

37

**ANALISIS SWOT KEBIJAKAN PEMBATAHAN SOSIAL BERSKALA BESAR
(PSBB) DAN PEMBERLAKUAN PEMBATAHAN KEBIJAKAN
MASYARAKAT (PPKM) TERHADAP DAMPAK EKONOMI DI TENGAH
UPAYA MENEKAN LAJU PANDEMI COVID-19**

Fadli Ilyas

Universitas Bina Sarana Informatika

(Naskah diterima: 1 Juni 2021, disetujui: 30 Juli 2021)

Abstract

This study aims to determine the economic impact of the Large-Scale Social Restriction (PSBB) policy and the Enforcement of Community Activity Restrictions (PPKM) in the midst of efforts to reduce the rate of the Covid-19 pandemic spreading in the community. The Policy for the Implementation of Restrictions on Community Activities (PPKM) is expected to be able to suppress the spread of the COVID-19 virus which is increasingly concerning. For this reason, it is hoped that all parties and elements of society can work well together so that this policy can run optimally so that the recovery of various aspects, including the economic aspect, will soon be realized. This PPKM certainly has advantages and disadvantages which will be discussed in a SWOT analysis to provide an overview of the success of the policies taken by the government.

Keyword: SWOT Analysis, PSBB, PPKM, Covid-19

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak ekonomi dari kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) di tengah upaya menurunkan laju pandemi Covid-19 yang tersebar di masyarakat. Kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) diharapkan mampu menekan laju penyebaran virus covid 19 yang semakin memprihatinkan. Untuk itu diharapkan semua pihak dan elemen masyarakat dapat bekerjasama dengan baik agar kebijakan ini dapat berjalan maksimal sehingga pemulihan berbagai macam aspek, tidak terkecuali dengan aspek ekonomi akan segera terwujud. PPKM ini tentunya memiliki kelebihan dan kekurangan yang akan dibahas dalam analisis SWOT untuk memberikan gambaran terhadap keberhasilan dari kebijakan yang diambil pemerintah.

Kata Kunci : Analisis SWOT, PSBB, PPKM, Covid-19.

I. PENDAHULUAN

Pesatnya penyebaran virus covid-19 memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap berbagai aspek. Tak

terkecuali dengan aspek ekonomi di Indonesia juga berbenah dan beralihmulai menggunakan internet melalui digital marketing di tengah kondisi pandemi.

Wabah pandemi Covid-19 memberikan dampak luar biasa bagi berbagai macam industri di tanah air. Banyak industri yang sangat tepukul akibat merebaknya wabah ini, diantaranya industri usaha kecil menengah, perhotelan, tekstil, pariwisata, retail, kuliner dan lain sebagainya. Akibatnya tidak hanya konsumen yang terdampak, tetapi juga pelaku usaha yang terombang ambing karena harus mempertahankan usahanya di tengah kondisi yang tidak pasti.

Pemerintah telah melakukan berbagai upaya untuk menekan laju penyebaran virus covid-19 dengan berbagai kebijakan, mulai dari kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) hingga terbaru pemerintah resmi memperpanjang kebijakan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) Darurat atau PPKM Level 4. Awalnya PPKM ini hanya berlaku hingga tanggal 20 Juli 2021, namun kini diperpanjang menjadi tanggal 9 Agustus 2021. Sejumlah pengusaha mulai dari berbagai industri mengaku jika PPKM kembali diperpanjang maka akan terjadi lebih banyak PHK. Banyak perusahaan yang harus memutar strategi bertahan dari dampak pandemi ini untuk memastikan usahanya tetap berjalan. Namun, saat PPKM darurat mereka mengalami hambatan distribusi sehingga terjadi

penumpukan stok. Kebijakan yang diambil oleh pemerintah untuk bekerja dari rumah di luar sektor kritikal dan esensial, menjadi potensi besar pemutusan hubungan kerja dilakukan. Alih-alih dapat bertahan ditengah pandemi, justru menjadi bumerang untuk keberlangsungan hidup perusahaan yang berakibat pemutusan hubungan kerja (PHK) tidak bisa dihindari. Oleh sebab itu, banyak perusahaan mengusulkan agar pemerintah memberikan bantuan keringan pajak, retribusi, listrik, hingga biaya sewa.

Pada masa awal Covid-19, Indonesia sudah mulai diuji dari berbagai macam sektor, salah satunya yaitu sektor ekonomi. Covid-19 menerjang perekonomian Indonesia sangat drastis. Banyak sektor perekonomian yang terganggu dan tidak bisa berjalan karena saling bergantung dengan lainnya. Faaza menambahkan, Tak bisa dipungkiri bahwa penurunan angka pertumbuhan perekonomian Indonesia pada Kuartal I ke Kuartal II Covid-19 lebih buruk daripada krisis tahun 1997.

Fokus pemerintah melakukan *recovery economy* dinilai cukup bagus. Upaya tersebut menolong jatuhnya perekonomian Indonesia agar kembali tumbuh. Pemerintah mengalokasikan dana pemberdayaan UMKM pada tahun 2020 sebesar 123,46 triliun dari total

anggaran bantuan sosial yang mencapai 695 triliun. Tujuan utamanya restrukturisasi kredit UMKM untuk memberikan kemudahan akses kredit dan penyalangan bunga bagi para UMKM.

Tahun 2021, upaya *recovery economy* dilanjutkan dengan Program Pemulihan Ekonomi Nasional. Pemerintah menggelontorkan dana bantuan sosial yang lebih besar menjadi 699,4 triliun. Alokasi dana bantuan kepada UMKM di tahun 2021 meningkat sebesar 191,13 triliun. Penambahan tersebut tak lepas dari kontribusi besar UMKM bagi perekonomian. Sayangnya, penyerapan dana pada UMKM masih tergolong rendah di angka 26,3% atau setara dengan 50,23 triliun terhitung pada Juni 2021.

Beberapa hal yang harus pemerintah lakukan untuk memaksimalkan penyerapan dana UMKM terutama saat PPKM Darurat. Pemerintah perlu melibatkan UMKM dalam program bantuan sosial, seperti pengadaan barang bantuan. Kemudian memberikan dukungan digitalisasi UMKM dengan pemberian insentif, memperbaiki akurasi data penerimaan dana bantuan yang tepat sasaran, memiliki konsistensi dalam melaksanakan kebijakan, gerakan moral dengan pemotongan gaji di kalangan aparatur pemerintahan

sebagai bentuk gerakan sosial yang dialami semua kalangan, perlunya revolusi birokrasi, lalu yang terpenting adalah pemerintah harus fokus pada kebijakan kesehatan. Pada hakekatnya kebijakan kesehatan itu sendiri adalah kebijakan ekonomi.

Penelitian ini mengambil analisis SWOT dampak ekonomi dari kebijakan PPKM di tengah upaya menekan laju pandemi penyebaran virus covid 19.

II. KAJIAN TEORI

2.1 Teori Permintaan dan Penawaran

Hukum permintaan dan penawaran merupakan teori yang menjelaskan tentang interaksi atau transaksi antara penjual yang menjual sebuah barang dan pembeli yang menginginkan barang tersebut. Teori ini dibuat untuk mendefinisikan pengaruh keinginan atas suatu produk atau barang tertentu terhadap harga jual produk tersebut.

Hukum ini merupakan salah satu hukum dasar dalam dunia perekonomian. Dalam kehidupan nyata permintaan dan penawaran merupakan dua hal yang saling berlawanan hingga nantinya pasar akan menemukan harga yang seimbang. Permintaan ataupun penawaran dapat meningkat atau menurun, hal ini bisa terjadi karena disebabkan oleh banyak faktor.

Dalam teori permintaan disebutkan bahwa semakin banyak permintaan, maka harga barang semakin tinggi dan juga sebaliknya, semakin rendah permintaan maka harga barang yang diminta akan mengalami penurunan.

Kedua hal tersebut didasari oleh empat hukum. Hukum-hukum inilah yang dijadikan sebagai pondasi dari teori ini. Hukum-hukum ini bisa dijadikan sebagai acuan oleh para pelaku ekonomi untuk menjalankan usahanya. Karena di dalam hukum-hukum ini terdapat hal-hal yang akan terjadi jika sesuatu terjadi.

Jadi para pelaku usaha dapat mengetahuinya dari hukum-hukum ini. Untuk mengetahui lebih lanjut berikut adalah pembahasannya hukum dasar penawaran pada berbagai keadaan.

Saat penawaran meningkat : Jika penawaran terhadap suatu barang meningkat, maka harga yang ditawarkan akan semakin tinggi.

Ketika penawaran menurun: Jika penawaran terhadap suatu barang menurun, maka harga yang ditawarkan akan semakin rendah.

Saat permintaan meningkat: Jika harga suatu produk sedang rendah, maka jumlah produk yang diminta akan bertambah.

Ketika permintaan menurun: Jika harga suatu produk naik, maka jumlah produk yang diminta akan menurun.

Dapat dilihat jika bunyi antara hukum permintaan dengan hukum penawaran sangatlah berbanding terbalik. Memang hal tersebutlah yang dibutuhkan agar tercapainya suatu keseimbangan harga.

2.2 Permintaan dan Penawaran untuk Mencapai Keseimbangan Harga

Keseimbangan harga adalah ketika dimana produsen dapat menjual semua produk hasil produksinya dan pembeli dapat membeli semua produk hasil produksi tersebut sesuai keinginannya. Pada titik tertentu persediaan barang yang ada di pasaran tetap.

2.3 Faktor yang Mempengaruhi Keseimbangan Harga

Keseimbangan harga di pasar bisa menjadi tinggi atau rendahnya tergantung dari beberapa hal. Hal-hal yang dapat mempengaruhi keseimbangan harga di pasar yakni pajak dan subsidi. Pajak yang dikenakan kepada suatu produk menyebabkan harga jual produk tersebut menjadi tinggi. Produsen tidak ingin ambil pusing dan membebani konsumen dengan beban pajak tersebut.

Akibatnya keseimbangan di pasaran menjadi lebih tinggi. Selanjutnya ada subsidi

yang merupakan lawan dari pajak. Subsidi yang diberikan kepada suatu produk menyebabkan harga jual produk tersebut menjadi turun atau lebih rendah. Akibatnya harga keseimbangan di pasaran menjadi turun atau lebih rendah.

2.4 Faktor yang Mempengaruhi Permintaan dan Penawaran

Diantara faktor-faktor yang dapat mempengaruhi turun atau naiknya permintaan maupun penawaran. Faktor yang dapat mempengaruhi permintaan yakni berubahnya harga suatu produk, pilihan dari konsumen, dan jumlah produk pengganti yang tersedia. Contohnya adalah saat harga sebuah *skincare* dan *make up* sedang turun, maka permintaan terhadap *skincare* dan *make up* tersebut menjadi meningkat.

Faktor yang mempengaruhi penawaran dibagi menjadi dua yakni faktor utama dan faktor pendukung. Untuk faktor utama terdiri dari kapasitas atau kemampuan untuk memproduksi, bahan baku dan tenaga kerja yang termasuk dalam biaya produksi, dan yang terakhir adalah jumlah pesaing yang berpengaruh secara langsung.

Faktor pendukung yakni persediaan bahan baku, cuaca, dan luasnya jaringan pasokan. Itulah tadi faktor-faktor yang sangat ber-

pengaruh terhadap permintaan dan penawaran. Faktor-faktor itu seperti dasar terjadinya hukum penawaran dan permintaan.

Penjual tidak dapat menambahkan harga atau biaya yang sudah ditentukan oleh pasar dilihat dari permintaan para konsumen pada masa itu. Tetapi, produsen dapat mengurangi atau menambah jumlah barang yang mereka pasok ke pasar berdasarkan harga yang telah mereka tetapkan.

III. METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini dilakukan dengan cara pendekatan dengan analisis SWOT. Analisis ini merupakan singkatan dari *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (ancaman). Analisis SWOT mengatur kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman utama ke dalam daftar yang terorganisir dan biasanya disajikan dalam cakupan kisi-kisi yang sederhana.

3.1. Analisis *Strength* (Kekuatan)

Kekuatan atau *Strength* adalah poin internal dan positif dari perusahaan. Ini adalah hal-hal yang berada dalam kendali Anda. Bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu mengambil keuntungan dari sebuah peluang (*opportunities*) yang ada.

3.2. Analisis *Weakness* (Kelemahan)

Kelemahan adalah faktor negatif yang mengurangi kekuatan Anda. Ini adalah hal-hal yang Anda mungkin perlu tingkatkan agar menjadi lebih kompetitif. Bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mencegah keuntungan.

3.3 Analisis *Opportunities* (Peluang)

Peluang adalah faktor eksternal dalam lingkungan bisnis Anda yang cenderung berkontribusi pada kesuksesan bisnis. Bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu menghadapi ancaman (*threats*) yang ada.

3.4 Analisis *Threats* (Ancaman)

Ancaman adalah faktor eksternal yang tidak dapat Anda kendalikan. Anda tetap harus mempertimbangkan hal ini untuk menempatkan rencana darurat dalam menangani masalah yang terjadi. Bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mampu membuat ancaman (*threats*) menjadi nyata atau menciptakan sebuah ancaman baru.

IV. HASIL PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif deskriptif dengan pendekatan analisis data sekunder. Analisis data sekunder adalah analisis data yang dilakukan terhadap data yang sudah ada tanpa perlu melakukan wawancara, survei, observasi dan teknik pe-

ngumpulan data tertentu lainnya. Sumber data sekunder berasal dari data BPS, lembaga, bappenas, laporan bulanan perusahaan. Adapun sumber data sekunder antara lain dokumen pemerintahan, laporan teknis, jurnal ilmiah, buku referensi, database, perpustakaan.

1. Persentase Perusahaan yang masih beroperasi.

Di tengah kondisi pandemi, banyak perusahaan memutar strategi untuk mempertahankan operasional. Berikut ini data Badan Pusat Statistik (BPS) Juli 2021 tentang perusahaan yang masih beroperasi dan pengurangan operasi hingga tutup :

- 8,76% perusahaan berhenti beroperasi
- 5,45% beroperasi dengan WFH (*work from home*) untuk sebagian karyawan
- 2,05% beroperasi dengan penerapan WFH untuk seluruh karyawan
- 24,31% beroperasi dengan pengurangan kapasitas (jam kerja, mesin dan tenaga kerja)
- 0,49% beroperasi bahkan melebihi kapasitas sebelum covid-19
- 58% masih beroperasi seperti biasa

2. Persentase Perusahaan yang Melakukan perubahan jumlah pegawai di tengah Pandemi.

- Sebanyak 35,56% perusahaan memilih untuk mengurangi jumlah pegawai yang bekerja
- Sebanyak 62,29% perusahaan memilih untuk tidak mengurangi/menambah jumlah pegawai yang bekerja
- Sebanyak 2,15% perusahaan memilih untuk menambah jumlah pegawai yang bekerja

3. Persentase Perusahaan yang Mengurangi Pegawai di tengah Pandemi

Berikut data persentase perusahaan yang mengurangi pegawai di tengah pandemi bersumber dari data BPS bulan Juli 2021 :

- 52,23% industri pengolahan
- 51,37% industri konstruksi
- 50,52% akomodasi dan makan minum
- 18,79% industri air dan pengelolaan sampah
- 18,26% industri jasa keuangan
- 15,30% industri listrik dan gas

4. Persentase Perusahaan yang Memberhentikan Pekerja dalam Waktu Singkat.

Optimisme bahwa pandemi akan segera berakhir cenderung membuat perusahaan tidak mengambil kebijakan pemutusan hubungan kerja secara permanen, melainkan memberhentikan pekerja dalam waktu singkat

menjadi pilihan yang relatif lebih baik. Diantara 3 sektor industri tertinggi yang mengambil kebijakan ini ialah sebanyak 18,69% di industri pengolahan, 18,59% di industri konstruksi dan 17,63% ada pada industri akomodasi dan makanan minuman.

5. Persentase perusahaan menurut perubahan pendapatan.

- Sebanyak 82,85% perusahaan mengalami penurunan pendapatan
- Sebanyak 14,60% perusahaan mengalami pendapatan tetap
- Sebanyak 2,55% perusahaan mengalami peningkatan pendapatan

IV.1. Analisis *Strength* (Kekuatan)

Melihat dari data BPS terkait dampak aspek ekonomi, maka dari kebijakan PSBB dan PPKM yang diterapkan maka diantara ialah peran serta masyarakat dan komitmen untuk menjalankan kebijakan ini dengan baik yang bertujuan untuk menekan laju perkembangan virus yang telah bermutasi menjadi beberapa jenis varian yang berbahaya. Dengan membatasi kegiatan yang membuat orang berkerumun, tentunya dapat mencegah dan menghindari dari penyebaran virus. Sehingga, jumlah korban dapat dikendalikan dan langkah pemulihan dapat segera terwujud dan aktifitas ekonomi dapat kembali normal.

IV.2. Analisis *Weaknesess* (Kelemahan)

Peran pengawasan sangat penting dalam menjalankan kebijakan PPKM ini. Konsistensi dan pengawasan menjadi dua hal potensi kelemahan dari kebijakan PPKM ini. Sehingga, jika ini terjadi maka potensi tidak tercapainya tujuan kebijakan PPKM ini akan semakin besar. Untuk itu diperlukan kerjasama dan koordinasi antara berbagai pihak agar kebijakan ini dapat berjalan sesuai rencana.

IV.3. Analisis *Opportunities* (Peluang)

Untuk memastikan kebijakan PPKM berjalan dengan maksimal, selain dengan bekerjasama dan koordinasi antar pihak, juga dapat dilakukan langkah strategis lain berupa program vaksinasi untuk mencapai herd immunity sehingga tercipta kekebalan tubuh yang baik untuk meminimalisasi gejala yang mungkin timbul akibat terpapar virus ini. Program vaksinasi ini bertujuan untuk meningkatkan kekebalan imun tubuh agar menjadi perisai dari terjangkitnya virus ini atau minimal gejala yang timbul akan lebih ringan.

Sehingga jika dilihat dari sudut pandang ekonomi, aktivitas fisik tidak terganggu dan tetap dapat memonitor kegiatan usahanya meski dari rumah.

IV.4. Analisis *Threats* (Ancaman)

Ancaman dari kebijakan PPKM ini ialah terletak pada kepatuhan masyarakat dalam menjalankan kebijakan yang telah dicanangkan pemerintah. Jika masyarakat patuh, maka kebijakan PPKM ini akan berhasil dan pandemi bisa teratasi. Pun sebaliknya jika masyarakat tidak patuh, maka kondisi pandemi semakin lama yang berkibat pada pemulihan sektor ekonomi akan semakin lama dan dampak yang ditimbulkan akan semakin luas.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan Analisis SWOT, maka kesimpulan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Komitmen menjadi kunci kekuatan untuk menekan laju pandemi yang sudah 2 tahun lebih menghantam wilayah Indonesia. Tentunya, jika masyarakat paham dan patuh maka tidak sulit untuk menjalankan kebijakan PPKM yang sudah dicanangkan pemerintah.
2. Konsistensi dan pengawasan menjadi potensi kelemahan dalam penerapan kebijakan PPKM ini, karena keduanya menjadi salah satu indikator keberhasilan dari kebijakan PPKM ini.
3. Program vaksinasi yang tengah digaungkan

ini menjadi alternatif peluang untuk membantu percepatan stabilitas dan pemulihan aspek ekonomi. Program vaksinasi ini diharapkan mampu dilaksanakan dengan maksimal agar tujuan akhir untuk pemulihan dari pandemi dapat terlaksana.

4. Kepatuhan dan kesadaran masyarakat menjadi ancaman dan tantangan tersendiri untuk memastikan kebijakan PPKM ini berjalan baik. Karena sebaik apapun kebijakan yang dicanangkan, jika tidak ada kesadaran dan kepatuhan dari masyarakat maka akan menjadi tidak maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto. 2005. *Manajemen Penelitian*. Rineka Cipta. Jakarta

Ayunda, 2020. *Marketing & Manajemen*. Accurate. id

Cholique, Abdul. 2011. *Pengantar Manajemen*. Mitra Cendika. Yogyakarta

Handoko, T. Hani. 1984. *Manajemen*. BPFE Yogyakarta. Yogyakarta

Hasibuan, Malayu S.P. 2000. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. PT Bumi Aksara. Jakarta

Hasibuan, Malayu S.P. 2001. *Manajemen (Dasar-Dasar, Pengertian dan Masalah)*. PT Bumi Aksara. Jakarta

Suprihanto. John. *Manajemen Personalia*. Penerbit BPFE. Yogyakarta

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.