



DAMPAK COVID-19 PADA RANTAI PASOKAN DAN PRAKTIK MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA DAN PEMASARAN DI MASA DEPAN

Nurul Haeriyah Ridwan¹, Wahyudi²

^{1,2}, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

ABSTRAK

Meningkatnya prevalensi COVID-19 memiliki implikasi parah pada kesejahteraan sebagian besar organisasi dan profesional terutama di bidang manajemen sumber daya manusia dan pemasaran. Studi ini berfokus pada penetapan dampak COVID-19 pada praktik sumber daya manusia yang berbeda dan pemasaran masa depan. Ditetapkan bahwa dinamika kerja telah sangat berubah dari cara kerja tradisional dari tempat organisasi menjadi bekerja dari jarak jauh di rumah. Akibatnya pemasaran juga telah bergeser ke platform online yang berbeda karena kontak fisik dengan pelanggan saat ini dilarang untuk menjaga jarak sosial salah satu cara mencegah virus corona. Perubahan ini telah dikaitkan dengan implikasi negatif yang berbeda dan beberapa hal positif karena beberapa profesional merasa lebih fleksibel dan nyaman untuk bekerja dari jarak jauh. Untuk mengatasi perubahan zaman saat ini, organisasi perlu menyesuaikan dan mengadopsi teknologi baru yang muncul untuk bekerja dari jarak jauh dan akibatnya menerapkan kebijakan dan prosedur strategis untuk mempertahankan aliran yang stabil.

Kata kunci: Manajemen Sumber Daya Manusia, Manajemen Rantai Pasokan, Pemasaran

ABSTRACT

The increasing prevalence of COVID-19 has severe implications on the well-being of most organizations and professionals especially in the areas of human resource management and marketing. This study focuses on determining the impact of COVID-19 on different human resource practices and future marketing. It was determined that the dynamics of work had greatly changed from the traditional way of working from an organizational place to working remotely at home. As a result, marketing has also shifted to different online platforms because physical contact with customers is currently prohibited to maintain social distance, one of the ways to prevent the corona virus. This change has been associated with different negative implications and some positives as some professionals find it more flexible and comfortable to work remotely. To cope with the changing times of today, organizations need to adapt and adopt new emerging technologies to work remotely and consequently implement strategic policies and procedures to maintain a steady flow.

Keywords: Human Resource Management, Supply Chain Management, Marketing



PENDAHULUAN

Sebagian besar Lembaga di seluruh dunia menghadapi banyak tantangan yang diciptakan oleh COVID-19 dan salah satu tantangan paling signifikan adalah meningkatnya ketidakpastian di antara sebagian besar organisasi, terutama terkait pengendalian sumber daya manusia dan mempertahankan basis pelanggan yang lebih tinggi melalui pemasaran. Sebagian besar organisasi telah memberhentikan pekerja mereka dan akibatnya kehilangan pelanggan mereka sejak COVID-19 dinyatakan sebagai pandemi global dan ini sangat mempengaruhi tingkat profitabilitas organisasi tersebut terutama karena penurunan efisiensi dan produktivitas sumber daya manusia. Tantangan utama sebagian besar organisasi saat ini sangat beragam karena mereka melintasi berbagai masalah kompleks yang meliputi; perubahan iklim, meningkatnya ketidakstabilan politik baik di negara berkembang maupun negara maju, dan kemerosotan ekonomi yang parah.

Di dunia yang dinamis saat ini, masalah organisasi yang berbeda terkait dengan pemasaran dan manajemen sumber daya manusia sangat mempengaruhi kemampuan organisasi untuk beroperasi secara strategis dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan menimbulkan ancaman besar bagi keberlanjutan organisasi, tantangan ini memungkinkan organisasi menjadi sangat responsif dan akibatnya adaptif untuk mengatur dan mengelola atau mengendalikan tenaga kerja mereka secara efektif (Atkeson, et al.,2020).

Sejak pecahnya Coronavirus, berbagai organisasi terus menghadapi tantangan utama dengan proporsi yang tak tertandingi, yang memaksa mereka untuk terjun ke dalam dan secara langsung mengelola wilayah yang belum pernah terjadi sebelumnya saat mereka mengubah atau mengubah seluruh tenaga kerja mereka di berbagai area departemen atau bidang dengan cara yang tidak terlihat sebelumnya. Sebagian besar pimpinan organisasi telah menerapkan berbagai cara teknis, fisik, dan sosial-psikologis untuk mengurangi tenaga kerja mereka sebagai cara untuk bertahan hidup di masa sekarang atau pandemi virus corona. Jelas bahwa pasar beberapa produk atau layanan yang ditawarkan oleh sebagian besar organisasi telah berkurang secara global sehingga sebagian besar organisasi terus mengurangi tenaga kerja mereka di berbagai bidang seperti di departemen penjualan dan pemasaran karena itu satu-satunya cara untuk menurunkan biaya operasional. Pandemi COVID-19 telah menimbulkan kebutuhan besar bagi manajer sumber daya manusia untuk memikirkan metode baru untuk mengadopsi masa-masa yang penuh tantangan. Kerja jarak jauh adalah salah satu metode baru yang diadopsi oleh sebagian besar organisasi sebagai cara untuk menjaga kelancaran operasi dan layanan berkualitas kepada klien (Carnevale & Hatak 2020).

Sebagian besar manajer berusaha keras untuk membantu tenaga kerja mereka beradaptasi dan akibatnya mengatasi perubahan radikal yang terjadi di lingkungan kerja dan sosial. Misalnya, pada awalnya sebagian besar dari mereka adalah karyawan yang biasanya menghabiskan banyak waktu di tempat kerja atau dalam batas-batas fisik organisasi mereka, tetapi sekarang tidak memiliki pilihan lain selain dengan cepat menyesuaikan diri dengan lingkungan kerja jarak jauh selama pandemi virus corona (Baert et al., (2020). Namun, bekerja dari jarak jauh



juga dikaitkan dengan beberapa tantangan karena sebagian besar karyawan tidak dapat menemukan tempat kerja alternatif yang nyaman terutama ketika mereka tidak dapat beroperasi secara efisien di rumah mereka. Hal ini terutama disebabkan oleh kenyataan bahwa sebagian besar tempat alternatif seperti warnet atau perpustakaan juga ditutup sehingga orang tidak dapat mengadakan pertemuan bisnis kecil atau seminar manajemen cepat.

Penelitian ini bertujuan untuk menetapkan dampak COVID-19 pada manajemen sumber daya manusia praktek dan pemasaran masa depan. Makalah ini juga didasarkan pada tujuan strategis yang berbeda yang meliputi; implikasi negatif dan positif dari COVID-19 di bidang HRM dan pemasara, untuk menetapkan mekanisme yang paling efektif untuk mengatasi tantangan berbasis COVID-19 di bidang HRM dan pemasaran.

Temuan akhir dari studi penelitian ini sangat penting bagi bidang pemasaran dan manajemen sumber daya manusia terutama yang berkaitan dengan kesejahteraan saat ini dan masa depan dari bidang-bidang ini. Dengan meningkatnya ketidakpastian di sektor HRM akibat COVID-19, temuan studi tersebut akan memberikan pendekatan dan alternatif baru yang dapat digunakan untuk menghadapi "new normal" di sektor ini. Temuan studi juga akan membantu memprediksi dinamika pemasaran di masa depan sehubungan dengan situasi COVID -19 saat ini. Hasil akhir juga akan berkontribusi pada pengetahuan yang ada tentang implikasi umum pandemi virus corona (COVID-19) pada sektor manajemen sumber daya manusia dan pemasaran.

METODOLOGI

Studi ini didasarkan pada data survei yang dikumpulkan dari total 100 peserta yang terdiri dari 50 ahli HRM dan 50 profesional pemasaran. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner survei yang dirancang dengan baik yang diposting online untuk berbagai pakar HRM dan pemasaran profesional untuk memberikan pendapat mereka tentang dampak COVID-19 pada manajemen sumber daya manusia dan pemasaran. Alasan menggunakan responden ini didasarkan pada fakta bahwa para profesional pemasaran dan pakar HRM memiliki pengetahuan terbaik yang dapat dijadikan dasar untuk menetapkan sifat terkini dari bidang pemasaran dan manajemen sumber daya manusia yang dipengaruhi oleh dinamika COVID-19 yang berbeda.

Pengguna web yang dipilih dimasukkan dalam penelitian atas persetujuan dan kesediaan mereka untuk menjawab pertanyaan yang berbeda tentang topik penelitian. Oleh karena itu, ini menunjukkan bahwa pendapat individu pengguna web akan memainkan peran penting dalam memastikan keadaan saat ini bidang pemasaran dan manajemen sumber daya manusia yang dipengaruhi oleh pandemi coronavirus serta memprediksi masa depan bidang ini jika pandemi global ini berlanjut.

Data tambahan dikumpulkan dari berbagai sumber sekunder seperti jurnal, buku teks, dan dokumen pemerintah yang memiliki informasi terkait dengan dampak pandemi COVID-19 pada praktik HRM serta pemasaran di berbagai organisasi di seluruh dunia.



Hasilnya disajikan dalam bentuk deskriptif naratif kemudian ditafsirkan berdasarkan frekuensi dan persentase. Metode penyajian dan interpretasi hasil ini diterapkan untuk survei ini karena membantu menjelaskan secara komprehensif narasi dan pendapat responden untuk memberikan tanggapan yang lebih konklusif terhadap pertanyaan penelitian utama penelitian ini.

HASIL

Pandemi global virus corona telah sangat memengaruhi berbagai sektor penting di sebagian besar organisasi di seluruh dunia. Lebih dari 96% responden mengkonfirmasi bahwa manajemen sumber daya manusia dan pemasaran adalah sektor yang paling terpengaruh sejak munculnya COVID-19 sangat mengubah praktik kerja tradisional dan teknik pemasaran karena orang dipaksa untuk mulai bekerja dari jarak jauh dan platform online kami untuk memasarkan produk mereka. atau layanan. Namun, sebagian kecil responden (4%) tidak setuju dengan narasi bahwa praktik HRM dan pemasaran masa depan telah sangat dipengaruhi oleh COVID.

Mengenai dampak COVID-19 terhadap manajemen sumber daya manusia, mayoritas responden (36%) menunjukkan bahwa pandemi telah meningkatkan kerja jarak jauh, 14% menunjukkan bahwa COVID-19 telah meningkatkan PHK karyawan dan menyebabkan gangguan dalam praktik kerja normal masing-masing, sedangkan jumlah paling sedikit jika responden (11%) menunjukkan gangguan dalam mekanisme komunikasi normal. Namun, 13% responden menyarankan pendapat seperti peningkatan perekrutan karyawan baru, pengurangan gaji pekerja, penurunan kesejahteraan individu karyawan, peningkatan kelincahan, fleksibilitas atau kreativitas profesional SDM, dan pengurangan komitmen terhadap aktivitas organisasi yang berbeda saat beroperasi dari rumah, di antara pendapat lain.

Mengenai dampak COVID-19 dari pemasaran di masa depan, mayoritas responden (39%) menunjukkan pengurangan kontak fisik dengan pelanggan, 25% menunjukkan peningkatan penggunaan platform pemasaran online, 16% untuk pengurangan biaya operasi dalam pemasaran, sedangkan yang paling sedikit jumlah jika responden (9%) adalah untuk meningkatkan daya tawar pemasok. 11% dari peserta memberikan pendapat lain seperti pengurangan jumlah pelanggan, pengurangan total penjualan, peningkatan dan penayangan online untuk situs web pemasaran online, di antara pendapat lainnya.

DISKUSI

Studi ini juga berfokus pada penetapan cara yang berbeda di mana bisnis atau organisasi dapat mengatasi masa-masa baru yang penuh tantangan COVID-19 terutama di bidang HRM dan pemasaran. Dalam hal ini, mayoritas responden (56%) memilih mengadopsi bentuk teknologi baru untuk pemasaran dan HRM, 24% memilih mempekerjakan tenaga kerja baru yang relevan, sedangkan jumlah responden paling sedikit (9%) memilih PHK kurang penting karyawan untuk



menurunkan biaya operasi. Namun, 11% menyarankan langkah-langkah lain seperti restrukturisasi organisasi atau bisnis untuk fokus pada kegiatan lain yang sesuai dengan zaman sekarang, dan menurunkan proses beberapa produk untuk menarik lebih banyak pelanggan untuk membeli secara online, antara lain saran.

Sementara ada perdebatan yang meningkat tentang dampak pandemi virus corona (COVID-19) pada manajemen sumber daya manusia dan pemasaran di berbagai organisasi di seluruh dunia, sebagian besar pendapat dan persepsi yang muncul dari para ahli yang berbeda banyak terkait dengan pengamatan atau panduan yang berusaha menjelaskan seperti apa 'normal baru' di masa COVID-19. Sebagian besar studi dan tanggapan dari pakar HRM mengungkapkan bahwa masa COVID-19 telah membawa beberapa implikasi yang menjadi tantangan sekaligus peluang untuk merangkul inovasi baru dalam melakukan tugas atau kegiatan organisasi (Baert, et al., 2020).

Sebagian besar pakar HRM dan individu di bidang pemasaran mengonfirmasi bahwa pendekatan baru seperti kerja jarak jauh dan pemasaran online telah diadopsi sebagai cara untuk menghadapi masa yang penuh tantangan dan perubahan akibat virus corona. Dengan meningkatnya ketidakpastian di seluruh dunia karena kurangnya vaksin atau obat untuk virus corona, sebagian besar organisasi telah mendukung dan mendorong karyawan mereka untuk menggunakan platform atau aplikasi online yang berbeda seperti aplikasi zoom untuk melakukan berbagai tugas HRM dan pemasaran atas nama organisasi mereka. Ini sampai batas tertentu telah membuat beberapa individu menganggur karena banyak tugas sekarang dapat dilakukan dari jarak jauh oleh satu individu sebagai lawan dilakukan oleh beberapa karyawan di tempat kerja.

Meskipun kerja jarak jauh telah dan akan terus menjadi norma dan cara kerja yang fleksibel di antara sebagian besar profesional, penting untuk dipahami bahwa praktik ini dikaitkan dengan beberapa implikasi pada praktik kerja dan pemasaran tradisional (Atkeson, et al., 2020). Studi tersebut mengungkapkan bahwa ada kemungkinan yang lebih tinggi bahwa perubahan saat ini dalam HRM dan praktik pemasaran akan menyebar ke semua negara di seluruh dunia karena fakta bahwa COVID-19 adalah pandemi global dan telah berdampak pada hampir setiap bagian dunia. Dari berbagai tanggapan yang diperoleh dari para ahli HRM yang berpartisipasi dalam survei, jelas bahwa meskipun COVID-19 telah mempengaruhi sangat banyak area atau industri di seluruh dunia, bidang manajemen sumber daya manusia paling terpengaruh. Ini karena jutaan pekerja telah diberhentikan atau didorong untuk mengadopsi bekerja dari jarak jauh yang sebagian besar telah mempengaruhi memiliki implikasi parah pada kepribadian yang terkena dampak [4]. Namun, sebagian responden mengungkapkan; bahwa pandemi telah berdampak positif pada mode operasi mereka. Sebagai contoh, sebagian besar pakar HRM dari



telinga humas atau administrasi, keuangan dan asuransi serta manajemen mengungkapkan bahwa dinamika COVID-19 berdampak positif pada operasional mereka.

Sebagian besar peserta mengkonfirmasi bahwa mereka telah menemukan banyak kemudahan dalam bekerja dari jarak jauh karena memberi mereka kesempatan untuk beroperasi di lingkungan yang relatif bebas atau fleksibel dibandingkan dengan tempat kerja mereka yang sebenarnya. Lebih lanjut, temuan penelitian mengungkapkan bahwa sebagian besar profesional lebih suka bekerja dari jarak jauh karena memungkinkan mereka untuk bersatu kembali dengan keluarga mereka dan akibatnya memperkuat ikatan hubungan mereka dengan anak-anak, pasangan, dan anak-anak mereka. anggota keluarga lainnya, yang selalu tidak mungkin dilakukan dengan praktik kerja normal yang beroperasi dari tempat kerja mereka yang sebenarnya.

Temuan ini juga sesuai bahwa beberapa sektor telah terlibat dalam lebih banyak proses perekrutan untuk mengatasi perubahan baru yang disebabkan oleh pandemi. Namun demikian, temuan tersebut mengungkapkan bahwa sebagian besar organisasi telah menghentikan proses perekrutan mereka karena sebagian besar kegiatan dihentikan oleh meningkatnya lonjakan COVID-19 di seluruh dunia. Sementara sebagian besar peserta menunjukkan bahwa ada peningkatan kerja jarak jauh, yang diprediksi akan terus meningkat di masa depan, penelitian terbaru menunjukkan bahwa beberapa organisasi terus meninjau efektivitas dan keberlanjutan kerja jarak jauh dan belum berkomitmen pada gaya kerja ini. Terbukti bahwa sebagian besar organisasi belum menghasilkan banyak ulasan atau penjualan oleh karyawan mereka yang bekerja dari rumah karena pengawasan terbatas yang cenderung membuat karyawan kurang berkomitmen sehingga mempengaruhi produktivitas atau output umum dari karyawan. Literatur menunjukkan bahwa sampai batas tertentu beberapa organisasi belum fasih dengan cara kerja jarak jauh beroperasi dan ini memiliki tingkat yang lebih besar mempengaruhi produktivitas dan kinerja beberapa karyawan dan organisasi secara keseluruhan (Burton, et al., 2011). Penting untuk dicatat bahwa menerapkan kerja jarak jauh mengharuskan organisasi untuk menerapkan berbagai kebijakan, strategi, prosedur, peraturan, dan sistem baru yang terkadang sulit dipenuhi untuk beberapa organisasi.

REFERENSI

- Atkeson, A. (2020). What will be the economic impact of covid-19 in the us? Rough estimates of disease scenarios (No. w26867). National Bureau of Economic Research.
- Carnevale, J. B., & Hatak, I. (2020). Employee adjustment and well-being in the era of COVID-19: Implications for human resource management. *Journal of Business Research*. 1685 Vol. 9, No. 5, October 2020



- Baert, S., Lippens, L., Moens, E., Sterkens, P., & Weytjens, J. (2020). How do we think the COVID-19 crisis will affect our careers (if any remain)?.
- Belzunegui-Eraso, A., & Erro-Garcés, A. (2020). Teleworking in the Context of the Covid-19 Crisis. *Sustainability*, 12(9), 3662.
- Burton, D., Confield, E., Gasner, M. R., & Weisfuse, I. (2011). A qualitative study of pandemic influenza preparedness among small and medium-sized businesses in New York City. *Journal of business continuity & emergency planning*, 5(3), 267-279.
- D'Silva, R., & Bernard, A. G. A. J. (2020). SHOCKS OF COVID19 PANDEMIC-AN INSIGHT. Impact Of Covid-19 Crisis On The Global Economy And Other Sectors Worldwide, 255.
- Donthu, N., & Gustafsson, A. (2020). Effects of COVID-19 on business and research. *Journal of Business Research*, 117, 284.
- Fernandes, N. (2020). Economic effects of coronavirus outbreak (COVID-19) on the world economy. Available at SSRN 3557504.
- He, H., & Harris, L. (2020). The Impact of Covid-19 Pandemic on Corporate Social Responsibility and Marketing Philosophy. *Journal of Business Research*.
- Lauer, S. A., Grantz, K. H., Bi, Q., Jones, F. K., Zheng, Q., Meredith, H. R., ... & Lessler, J. (2020). The incubation period of coronavirus disease 2019 (COVID-19) from publicly reported confirmed cases: estimation and application. *Annals of internal medicine*, 172(9), 577-582.
- McKibbin, W. J., & Fernando, R. (2020). The global macroeconomic impacts of COVID-19: Seven scenarios.