal dari perhitungan yang sebagaimana dengan pendekatan kuantitatif (Nanda, 2024).

Adapun penelitian ini menggunakan jenis penelitian Studi Kepustakaan atau *Library research* yang merupakan jenis penelitian yang berbasis pada Teknik pengumpulan dari berbagai macam informasi dan media literatur seperti buku, jurnal, berita, dan majalah yang relevan dengan topik yang hendak dibahas. Dalam hal ini, segala macam data yang dikumpulkan berperan sebagai sumber ide yang akan digunakan untuk menciptakan sebuah gagasan, teori, dan pemikiran baru yang dibawakan pada penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebagaimana dengan yang telah dibahas pada sub-bab sebelumnya, bahwa pandemi menghadirkan efek jerah terhadap seluruh lika-liku kehidupan dan sektor-sektornya yang di mana ekonomi juga termasuk sektor yang terdampak. Selain itu, meski pandemi menghadirkan efek jerah dan krisis yang sulit untuk masyarakat pada waktu tersebut untuk melakukan *recovery* namun setidaknya sudah terdapat pergerakan dan usaha agar dapat mencegah krisis tersebut terus melanda. Hadirnya resiliensi berperan cukup krusial terutama pada sektor ekonomi dan UMKM.

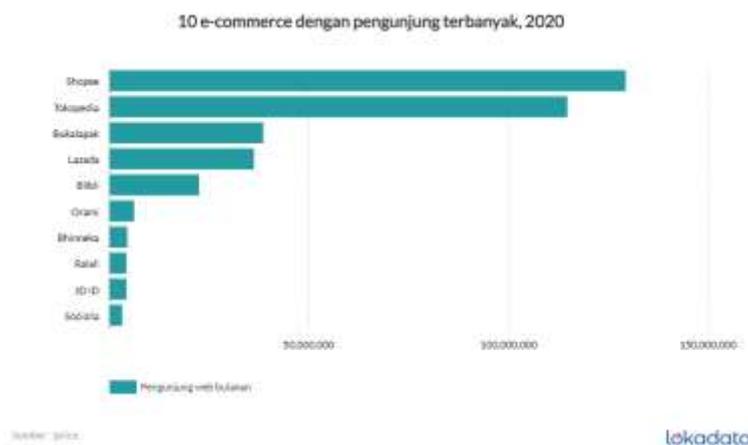
Tentang resiliensi dan dampak pandemi terhadap resiliensi SME

Secara pengertian dari laman KBBI Daring Kemendikbud, kata resiliensi diartikan sebagai kemampuan untuk beradaptasi dan tetap teguh dalam menghadapi situasi sulit. Sedangkan secara umum kata resiliensi sendiri merupakan sebuah konsep yang sering digunakan dalam berbagai konteks seperti psikologi, ekologi, dan teknik tapi secara umum kata ini sering merujuk pada kemampuan untuk beradaptasi pada situasi yang sulit (Wulandari, 2021).

Pendefinisian resiliensi secara bahasa Indonesia sering diartikan sebagai ketangguhan atau kemampuan untuk bangkit kembali. Kata ini berasal dari kata latin *resilire* yang berarti melompat kembali. Sedangkan pendefinisian secara spesifik, resiliensi didefinisikan sebagai kemampuan individu untuk mengatasi stres, trauma, tragedi, atau ancaman (Ha, 2023). Lalu bagaimana jika resiliensi tersebut berada pada konteks ekonomi? Hal ini dapat terjelaskan dengan menghubungkan beberapa poin dari pengertian dari kata resiliensi itu sendiri. Sehingga resiliensi dalam konteks ekonomi merujuk pada kemampuan suatu ekonomi baik itu ekonomi nasional, regional atau global untuk dapat menyerap *shock* eksternal, beradaptasi dengan perubahan, dan pulih dari resesi atau krisis secara cepat dan efektif seperti pembahasan yang dibawakan yakni krisis yang terjadi pada ekonomi Indonesia pada masa pasca-pandemi COVID-19 (Purwanti, 2023).

Dalam sektor ekonomi kreatif, resiliensi menjadi sebuah tokoh utama terutama bagi pelaku UMKM atau SME karena dianggap menjadi kunci utama dalam pertumbuhan ekonomi dalam suatu negara tersebut. Adanya resiliensi, suatu SME diharapkan dapat mengatasi sejumlah permasalahan yang mungkin saja akan terjadi dikedepannya, permasalahan ini tidak harus tentang pandemi, melainkan dapat saja berupa seperti perubahan pasar atau krisis ekonomi dengan faktor yang lain (Romarina, 2016).

Pandemi COVID-19 secara tidak langsung telah membuktikan kepada masyarakat tentang pentingnya resiliensi. Dengan adanya SME yang resilien, hal ini dapat memberikan keberlanjutan pergerakan ekonomi mereka meskipun adanya pembatasan yang mengakibatkan adanya penurunan permintaan. selain itu tingkatan resiliensi yang tinggi juga berdampak pada keberlanjutan usaha terutama pada sektor SME. Sebagaimana pandemi lalu, banyak dari produsen dan pengusaha berupaya untuk tetap mempertahankan bisnis mereka untuk tetap hidup selama masa sulit, dengan itu mereka menemukan jalan pintas baru dengan beralih ke platform digital untuk penjualan atau menggunakan teknologi untuk proses produksi. Beberapa Platform Online seperti aplikasi *e-commerce* telah menjadi sebuah keharusan untuk dipelajari pada saat itu bahkan platform-platform tersebut ditembus oleh jutaan pengunjung yang mayoritas didominasi oleh konsumen.



Gambar 1. Jumlah pengunjung di 10 *e-commerce* besar berdasarkan website lokdata.

Dari pernyataan dan data yang telah disajikan dari www.lokadata.id, dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa resiliensi secara tidak langsung memiliki pengaruh terhadap inovasi dan pertumbuhan karena para pelaku usaha terus didorong untuk keluar dari krisis dengan mencari Solusi-solusi kreatif untuk jenis masalah yang baru.

Strategi untuk meningkatkan resiliensi

Dalam menghadapi perubahan dinamika pasar, terutama pada periode ketidakpastian atau perubahan konsumen yang cepat, pelaku SME perlu untuk menjadi lebih adaptif dan inovatif dalam memperluas atau mengadaptasi jaringan

produk dan layanan yang mereka berikan kepada para konsumen. Hal ini berhubungan dengan bagaimana strategi yang di buat oleh pelaku usaha tersebut agar dapat merespons perubahan permintaan pasar yang tidak menentu akibat masa sulit (Akmal & Arifa, 2023).

Salah satu dari strategi yang dapat untuk di terapkan adalah dengan memberikan diversifikasi atau penganekecaragaman produk yang lebih banyak. Sebagai contoh terdapat sebuah kedai minuman, para pelaku usaha harus melihat bagaimana minuman mereka dapat menjadi lebih beragam dan tidak monoton, sehingga mereka dapat membuat sebuah menu baru yang sesuai dengan produk minuman yang *viral* pada masa itu. *Seasonal Product* (Produk Musiman) ini yang menjadikan sebuah daya tarik tersendiri terutama bagi para konsumen yang penasaran. Pasca-pandemi COVID-19 menimbulkan adanya kegiatan *Consumers Behavior* yang baru dimana pada masa ini, produk-produk yang cenderung laku di pasaran yang meningkat secara drastis adalah produk-produk yang berhubungan dengan kesehatan yang salah satunya adalah konsumsi madu. Jika masih dalam pembahasan contoh kedai minuman yang telah diberikan sebelumnya, pelaku usaha dapat membuat sebuah inovasi dengan membuat sebuah minuman yang berbahan dasar madu untuk hal tersebut (Nugroho, 2020).

Strategi selanjutnya adalah perlu adanya adopsi penggunaan teknologi digital. Pada masa pandemi hingga pasca pandemi COVID-19 telah mengubah sebagian besar tatanan kegiatan ekonomi di dunia, termasuk di Indonesia. Pasalnya sejak masa-masa tersebut kegiatan ekonomi cenderung diwarnai dengan pembelanjaan secara *online* melalui platform *e-commerce* yang semakin sering di andalkan dan digunakan. Sebagaimana dengan data yang diberikan sebelumnya mengenai data pengunjung platform *e-commerce*, aplikasi Shopee menduduki peringkat satu dalam platform *e-commerce* yang sering dikunjungi dan di gunakan oleh mayoritas masyarakat untuk berbelanja secara online yang didasari karena Shopee memiliki sistem diskon yang cukup banyak dan menarik perhatian. Dengan hal tersebut, pelaku usaha dapat membiasakan diri dan beradaptasi dengan menggunakan teknologi digital seperti *e-commerce* untuk dapat memperluas penjualan dan meningkatkan resiliensi mereka menjadi lebih baik (Susanto, Hasfi, & Yusriana, 2020).

Dengan perlu adanya pemanfaatan dan penggunaan teknologi digital, maka langkah selanjutnya yang dapat diterapkan adalah perlu adanya sebuah pelatihan dan pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) pada usaha tersebut. Proses ini perlu untuk diterapkan karena secara tidak langsung dengan adanya pelatihan tersebut karyawan atau pelaku usaha itu sendiri mampu untuk menavigasi usaha untuk dapat terus berkembang terutama pada penggunaan teknologi digital. Selain menggunakan, perlu adanya kemampuan komunikatif yang memadai guna mempromosikan dan berinteraksi secara daring yang memungkinkan konsumen dapat tertarik untuk membeli setelah mendengarkan promosi yang telah dilakukan. Komunikasi yang baik tidak hanya menarik konsumen saja, melainkan dapat mempertahankan rasa kepercayaan baik antar sesama karyawan maupun konsumen.

Selain itu, kemampuan ini juga dapat digunakan untuk menarik pihak-pihak eksternal untuk dapat melakukan kolaborasi yang dibutuhkan untuk memberikan sumber daya tambahan maupun dukungan yang diperlukan selama menghadapi masa krisis (Meutia, 2021).

Faktor internal dan eksternal yang memengaruhi resiliensi

Resiliensi bisnis, khususnya pada SME di sektor Ekonomi Kreatif dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti jiwa kewirausahaan dan bantuan pemerintah, strategi bisnis yang efektif, kemampuan menghadapi krisis dan diversifikasi produk dan lain-lain yang sebagaimana telah dijelaskan pada sub-bab sebelumnya. Namun salah satu faktor yang dapat memengaruhi resiliensi adalah adanya faktor internal dan eksternal. Mengenali faktor-faktor ini dapat membantu bisnis dalam merencanakan dan memperkuat kapasitas mereka untuk menghadapi tantangan. Faktor internal ini meliputi:

- a) **Kemampuan Manajerial, Kepemimpinan, personal, dan sosial.** kualitas dan pengalaman manajemen dalam mengambil keputusan yang strategis, terutama dalam situasi krisis yang sangat diperlukan untuk dijadikan patokan sebuah bisnis untuk dapat bertahan dan pulih. Tidak hanya kemampuan mengatur sebuah bisnis agar tetap bertahan saja, adapun kemampuan individu untuk menghadapi tantangan serta kemampuan untuk berinteraksi dengan orang lain seperti *skill* komunikasi juga sangat diperlukan dalam membangun sebuah koneksi dan bekerja sama untuk berbagai pihak.
- b) **Kemampuan Bisnis.** Dalam struktural organisasi atau usaha kemampuan bisnis perlu adanya dan memainkan peran krusial karena dalam konteks ini mencakup beberapa hal penting seperti bagaimana untuk memajemen keuangan usaha dan mengembangkan produk atau jasa yang diberikan. Beberapa usaha yang terpaksa untuk gulung tikar terutama saat pandemi COVID-19 disebabkan oleh salah satu faktor karena tidak bisa memajemen keuangan perusahaan dengan baik yang pada akhirnya mereka mengalami kerugian besar dan terpaksa untuk tutup gerai (Pratami & Setiawan, 2022).
- c) **Budaya Organisasi.** Jika membahas struktural organisasi seperti yang disebutkan pada poin sebelumnya, tentu budaya atau kebiasaan tempat tersebut berpengaruh terhadap keberlanjutan sebuah bisnis. Apabila pemilik usaha menerapkan budaya positif seperti menekankan pembelajaran, adaptabilitas, dan dukungan tim dapat berpengaruh secara positif juga pada kemampuan karyawan untuk tetap berkontribusi secara efektif selama krisis.

Faktor internal memang berfokus kepada bagaimana kemampuan personal dari pelaku usaha dan bagaimana lingkungan dalam usaha tersebut, karena faktor ini dianggap cukup penting untuk diperhatikan karena banyaknya kasus usaha yang gagal atau tutup timbul dari permasalahan internal yang buruk. Sementara itu, faktor eksternal yang memengaruhi resiliensi SME meliputi beberapa poin:

- a) **Dukungan Sosial.** Dukungan dari teman, keluarga, rekan kerja, dan masyarakat dapat membantu individu terutama pelaku SME dalam menghadapi tantangan karena merasa bahwa mereka termotivasi dan terdorong untuk berani mengambil tindakan lanjutan yang diperlukan (Yahya & Prastisti, 2020).
- b) **Dinamika Pasar.** Perubahan dalam perilaku konsumen sering ditemukan terutama pada masa sulit karena kebanyakan dari konsumen pastinya lebih mementingkan kebutuhan sehari-hari untuk dapat pulih dari pandemi. Dan tentunya perubahan-perubahan ini termasuk tren pasar dan aktivitas pesaing dapat memengaruhi peluang dan risiko tersendiri bagi bisnis yang dijalankan.
- c) **Lingkungan Bisnis.** Pada faktor internal telah membahas tentang bagaimana budaya kerja dapat ber*impact* pada keberlangsungan bisnis tersebut. Berbeda dengan budaya kerja, lingkungan bisnis yang kondusif dan stabil dapat memengaruhi bisnis lebih lanjut karena tidak adanya rasa terkekang bagi para karyawan sehingga mereka dapat bekerja secara optimal dan profesional.
- d) **Pengaruh Pandemi.** Berulang kali memang pandemi menghadirkan berbagai macam masalah dan permasalahan, yang secara signifikan kehadiran pandemi dapat mengganggu stabilitas kerja pada bisnis. Hadirnya pandemi juga yang menyebabkan adanya perubahan pasar secara drastis karena masyarakat lebih memilih kesehatan diri mereka sehingga bisnis-bisnis yang tidak bergerak pada bidang tersebut akan mengalami penurunan jumlah keuntungan dan pelanggan.
- e) **Kebijakan Pemerintah.** Kebijakan pemerintah untuk dapat membantu bisnis SME dalam bentuk program pemulihan sangat dibutuhkan karena hal tersebut akan sangat membantu terutama pada usaha yang hampir tutup karena krisis yang dialami untuk dapat bangkit kembali (Missasi & Izzati, 2019).

Memahami faktor-faktor ini dan bagaimana mereka berinteraksi membantu SME dalam membangun rencana resiliensi yang lebih kuat, tidak hanya berfokus pada pemulihan pasca-krisis tetapi juga pada adaptasi dan pertumbuhan berkelanjutan.

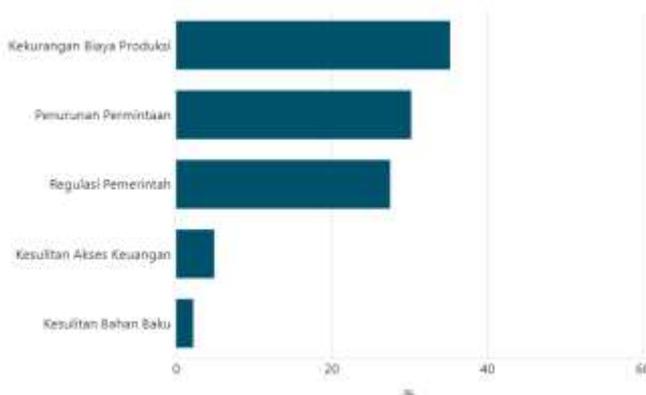
Pelajaran dari SME semasa pandemi

Dalam membuka sebuah usaha atau memulai sebuah bisnis tentunya akan dihadapkan pada dua macam kemungkinan, gagal atau stuck dan berhasil atau improvisasi. Sedangkan dalam resiliensi, pendefinisian resiliensi yang berhasil dalam konteks ekonomi khususnya pada usaha SME, umumnya berkaitan dengan kemampuan sebuah usaha untuk bertahan, beradaptasi, dan pulih dari guncangan eksternal seperti krisis ekonomi, bencana alam, atau pandemi seperti COVID-19. Pendefinisian ini tidak hanya mencakup kemampuan kembali ke keadaan semula, tetapi juga untuk tumbuh dan berkembang setelah menghadapi tantangan tersebut. Dalam konteks ini, resiliensi SME mengenai keberhasilan yang dapat dilihat oleh beberapa aspek sebagai berikut:

- a) Ketahanan keuangan untuk mempertahankan keuangan usaha untuk tidak selalu mendekati minus dan menginvestasikan kembali untuk pemulihan dan pertumbuhan.
- b) Kemampuan beradaptasi dengan teknologi atau kondisi sekitar seperti perubahan permintaan pasar dan mampu untuk memodifikasi model bisnis dengan baik.
- c) Kemampuan untuk tidak selalu bergantung pada satu pemasok dan mampu untuk menemukan alternatif dengan cepat jika rantai pasok utama mengalami masalah.
- d) Kapasitas manajerial kuat yang harus dimiliki oleh pemimpin usaha sehingga berpengaruh terhadap kemampuan untuk membuat keputusan cepat, efektif, dan berbasis data untuk menanggapi tantangan.
- e) Koneksi dan jaringan luas yang tidak hanya pada pemasok, namun juga dengan pelanggan, atau lembaga lain.
- f) Keunggulan operasional.

Sehingga dalam konteks kegagalan, usaha SME yang dikatakan gagal adalah usaha yang kurang kompeten untuk melakukan apa yang ada pada poin-poin keberhasilan tersebut. Tidak mampu mengelola keuangan, enggan untuk beradaptasi, hanya bergantung pada satu pasok, manajerial yang kurang, tidak memiliki relasi atau koneksi, dan secara operasional kurang optimal (Aliefa, Hasanah, & Kenty, 2016).

Usaha yang terlihat jelas mengalami kegagalan atau bahkan sampai gulung tikar sangat banyak semasa pandemi COVID-19, bahkan hingga pasca-pandemi usaha-usaha yang tutup ini tidak bisa bangkit kembali karena berbagai macam alasan. Sebagaimana data yang disajikan dari www.databoks.katadata.co.id dan Survei Badan Program Pembangunan PBB (UNDP) bahwa banyak dari usaha SME karena beberapa alasan seperti berikut:



Gambar 2. Alasan usaha SME atau UMKM yang tutup menurut responden survei yang diselenggarakan

Pada survei tersebut menunjukkan, 36% usaha SME di Indonesia tak beroperasi kembali karena kekurangan biaya produksi yang disusul oleh penurunan permintaan atau perubahan minat konsumen untuk membeli produk mereka.

Salah satu brand yang dapat dijadikan contoh sebagai salah satu brand yang jatuh karena dampak pandemi COVID-19 adalah *Airy Rooms*, Sebuah usaha yang bergerak pada sektor perhotelan ini terpaksa gulung tikar semasa pandemi COVID-19. Sebagaimana berita yang diliput pada website www.cnbcindonesia.com pada 15 Mei 2020 lalu, brand *Airy Rooms* terpaksa ditutup oleh pemilik usaha karena dirasa terlalu merugi dan ditambah pada masa itu kondisi pasar yang nyaris tumbang akibat adanya pandemi serta tantangan ekonomi yang cukup sulit karena semua orang tidak bisa untuk keluar rumah sehingga mereka mengambil keputusan berat dengan menutup usaha mereka.

CNBC Indonesia · Tech · Berita Tech

Airy Rooms Tutup 31 Mei, Bagaimana Nasib Penggunanya?

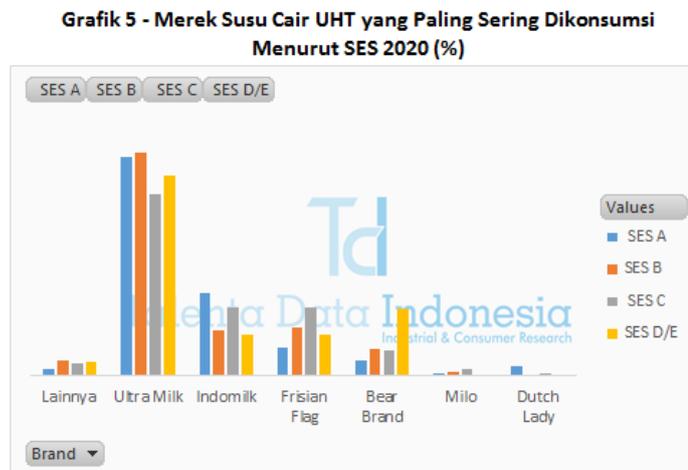
TECH - Redaksi, CNBC Indonesia
15 May 2020 09:52

SHARE |  



Gambar 3. Berita dari CNBC Indonesia yang menyatakan bahwa Airy Rooms gulung tikar.

Disisi lain, usaha-usaha yang justru tetap berdiri dan mengalami penguatan saat pandemi adalah usaha yang memberikan barang-barang kesehatan dan kebutuhan sehari-hari kepada masyarakat seperti penjualan masker, obat-obatan, dan makanan atau minuman yang bergizi. Salah satu jenis minuman yang paling terkenal semasa pandemi COVID-19 saat itu adalah jenis susu UHT atau susu steril yang di mana sangat dianjurkan oleh pemerintah karena mengandung khasiat yang salah satunya dapat meningkatkan imunitas tubuh (Alodokter, 2020). Sebagaimana dengan hasil data yang dikaji oleh pihak Talenta Data Indonesia pada website mereka di www.indonesiadata.id dengan survei pada 7 kota besar di Indonesia menyebutkan bahwa merek susu UHT sangat laku di jajaran kota tersebut yang di mana susu-susu tersebut didominasi oleh merek Ultra Milk



Gambar 4. Data merek susu yang paling sering dikonsumsi pada tahun 2020 pada 7 kota besar Indonesia.

Pandemi COVID-19 memang tidak dapat di prediksi kedatangannya, juga memberikan sederet dampak negatif yang dapat dirasakan oleh banyak orang. Sebagaimana dengan kasus dan data yang telah disajikan sebelumnya bahwa selama masa pandemi COVID-19 berlangsung, banyak dari sektor-sektor bisnis seperti pariwisata dan perhotelan memang memiliki masalah yang jauh lebih kompleks karena kedua sektor ini sangat mengandalkan adanya interaksi sosial dan kegiatan mobilitas masyarakat yang menjadi pokok utama pendapatan. Sebaliknya usaha yang bergerak pada bidang F&B, non-esensial, dan kebutuhan sehari-hari justru menjadi barang yang paling fleksibel karena dapat dikembangkan dalam keadaan apa pun karena bisa berkolaborasi dengan teknologi dan sejenisnya yang memang jauh lebih aman.

KESIMPULAN

Penelitian ini mengkaji secara mendalam konsep resiliensi dalam konteks *Small and Medium Enterprises* (SME) di sektor ekonomi kreatif, khususnya dalam menghadapi dampak dari pandemi COVID-19. Resiliensi, dalam konteks ini didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan untuk mempertahankan operasi mereka, beradaptasi dengan situasi yang berubah, dan bahkan berkembang di tengah tekanan dan gangguan eksternal. Pandemi telah menunjukkan betapa pentingnya resiliensi bagi keberhasilan SME.

Dari hasil penelitian, diketahui bahwa strategi seperti diversifikasi produk dan pemberdayaan Sumber Daya Manusia (SDM) memegang peranan penting dalam meningkatkan resiliensi. Diversifikasi produk tidak hanya membuka peluang baru tetapi juga mengurangi risiko kegagalan bisnis saat salah satu segmen pasar mengalami penurunan. Sementara itu, pemberdayaan SDM menekankan pada pentingnya investasi dalam pengembangan keterampilan dan kapasitas adaptasi karyawan yang merupakan aset penting dalam menghadapi krisis. Faktor internal seperti kepemimpinan dan personal yang tangguh serta budaya atau kultur

organisasi yang mendukung serta faktor eksternal seperti dukungan kebijakan emosional serta kebijakan pemerintah juga berperan dalam memengaruhi tingkat resiliensi sebuah SME.

Studi kasus yang dibahas menunjukkan contoh yang jelas antara SME yang berhasil atau tidak. Airy Rooms sebagai contoh, meski awalnya usaha ini bergerak pada industri perhotelan dan pariwisata harus terpaksa gulung tikar karena tekanan ekstrem dari pandemi yang memengaruhi industri tersebut. Sementara itu, peningkatan konsumsi susu UHT selama pandemi menjadi contoh keberhasilan adaptasi produk dalam memenuhi perubahan kebutuhan konsumen yang mendorong resiliensi perusahaan, yang memang pada dasarnya produk ini cukup relevan dengan situasi sebelum, semasa, dan pasca pandemi.

Dari temuan ini, dapat disimpulkan bahwa SME harus secara proaktif mengembangkan dan melaksanakan strategi yang akan meningkatkan kemampuan mereka untuk bertahan dalam menghadapi krisis. Hal ini tidak hanya penting untuk ketahanan perusahaan tetapi juga untuk kontribusi SME terhadap perekonomian yang lebih luas dalam menghadapi krisis global seperti pandemi COVID-19. Membangun dan mempertahankan resiliensi bukanlah upaya satu kali, tetapi sebuah proses berkelanjutan yang harus diperkuat melalui pembelajaran terus menerus dan adaptasi strategi bisnis.

REFERENSI

- Akmal, N. H., & Arifa, C. (2023). Resiliensi Bisnis Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam Masa Pandemi COVID-19 (Studi Kasus pada Pengusaha Batik di Daerah Istimewa Yogyakarta). *ABIS: Accounting and Business Information System Journal Vol 11 No.1*, Recieved from: <https://journal.ugm.ac.id/abis/article/download/82078/35798>.
- Aliefa, N., Hasanah, U., & Kenty. (2016). Hubungan Antara Faktor Risiko Eksternal Dengan Resiliensi Pada Siswa SMK Negeri 1 Jakarta. *JKKP: Jurnal Kesejahteraan Keluarga dan Pendidikan*, Recieved from: <https://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jkkp/article/view/1414/1126>.
- Alodokter, T. (2020, December 1). *Ini Manfaat Susu UHT yang Penting untuk kesehatan di Masa Pandemi*. Diambil kembali dari alodokter.com: <https://www.alodokter.com/ini-manfaat-susu-uht-yang-penting-untuk-kesehatan-di-masa-pandemi>
- Fahrika, A. I., & Roy, J. (2020). Dampak pandemi covid 19 terhadap perkembangan makro ekonomi di indonesia dan respon kebijakan yang ditempuh. *INOVASI*, Recieved from:

<https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/INOVASI/article/download/8255/1092>.

Ha, P. (2023, August 10). *Resiliensi: Kemampuan Tahan Banting untuk Cegah Insecure*. Diambil kembali dari kompasiana.com:
<https://www.kompasiana.com/dhia001/64d4f48a08a8b5265f629e64/resiliensi-kemampuan-tahan-banting-untuk-cegah-insecure>

Harnikawati, D. (2022). DAMPAK PANDEMI COVID-19 TERHADAP USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) DI KOTA PALEMBANG. *MAJALAH ILMIAH SEMI POPULER KOMUNIKASI MASSA Vol. 3 No. 1* , Recieved from:
<https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/mkm/article/download/5019/1859>.

Meutia, N. (2021, Oktober 9). *Peran Good Governance Terhadap Resiliensi Industri Kreatif*. Diambil kembali dari kumparan.com:
<https://kumparan.com/nurul-meutia/peran-good-governance-terhadap-resiliensi-industri-kreatif-1wfaDYiWYLY>

Missasi, V., & Izzati, I. D. (2019). Faktor – faktor yang mempengaruhi resiliensi. *Prosiding Seminar Nasional Magister Psikologi Universitas Ahmad Dahlan*, Recieved from:
<http://seminar.uad.ac.id/index.php/snmpuad/article/view/3455/785>.

Nanda, S. (2024, April 25). *Metode Penelitian Kualitatif: Pengertian, Jenis, & Contoh*. Diambil kembali dari brainacademy.id:
<https://www.brainacademy.id/blog/metode-penelitian-kualitatif>

Nugroho, A. (2020, September 3). *Pentingnya Diversifikasi Usaha Saat Pandemi Corona*. Diambil kembali dari qwords.com:
<https://qwords.com/blog/diversifikasi-adalah/>

Pratami, R. D., & Setiawan, F. (2022). Analisis Strategi Resiliensi UMKM Tempe Khas Ngrayun Ponorogo . *The Academy Of Management and Business (TAMB)*, Vol. 1, No. 3 , Recieved from:
<http://eprints.umpo.ac.id/11440/1/8%20jurnal%20Analisis%20Strategi%20Resiliensi%20UMKM%20Tempe.pdf>.

Purwanti, A. (2023, December 30). *Resiliensi Indonesia di Tengah Perlambatan Ekonomi Dunia*. Diambil kembali dari kompas.id:
<https://www.kompas.id/baca/riset/2023/12/30/resiliensi-indonesia-di-tengah-perlambatan-ekonomi-dunia>

- Romarina, A. (2016). ECONOMIC RESILIENCE PADA INDUSTRI KREATIF GUNA MENGHADAPI GLOBALISASI DALAM RANGKA KETAHANAN NASIONAL . *Jurnal Ilmu Sosial Vol. 15, No. 1*,
Recieved from:
<https://www.neliti.com/publications/101433/economic-resilience-pada-industri-kreatif-gunamenghadapi-globalisasi-dalam-rangk>.
- Susanto, Hasfi, N., & Yusriana, A. (2020). *Esensi Kepemimpinan*. Semarang: CV. Alinea Media Dipantara.
- Tanty, H. (2022). PENGARUH PANDEMI COVID-19 PADA UMKM INDONESIA. *Jurnal Education and Development Vol. 3 No. 3*, Recieved from: <https://media.neliti.com/media/publications/562736-pengaruh-pandemi-covid-19-pada-umkm-di-i-9dd9b21f.pdf>.
- Wulandari, A. P. (2021, July 11). *Mengenal Resiliensi dalam Ilmu Psikologi*. Diambil kembali dari psychology.binus.ac.id:
<https://psychology.binus.ac.id/2020/03/31/mengenal-resiliensi-dalam-ilmu-psikologi/>
- Yahya, M. B., & Prastisti, W. D. (2020). RESILIENSI PELAKU UMKM DI MASA PANDEMI COVID-19 . *NASKAH PUBLIKASI*, Recieved from: <https://eprints.ums.ac.id/114403/2/NASKAH%20PUBLIKASI.pdf>.