



Tantangan Komunikasi Bisnis di Saat Pandemi Covid 19

Pandu Adi Cakranegara
Universitas Presiden

Ika Widyastuti
Universitas Krisnadwipayana

Pos-el: pandu.cakranegara@president.ac.id

DOI: 10.32884/ideas.v8i2.764

Abstrak

Bisnis adalah organisasi yang terbentuk dari sekumpulan individu. Agar organisasi ini dapat berfungsi maka individu di dalamnya perlu saling berkomunikasi. Komunikasi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dan bukan menjadi suatu masalah. Situasi yang menjadi tantangan adalah ketika organisasi yang telah terbiasa melakukan bisnis tiba-tiba harus bertransformasi karena kehadiran pandemi Covid 19. Ketika komunikasi yang biasa dilakukan melalui proses tatap muka baik dengan rapat di kantor dan berdiskusi langsung dengan rekan kerja tidak dapat dilakukan lagi, apa yang harus dilakukan perusahaan agar dapat tetap produktif? Penelitian ini menggunakan data primer yang berasal dari wawancara karyawan. Melalui para narasumber ini digali informasi bagaimana bisnis mereka berubah dan bagaimana komunikasi bisnis dilakukan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tidak semua organisasi siap. Namun, terdapat satu sisi positif dari Pandemi Covid 19 yaitu mendorong komunikasi bisnis yang memanfaatkan teknologi modern.

Kata Kunci

Komunikasi bisnis, pandemic, transformasi bisnis

Abstract

A business is an organization made up of a group of individuals. For this organization to function, the individuals within it need to communicate with each other. Communication is an integral part and not a problem. The challenge is when an organization accustomed to doing business as usual suddenly has to transform due to the Covid 19 pandemic. This study uses primary data that comes from employee interviews as an organization. Through these speakers, information is obtained on how their business in their place has changed and how business communication is carried out. The results of this study indicate that not all organizations are ready. However, one positive side of the Covid-19 pandemic is encouraging business communication that utilizes modern technology.

Keywords

Business communication, pandemic, business transformation

Pendahuluan

Salah satu hal yang penting dalam bisnis adalah komunikasi. Saefudin (2008) mengatakan bahwa perkembangan komunikasi membawa perkembangan peradaban. Peradaban sendiri terdiri atas banyak aspek, salah satu aspek di dalamnya adalah bisnis. Bisnis sebagai sebuah organisasi terdiri atas kumpulan orang yang digerakkan oleh sebuah tujuan yaitu visi perusahaan. Salah satu cara untuk dapat menyampaikan visi adalah komunikasi. Namun, setiap sistem komunikasi yang baru membawa tantangan yang baru pula (Windi & Mursid, 2021). Kehadiran internet memudahkan komunikasi. Berbagai sistem komunikasi baru seperti *email*, *whatsapp*, *zoom*, dan *gmeet* memberikan kemudahan interaksi.

Di dalam bisnis terdapat komunikasi formal dan nonformal. Komunikasi formal adalah komunikasi yang digunakan oleh perusahaan melalui sarana formalnya secara internal kepada anggota organisasi. Sementara itu, komunikasi formal eksternal ditujukan kepada pemangku kepentingan di luar perusahaan dan kepada pelanggan. Komunikasi nonformal adalah komunikasi yang dibangun secara internal oleh perusahaan untuk menanamkan kultur perusahaan. Komunikasi nonformal ini juga digunakan untuk hal-hal yang tidak bisa disampaikan melalui komunikasi formal.

Salah satu bentuk komunikasi formal adalah *email*. Penggunaan *email* merupakan hal yang tidak

terpisahkan dari kepentingan bisnis karena selain merupakan sarana yang efektif untuk mengirimkan pesan internal, *email* secara legal diperlukan perusahaan untuk melakukan komunikasi tertulis (Tsao et al., 2021). Mengikuti jejak *email*, *whatsapp* pun hadir melengkapi daftar media komunikasi kantor di Indonesia. *Whatsapp* sendiri sebenarnya adalah alat komunikasi yang pada awalnya dianggap nonformal. Akan tetapi, seiring dengan efektivitas dan banyaknya pengguna, perlahan aplikasi ini digunakan sebagai media formal untuk menyebarkan informasi (Dalimunthe et al., 2022).

Saat ini penggunaan *email* dan *whatsapp* telah dijadikan standar operasional yang dilakukan oleh berbagai perusahaan di Jakarta. Perusahaan rintisan yang baru lahir pun dapat dengan mudah menggunakan dua hal ini untuk membantu komunikasi bisnisnya. Perusahaan yang tidak memiliki *email* saat ini dianggap sebagai tidak profesional (Kross et al., 2021).

Kehadiran internet mengubah lanskap bisnis. Individu, terutama di kota besar seperti Jakarta, selalu terhubung dengan internet. Pencarian akan kebutuhan sehari-hari pun dilakukan dengan menggunakan internet. Oleh karena itu, perusahaan yang tidak terhubung dengan internet akan tidak terlihat di dunia maya dan sulit untuk ditemukan oleh konsumen (Ivaschenko et al., 2021).

Lebih jauh, perusahaan mulai membuat laman internet yang berisikan informasi tentang perusahaan dan nomor telepon yang dihubungi (Sahrudin, 2021). Perilaku ini sebenarnya didasari semangat berinteraksi melalui jalur biasa. Perusahaan tetap berharap konsumen akan menghubungi dengan metode seperti biasa yaitu melalui telepon atau datang ke kantor secara langsung. Jadi, internet digunakan sebagai sarana untuk mendorong konsumen yang telah menggunakan internet untuk kembali menggunakan cara-cara yang telah dianggap mapan seperti jalur telepon.

Perubahan menyimpan kesempatan sekaligus risiko bagi bisnis. Apalagi, bagi bisnis yang sudah mapan. Ketika tidak ada insentif yang cukup kuat, pelaku usaha enggan melakukan perubahan. Perubahan tidak hanya menyangkut piranti lunak yang harus dipasang melainkan juga perubahan perilaku di dalam organisasi (Damaiyanti et al., 2021). Perubahan perilaku adalah salah satu bagian dari manajemen perubahan yang paling menantang karena kompleksnya pribadi manusia.

Perubahan yang ingin berubah pun kemudian menerapkan perubahan bertahap. Ada yang menggunakan tahapan jangka panjang dan ada pula yang menggunakan tahapan jangka pendek. Pertimbangan dari perubahan jangka panjang adalah alokasi biaya yang dikeluarkan perusahaan dan memberikan waktu yang cukup bagi karyawan untuk dapat beradaptasi. Sementara itu, perubahan jangka pendek dilakukan perusahaan karena perusahaan ingin tetap kompetitif. Namun, perubahan jangka pendek memerlukan alokasi biaya yang lebih cepat dan juga biaya yang perlu dikeluarkan untuk pelatihan karyawan (Angriani, 2021).

Hal yang tak terduga kemudian datang dalam gelombang pandemi Covid-19. Pada awalnya, pandemi Covid-19 hanya bersifat disruptif bagi operasional bisnis perusahaan. Seiring meningkatkan angka penderita Covid-19 dan lahirnya berbagai metode pencegahannya, pemerintah menerapkan pembatasan sosial. Kantor-kantor di Jakarta diwajibkan untuk tutup dan beralih kepada kebijakan bekerja dari rumah atau yang akrab disebut sebagai *work from home* (Garrote Sanchez et al., 2021). Perusahaan jasa tetap dapat melanjutkan pekerjaan dengan metode dalam jaringan atau kerap disebut sebagai daring. Tentunya hal ini berbeda dengan jenis perusahaan di daerah yang bersifat manufaktur yang memerlukan karyawan untuk datang ke kantor dan mengoperasikan mesin. Mesin-mesin tersebut tidak bisa dioperasikan atau dibawa ke rumah. Begitu pula dengan perusahaan pertambangan yang sistem kerjanya harus dilakukan dengan menambang.

Secara teori perusahaan-perusahaan jasa di Jakarta dapat memanfaatkan berbagai peralatan yang telah tersedia untuk melanjutkan kegiatan bekerja, tetapi ternyata bekerja dari rumah memiliki tantangan yang berbeda (Galanti et al., 2021). Penelitian ini mencoba meneliti tantangan apa saja bagi para pekerja kantor di Jakarta dalam berkomunikasi pada saat bekerja dari rumah. Tujuannya untuk mengevaluasi bagaimana kebijakan perusahaan dalam menerapkan kebijakan bekerja dari rumah untuk pegawainya.

Bisnis adalah sebuah organisasi yang terdiri atas individu-individu. Agar dapat bekerja sama, individu-individu ini memerlukan komunikasi. Bentuk komunikasi ini sendiri berkembang dari masa ke masa. Salah satu hal yang membuat komunikasi berkembang adalah perkembangan teknologi informasi. Teknologi informasi memungkinkan orang berdiskusi secara waktu nyata dengan orang lain tanpa batasan jarak. Namun, bertemu



secara tatap muka tetap memiliki perbedaan dengan sebuah komunikasi yang dilakukan melalui internet. Terdapat bahasa tubuh yang tidak bisa disampaikan melalui internet. Jadi, tidak semua perusahaan mau beralih ke komunikasi melalui internet. Hanya saja, ketika pandemi datang, hal ini bukan lagi menjadi pilihan melainkan keharusan. Ketika pemerintah melalui undang-undang menerapkan pembatasan sosial, mau tidak mau bisnis harus menyesuaikan (Engel, 2014).

Ketika komunikasi dipaksa untuk dilakukan melalui sebuah media yang baru maka tidak semua orang atau semua organisasi dapat menyesuakannya. Terdapat berbagai generasi di dunia kerja. Terdapat generasi *digital native* yang sejak lahir telah terbiasa dengan internet. Terdapat generasi yang mengalami dunia tanpa internet tetapi bertumbuh dengan adanya internet (Hardcopf et al., 2021). Terdapat juga generasi yang lahir dan besar tanpa mengenal internet. Pekerja yang berasal dari generasi yang berbeda akan memiliki kecepatan penyesuaian yang berbeda. Sebaliknya, hal ini bukan merupakan pilihan dan oleh karena itu kelangsungan perusahaan ditentukan oleh bagaimana perusahaan dapat beradaptasi dengan perubahan. Sama seperti yang dikatakan oleh Darwin terkait bagaimana sebuah spesies bertahan, bukan yang paling besar atau yang paling kuat melainkan yang paling mampu beradaptasi dengan perubahan (Iriantara, 2020).

Dilihat dari sisi positif, pandemi Covid-19 memaksa perubahan bertransformasi tidak sesuai dengan kemampuan perusahaan. Dengan demikian, perusahaan-perusahaan yang enggan beradaptasi dengan internet akan terpaksa beradaptasi. Dalam prosesnya perubahan yang terjadi secara internal di perusahaan ini berbeda-beda. Oleh karena itu, diperlukan sebuah penelitian yang mampu melihat ke dalam proses perubahan yang terjadi di dalam perusahaan.

Penelitian sebelumnya seperti yang dibahas di atas berbicara terutama tentang bagaimana komunikasi bisnis dilakukan di saat ekonomi berjalan seperti biasa ketika ekonomi sedang turun atau sedang naik. Pandemi Covid-19 adalah sesuatu yang di luar kondisi biasa. Langkah pencegahan pandemi membuat dilakukannya karantina dan pembatasan sosial. Konsekuensinya adalah komunikasi bisnis yang dilakukan dengan tatap muka tidak dapat dipertahankan. Cara-cara yang lama untuk melakukan komunikasi bisnis tidak dapat digunakan lagi selama pandemi berlangsung.

Oleh karena itu, diperlukan sebuah pendekatan baru dalam melakukan komunikasi bisnis. Tidak ada yang tahu pasti sampai berapa lama pandemi akan berlangsung. Di sisi lain perusahaan tetap perlu berbisnis jika tidak mau kehilangan pendapatan secara terus-menerus untuk kemudian bangkrut. Salah satu yang terpaksa harus dilakukan perusahaan adalah mengubah cara komunikasi bisnisnya baik secara internal maupun secara eksternal. Baik cara komunikasi bisnis perusahaan dengan karyawannya atau dengan konsumen dan supliernya.

Salah satu cara untuk melakukan hal ini adalah berbicara dengan narasumber. Narasumber terbaik adalah narasumber yang secara langsung mengalami perubahan yang terjadi di dalam perusahaan (Ali et al., 2021). Narasumber yang ada di dalam penelitian ini mungkin tidak bisa mewakili semua industri, tetapi paling tidak ini adalah salah satu penelitian yang mencoba melihat perspektif pekerja yang mewakili beberapa perusahaan dari industri yang berbeda (Adanlawo et al., 2021). Harapannya penelitian ini bisa memberikan sebuah gambaran tentang bagaimana komunikasi bisnis di masa pandemi berlangsung dan bagaimana perubahan komunikasi mengubah sebuah organisasi.

Metode

Metode penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan wawancara kepada pekerja dari berbagai jenis kantor. Wawancara dilakukan secara tidak terstruktur kepada pekerja yang diberikan pertanyaan dengan berjenis *open ended questions*. Penggunaan pertanyaan *open ended question* diharapkan dapat memberikan keleluasaan bagi narasumber untuk bercerita lebih banyak tentang tantangan yang dihadapinya. Untuk dapat melihat konteks dari tantangan yang dihadapi, perlu dilihat perusahaan tempat pekerja tersebut beraktivitas. Jenis perusahaan dan fase pertumbuhan perusahaan akan memengaruhi perusahaan menghadapi badai pandemi dan beralih ke daring (Morsidi et al., 2021).

Ruang lingkup penelitian dibatasi pada pekerja di Jakarta. Karakteristik pekerja yang dipilih adalah mereka yang bergerak di bidang jasa dan administrasi. Jasa yang dimaksud ialah jasa keuangan, jasa sumber daya manusia, jasa pemasaran, dan jasa konsultan. Sementara itu, perusahaan yang bergerak di bidang *food and beverage* seperti menyediakan makanan dan minuman tidak diikutsertakan. Para pekerja pada sektor *food and beverage* termasuk dalam pekerja yang tidak dapat melakukan pekerjaan dari rumah.

Pembatasan ruang lingkup dilakukan untuk menghindari perbandingan yang tidak seragam dengan daerah-daerah lainnya. Berdasarkan jangkauan internet, wilayah Jakarta jauh dari kemungkinan permasalahan sambungan karena telah memiliki infrastruktur internet yang memadai.

Pendekatan kualitatif lain yang digunakan adalah studi literatur. Dengan menggunakan pendekatan studi literatur, terutama dengan mempelajari bagaimana melakukan transformasi sukses yang dilakukan oleh perusahaan lain, perusahaan-perusahaan di Jakarta dapat belajar dari contoh-contoh ini. Studi literatur juga memberikan banyak informasi mengenai hal-hal yang perlu disiapkan dan hal-hal yang perlu dihindari dalam melaksanakan transformasi perusahaan. Studi literatur memiliki keunggulan karena menyediakan berbagai informasi. Perpaduan teori dan berbagai informasi dari narasumber dapat meramu pendekatan yang sesuai untuk permasalahan yang dihadapi perusahaan saat melakukan transformasi menuju bekerja daring pada saat pandemi Covid-19.

Wawancara dilakukan dengan bentuk pertanyaan tidak terstruktur. Namun, ada beberapa pertanyaan ditanyakan kepada semua narasumber. Pertanyaan itu tertuang dalam poin-poin di bawah ini.

1. Apakah Anda melakukan pekerjaan dari rumah?
2. Bagaimana perubahan bekerja dari rumah memengaruhi pekerjaan Anda?
3. Apakah bekerja dari rumah membuat Anda lebih produktif?
4. Apakah bekerja dari rumah memengaruhi cara Anda berkomunikasi dengan rekan kerja Anda?

Sesuai dengan pendapat (Katz, I. R., Haras, C., & Blaszczyński, C., 2010) bahwa komunikasi bisnis adalah pertukaran ide untuk mencapai suatu tujuan komersial. Pertanyaan di atas ditujukan untuk mengetahui apakah terdapat perubahan dalam proses pertukaran ide tersebut. Selanjutnya, apakah proses komunikasi selama masa pandemi tersebut dapat mencapai tujuan komersialnya. Berawal dari pertanyaan ini narasumber dapat menceritakan berbagai hal yang saling berkaitan. Namun, informasi yang dijadikan sumber terutama adalah yang terkait dengan keempat pertanyaan di atas.

Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini dilakukan dengan mewawancarai berbagai karyawan dengan latar belakang industri yang berbeda untuk melihat dampak dari *Work From Home*. Semua narasumber diberikan pertanyaan yang sama sekaligus dibiarkan memberikan informasi sebanyak mungkin kepada peneliti. Harapannya adalah peneliti dapat meneliti aspek kualitatif dari perubahan cara komunikasi bisnis dari yang dahulu dilakukan pada saat masih bekerja di dalam gedung kantor dan pada saat melakukan aktivitas *Working From Home*.

Hasil

Narasumber pertama adalah seorang pimpinan divisi yang bekerja pada sebuah bank swasta nasional. Narasumber bekerja di bagian teknologi informasi. Bank tersebut ternyata telah memiliki rencana untuk mengoptimalkan penggunaan jaringan internet. Kondisi industri perbankan yang membuat banyak bank bertransformasi menjadi bank digital memaksa tidak sedikit bank konvensional untuk mengadopsi teknologi internet jika tidak mau tertinggal. Bank digital saat ini dianggap sebagai jenis bank baru yang akan menjadi bank masa depan. Bank di Indonesia memiliki struktur pendapatan yang berbeda dengan bank di tempat lain. Salah satu perbedaan dari struktur pendapatan terletak pada keberadaan biaya administrasi minimal per bulan. Di sisi yang lain banyak nasabah yang memiliki dana berjumlah sedikit. Bagi nasabah yang memiliki tabungan biasa (*savings account*) dalam jumlah sedikit maka bunga tabungan akan lebih kecil dari biaya administrasi. Artinya tanpa adanya penambahan dana maka makin lama jumlah pokok tabungan akan makin kecil dan akhirnya hilang. Keunggulan bank digital adalah biaya administrasi yang minimal dan bahkan beberapa bank dengan syarat dan keterangan berlaku meniadakan biaya ini. Bank digital mampu melakukan ini karena tidak membuka berbagai cabang dan transaksi dilakukan secara daring. Bagi bank konvensional hal ini akan jadi tantangan untuk bersaing dengan bank digital. Bank konvensional telah memiliki banyak cabang dan nasabah juga telah terbiasa melakukan berbagai transaksi secara tatap muka.

Narasumber pertama mengatakan bahwa digitalisasi bukanlah merupakan pilihan. Kedepannya bank akan menjadi bank digital baik bank digital yang berasal dari bank konvensional atau bank yang memang lahir secara digital atau *digital native*. Pada saat pandemi Covid-19 datang setiap kantor administrasi harus ditutup.



Bank sebagai bagian dari pelayanan vital tetap dapat beroperasi, tetapi dengan berbagai pembatasan. Kantor-kantor pusat bank justru ditutup dan pekerjaan dilakukan dari rumah. Kondisi ini justru memberikan keuntungan bagi bank. Mau tidak mau bank beralih menjadi semakin digital. Kondisi organisasi yang berisi tenaga kerja yang relatif muda menjadi salah satu faktor pendorong yang memudahkan bank beralih ke digitalisasi. Tenaga kerja yang relatif muda ini cenderung memiliki adaptasi yang baik dengan internet. Sifat ini juga didorong oleh latar belakang generasi milenial yang merupakan *digital native*.

Selain sisi positif, kerja secara digital juga memiliki tantangan tersendiri. Salah satu tantangannya adalah para pekerja cenderung pasif saat berbagai sesi rapat digital dilaksanakan. Padahal, rapat berfungsi sebagai tukar pendapat untuk melihat perkembangan sebuah pekerjaan. Pekerjaan yang ada pada kantor pusat bukanlah tipe pekerjaan yang monoton dan individualistis, melainkan pekerjaan yang dinamis dan memerlukan kerja sama tim. Bila kondisi ini terjadi di kantor cabang yang telah memiliki standar operasi maka sikap pasif tidak akan menjadi masalah.

Narasumber kedua adalah seorang pekerja di sebuah perusahaan *food and beverage* multinasional. Sebagai pekerja di bidang administrasi pekerja ini masuk kantor tiap hari dan melakukan pekerjaan operasional administrasi secara rutin sebelum Covid-19 menyebar. Ketika pandemi melanda ia diperintahkan untuk bekerja dari rumah. Hal ini justru memberikan banyak keleluasaan bagi pekerja. Pada saat yang bersamaan pekerja ini juga tengah hamil dan melahirkan. Secara peraturan ketenagakerjaan seorang pekerja wanita yang hamil berhak mendapatkan cuti melahirkan 1.5 bulan sebelum rencana hari kelahiran dan 1.5 bulan setelah hari kelahiran. Namun, secara sukarela pekerja ini tidak menggunakan sepenuhnya karena merasa belum perlu dan masih dapat bekerja terutama karena pekerjaan dilakukan dari rumah. Tidak banyak hal yang berubah dari pengalaman tersebut. Memang diperlukan penyesuaian ketika beralih melakukan pekerjaan dari rumah.

Penyesuaian yang dilakukan berupa perubahan ritme kerja yang mencakup bagaimana komunikasi dilakukan, seperti meningkatnya penggunaan *email* dan *whatsapp*. Namun, secara sistem tidak ada perubahan signifikan. Sistem yang ada telah memungkinkan pekerjaan dilakukan secara daring. Jadi tidak ada halangan yang berarti dalam melakukan pekerjaan dari rumah. Pada saat yang bersamaan perusahaan juga berhasil melewati tahun pertama pandemi Covid-19 dengan membukukan laba pada saat perusahaan lain menelan kerugian. Keberhasilan perusahaan ini salah satunya adalah selain karena perusahaan berhasil beradaptasi secara operasional terhadap pandemi Covid 19. Perusahaan juga mengubah portofolio produknya. Perusahaan meningkatkan produksi produk terkait kesehatan seperti produk-produk sanitasi. Meningkatnya permintaan produk-produk sanitasi ini menjadi pengganti turunnya penjualan dari produk-produk lainnya.

Narasumber ketiga adalah seorang pekerja di perusahaan rintisan di Jakarta yang sudah memasuki valuasi Unicorn atau valuasi dengan nilai di atas 1 miliar dollar. Secara valuasi perusahaan rintisan ini telah memiliki nilai yang tinggi. Perusahaan rintisan ini bergerak di bidang penjualan piranti lunak untuk mengelola sumber daya manusia. Perusahaan rintisan ini memiliki sistem kerja yang fleksibel bahkan sebelum pandemi. Kantor perusahaan digunakan terutama untuk pertemuan yang memerlukan kehadiran fisik. Selebihnya pekerjaan dilakukan melalui jaringan. Jadi, ketika pandemi Covid-19 datang, tidak banyak terjadi perubahan yang signifikan. Pekerjaan tetap dilakukan secara fleksibel dan pertemuan dilakukan di dalam jaringan. Perbedaannya adalah tidak ada pertemuan fisik yang justru tidak membawa perubahan signifikan terhadap operasional perusahaan.

Narasumber keempat adalah pekerja di bidang pemasaran dan renovasi rumah. Pekerjaan yang dilakukan narasumber ini juga disebut sebagai *flipping*, sebuah kegiatan pembelian *property* yang kurang terawat untuk kemudian direnovasi dan . Pekerjaan ini membutuhkan pekerja fisik untuk dapat berkumpul. Pengawasan yang dilakukan tidak dikerjakan secara penuh waktu. Ia cukup melakukan pemeriksaan secara berkala, terutama karena pekerja-pekerja di bawahnya adalah pegawai yang telah bekerja cukup lama. Hal yang menjadi tantangan perubahan iklim bisnis.

Pandemi menyebabkan kondisi perekonomian turun drastis. Banyak pebisnis mengalami kerugian dan banyak orang kehilangan pekerjaan. Kondisi ini membuat pasar properti menjadi turun. Banyak orang menjual properti dengan harga diskon karena kebutuhan likuiditas. Sementara itu, banyak pembeli yang menunda pembelian baik karena kehilangan sumber penghasilan atau karena cenderung menyimpan uang dalam bentuk kas untuk berjaga-jaga. Tantangan kondisi ekonomi yang demikian juga memukul perusahaan pekerja ini

sehingga turunnya permintaan terhadap *property* membawa pengaruh ke penghasilannya. Keuntungan dari kondisi pandemi baru terasa setelah pandemi berjalan beberapa bulan ternyata permintaan untuk renovasi rumah meningkat. Hal ini karena kegiatan bekerja dari rumah membatasi pekerjaan di kantor dan lapangan. Padahal, mereka ingin membuatnya rumahnya terasa nyaman mungkin terutama karena rumahnya juga digunakan untuk bekerja.

Narasumber kelima adalah pekerja di bidang pemasaran saham. Ia bekerja di sebuah perusahaan sekuritas yang tergabung dalam sebuah konglomerasi usaha di Indonesia. Perusahaan sekuritas adalah perusahaan yang masuk di dalam *industry* keuangan. Perusahaan sekuritas sensitif terhadap siklus ekonomi, sementara pandemi Covid-19 adalah salah satu jenis risiko yang bersifat sistemik. Risiko yang berdampak pada seluruh bagian ekonomi tanpa terkecuali. Harga saham berkorelasi dengan kondisi ekonomi. Ketika kondisi perekonomian turun maka harga saham di bursa secara keseluruhan ikut merosot. Sekitar bulan Mei harga saham mencapai titik terendahnya.

Para investor di bursa baik investor ritel maupun investor besar menarik uangnya untuk menghindari turunnya harga saham. Namun, sesuatu yang unik terjadi. Setelah lewat pertengahan tahun dan harga di bursa mencapai titik terendah, perlahan-lahan para investor masuk kembali. Para investor di Indonesia tidak dapat berdagang langsung. Mereka harus berdagang melalui sekuritas sehingga dengan masuknya investor, pekerja ini dapat menawarkan jasa kepada konsumen. Pihak yang pertama-tama masuk adalah investor pemula yang terdorong oleh informasi baik dari media sosial maupun konten Youtube. Tidak semua konten ini memiliki dasar ilmiah. Pesan yang mereka sampaikan kurang lebih adalah bahwa saham berada di titik terendahnya dan tidak perlu orang cerdas yang kompleks untuk berdagang saham. Cukup beli pada saat rendah dan jual pada saat tinggi.

Masalahnya adalah tidak ada yang tahu berapa titik terendah di bursa efek. Tantangan muncul karena banyaknya investor yang masuk. Perusahaan sekuritas pun kebanjiran konsumen-konsumen baru terutama yang berasal dari konsumen ritel. Narasumber mengatakan bahwa perusahaan bahkan harus menambah beberapa server baru karena server yang lama sudah tidak kuat menampung jumlah transaksi yang ada. Keuntungan dari euforia ini juga membantu meringankan pekerjaan si pekerja terutama karena dia ia tidak perlu repot-repot menawarkan saham kepada para konsumen. Di lain sisi, upaya pasar modal turut dibantu oleh para youtuber yang mengambil tema pasar modal yang mencari penonton untuk konten mereka.

Narasumber keenam adalah seorang pekerja yang bekerja di badan usaha milik negara yang bergerak di bidang pengelolaan minyak bumi dan gas alam. Perusahaan ini merupakan salah badan usaha terbesar milik negara. Ia ini bekerja di kantor pusat di bagian administrasi. Perusahaan tempatnya bekerja memiliki usaha baik eksplorasi maupun ekspor impor. Sang Pekerja tidak bekerja secara langsung pada bagian operasional, tetapi berada di bagian pendukung yaitu di administrasi keuangan. Perusahaan minyak ini pun mengalami penurunan permintaan walaupun tidak sedrastis perusahaan lainnya.

Kebijakan perusahaan membuat narasumber bekerja dari rumah. Perpindahan pekerjaan dari rumah awalnya membutuhkan transisi. Tantangan dari bekerja dari rumah terdapat dalam beberapa kegiatan yang biasanya dilakukan dengan pertemuan langsung. Rapat yang biasanya dilakukan secara tatap muka kemudian dilakukan secara daring. Satu hal yang dirasakan berbeda adalah ritme kerja. Pekerjaan di kantor terasa memiliki ritme lebih lambat. Namun, ritme yang lebih lambat ini juga diiringi dengan jam kerja yang lebih panjang. Tidak mudah menghindari pekerjaan dengan pulang dari kantor karena sekarang pekerjaan dianggap dilakukan dari rumah. Tentu hal ini membawa beban tersendiri. Keuntungan yang dirasakan pekerja adalah tidak perlunya pulang pergi dan bisa mengurus keluarga dari rumah.

Wawancara dilakukan terhadap sekitar sepuluh narasumber. Namun, karena terdapat narasumber yang bekerja di industri yang sama maka narasumber yang lebih banyak memberikan informasi yang terkait dengan topik penelitian ini yang digunakan sebagai bahan. Selain itu narasumber juga ada yang menjawab menyimpang dari topik. Oleh karena itu, hasilnya juga tidak diikutsertakan sebagai bahan yang digunakan untuk penelitian.

Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara terlihat bahwa tidak semua industri di Jakarta siap menghadapi Pandemi Covid 19. Secara sederhana, kecenderungan perusahaan dalam menghadapi pandemi Covid-19 dibagi menjadi tiga



yaitu: *pertama*, perusahaan yang dirugikan oleh pandemi; *kedua* perusahaan yang beradaptasi dengan pandemi; *ketiga* adalah perusahaan yang diuntungkan oleh pandemi. Secara umum sebagian besar perusahaan dirugikan oleh pandemi, terutama perusahaan yang memerlukan kontak erat dengan konsumen. Perusahaan yang mampu beradaptasi juga tetap mengalami pukulan dari pandemi, tetapi karena kemauan dan kemampuannya beradaptasi maka perusahaan ini dapat bertahan. Perusahaan ketiga adalah perusahaan yang diuntungkan dengan adanya pandemi. Jenis ketiga ini adalah perusahaan yang bergerak di bidang kesehatan baik penyedia jasa kesehatan maupun perusahaan penyedia pendukung jasa kesehatan. Perusahaan penyedia jasa bergerak dalam bidang pembuat obat maupun pembuat mesin medis dan peralatan kesehatan. Selain itu, karena para pekerja bekerja dari rumah dan menggunakan jasa internet maka penyedia jasa internet ikut mendapat kenaikan permintaan. Begitu pula dengan perusahaan-perusahaan *digital native* yang masih dapat beroperasi di saat pandemi.

Beberapa hal yang didapat dari penelitian ini adalah bahwa komunikasi merupakan hal yang penting dalam bekerja dari rumah. Ketika perusahaan dibangun dengan sistem yang mengedepankan komunikasi nonverbal maka komunikasi bentuk ini akan sulit direplikasi di dalam bentuk daring. Akan tetapi, ketika perusahaan tidak banyak menggunakan komunikasi nonverbal maka peralihan ke daring menjadi lebih mudah. Salah satu contoh temuan dari penelitian ini adalah pada perusahaan rintisan yang karena keterbatasannya tidak menyewa banyak tempat untuk kantor dan banyak melakukan kegiatan dengan menggunakan daring justru bisa beradaptasi lebih baik walau dengan sumber daya yang terbatas.

Sebaliknya perusahaan besar yang tidak siap dalam menghadapi pandemi justru akan lebih memiliki banyak tantangan dalam beradaptasi. Akan tetapi, ketika perusahaan besar bersedia beradaptasi maka perusahaan besar yang memiliki sumber daya yang besar juga akan dapat beradaptasi. Hal ini terlihat dari informasi yang diberikan oleh salah satu narasumber yang bekerja di sebuah perusahaan multinasional asing.

Temuan yang lain adalah pandemi ini merupakan kondisi yang dinamis. Kondisi bekerja dari rumah tidak selalu sama. Ada faktor psikologi yang melibatkan kenapa komunikasi antarindividu berkurang. Ketika seorang individu yang biasa berinteraksi tiap hari di kantor kini harus berinteraksi lewat media tertulis atau secara daring akan merasakan sesuatu yang hilang. Oleh karena itu, kondisi pekerja pada awal pandemi dan setelah mengalami pandemi beberapa lama akan tampak berbeda. Kondisi psikologis ini yang ke depannya perlu diteliti lebih lanjut terutama oleh yang memiliki latar belakang psikologi sehingga dapat menghubungkan dengan bagaimana orang berkomunikasi di saat pandemi. Salah satu narasumber mengatakan bahwa timbul kepasifan dari para pekerja semakin lama mereka melakukan kerja dari rumah. Kepasifan ini bukan berarti kepasifan dalam melakukan pekerjaan, tetapi lebih kepada aspek-aspek lain dari pekerjaan seperti dalam pertemuan dan tanya jawab. Walaupun pekerjaan secara formal dapat diselesaikan, tetapi tingkat inovasi yang berasal dari diskusi juga terancam akan turun dengan berkurangnya diskusi dari para pekerja.

Simpulan

Operasional bisnis bergantung pada komunikasi antarpemangku kepentingan di dalam dunia bisnis. Terdapat konsumen yang mengkomunikasikan kepentingannya dan perusahaan yang berusaha mengkomunikasikan produk dan jasanya. Perusahaan adalah organisasi yang terdiri atas sekumpulan orang. Sekumpulan orang tidak akan bisa bekerja sama jika tidak berkomunikasi. Komunikasi terdiri atas komunikasi verbal dan nonverbal. Keberadaan pandemi menjadi tantangan. Pekerja yang semula bekerja di perkantoran dan melakukan interaksi rutin secara intensif kini bekerja dari rumah karena himbuan pemerintah demi menjaga jarak sosial. Konsekuensi dari bekerja dari rumah adalah berkurangnya pertemuan tatap muka yang mengakibatkan berkurangnya komunikasi nonverbal. Kurangnya komunikasi nonverbal dalam berkomunikasi ternyata memberikan dampak terutama bagi perusahaan yang memiliki ritme kerja dengan menggunakan komunikasi non verbal. Penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan yang berhasil melalui pandemi ini adalah karena produknya dibutuhkan masyarakat. Contohnya, bidang kesehatan, perusahaan yang terkait dengan internet, atau perusahaan yang bisa beradaptasi dengan sistem kerja dari rumah. Adaptasi tersebut dilakukan dengan berusaha mendorong karyawan untuk berkomunikasi secara lebih ekspresif dengan berbagai saluran yang tersedia.

Metode penelitian dengan menggunakan metode pertanyaan mendalam memberikan keunggulan dalam hal menemukan perspektif baru dalam melihat masalah terutama dari sudut pandang pelaku. Pihak yang diwawancara bebas mengemukakan hal-hal yang dianggapnya penting. Berbeda dengan pendekatan pertanyaan tipe tertutup yang membuat peneliti telah lebih dulu menemukan perspektif dalam memandang suatu masalah. Namun

demikian, metode penelitian ini memiliki kelemahan. Kelemahan pertama adalah waktu yang diperlukan menjadi lebih panjang. Pewawancara perlu meluangkan waktu satu per satu mendengar pihak yang diwawancarai. Waktu wawancara tidak dapat diatur secara ketat misalnya satu narasumber dibatasi tiga puluh menit.

Tidak semua narasumber yang diwawancarai menceritakan objek penelitian. Ada narasumber yang menceritakan hal lain yang sama sekali tidak terkait dengan pertanyaan penanya. Oleh karena itu, hasil dari wawancara ini tidak dapat digunakan. Selain itu, ketika masalah yang dihadapi sama maka tidak terdapat tambahan informasi baru yang signifikan untuk dituliskan. Kelemahan lain adalah terbatasnya jangkauan wawancara. Wawancara mendalam perlu dilakukan melalui kontak langsung baik secara tatap muka maupun dengan bantuan sarana internet. Berbeda dengan kuisioner yang dapat disebarluaskan melalui berbagai media. Kelemahan yang lain adalah ketika pihak yang narasumber tidak memiliki kedekatan dengan peneliti membatasi kedalaman wawancara. Kedepannya hasil penelitian ini bisa diteliti ulang dengan menggunakan narasumber-narasumber yang berbeda dengan metode yang berbeda pula.

Daftar Rujukan

- Adanlawo, E. F., Reddy, M. M., & Rugbeer, H. (2021). *Intercultural Business Communication : The Implications of Language Barriers Intercultural Business Communication : The Implications of Language Barriers*. April 2022.
- Ali, B. J., Anwar, G., Gardi, B., Othman, B. J., Aziz, H. M., Ahmed, S. A., Hamza, P. A., Ismael, N. B., Sorguli, S., & Sabir, B. Y. (2021). Business Communication Strategies: Analysis of Internal Communication Processes. *Journal of Humanities and Education Development*, 3(3), 16–38. <https://doi.org/10.22161/jhed.3.3.4>
- Anggriani, I. (2021). Hubungan Komunikasi Dan Budaya Organisasi Dengan Kinerja Pegawai DPPKA Kota Bengkulu PENDAHULUAN Berbagai aktifitas yang dilakukan oleh manusia dalam menjalankan kehidupan membawa manusia menjadi makhluk yang memiliki peradaban paling tinggi jika dibanding. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 1, 495–505.
- Damaiyanti, D., Sanjaya, A., & Hetami, A. A. (2021). PENGARUH KOMUNIKASI ORGANISASI DAN DISIPLIN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA KEDAI KOPI KULO SAMARINDA. *E Journal Insuri Ponorogo*, 41(4), 245–256. <https://doi.org/10.1515/anly-2020-0014>
- Engel. (2014). Effectiveness of Student Communication. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 7, 239–250.
- Galanti, T., Guidetti, G., Mazzei, E., Zappalà, S., & Toscano, F. (2021). Work from home during the COVID-19 outbreak: The impact on employees remote work productivity, engagement, and stress. *Journal of Occupational and Environmental Medicine*, 63(7), E426–E432. <https://doi.org/10.1097/JOM.0000000000002236>
- Garrote Sanchez, D., Gomez Parra, N., Ozden, C., Rijkers, B., Viollaz, M., & Winkler, H. (2021). Who on Earth Can Work from Home? *World Bank Research Observer*, 36(1), 67–100. <https://doi.org/10.1093/wbro/lkab002>
- Hardcopf, R., Liu, G. (Jason), & Shah, R. (2021). Lean production and operational performance: The influence of organizational culture. *International Journal of Production Economics*, 235(March), 108060. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2021.108060>
- Iriantara, Y. (2020). Komunikasi Bisnis. *Business and Communication*, 18–22.
- Ivaschenko, A., Kolesnikova, E., Nikiforova, T., & Vasilieva, I. (2021). Business communication style as a factor in the design of a digital employee in education. *E3S Web of Conferences*, 273. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202127312057>
- Kross, E., Verduyn, P., Sheppes, G., Costello, C. K., Jonides, J., & Ybarra, O. (2021).
- Katz, I. R., Haras, C., & Blaszczyński, C. (2010). Does business writing require information literacy? *Business Communication Quarterly*, 73(2), 135–149.
- Social Media and Well-Being: Pitfalls, Progress, and Next Steps. *Trends in Cognitive Sciences*, 25(1), 55–66. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2020.10.005>
- Morsidi, S., Samah, N. A., Rahman, K. A. A., Ashari, Z. M., Jumaat, N. F., & Abdullah, A. H. (2021). WhatsApp

Volume: 8
Nomor: 2
Bulan: Mei
Tahun: 2022

E-ISSN: 2656-940X
P-ISSN: 2442-367X
URL: jurnal.ideaspublishing.co.id



- and Its Potential to Develop Communication Skills among University Students. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 15(23), 57–71. <https://doi.org/10.3991/ijim.v15i23.27243>
- Sahrudin. (2021). PENTINGNYA KEPEMIMPINAN DALAM MENINGKATKAN MUTU PADA SEBUAH ORGANISASI. *Jurnal Manajemen Pendidikan Uniska*, 1(1), 223–234.
- Tsao, S. F., Chen, H., Tisseverasinghe, T., Yang, Y., Li, L., & Butt, Z. A. (2021). What social media told us in the time of COVID-19: a scoping review. *The Lancet Digital Health*, 3(3), e175–e194. [https://doi.org/10.1016/S2589-7500\(20\)30315-0](https://doi.org/10.1016/S2589-7500(20)30315-0)
- Windi, P., & Mursid, M. C. (2021). Pentingnya Perilaku Organisasi dan Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis di Era Digital. *Jurnal Logistik Bisnis*, 11(02), 71–77. <https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/logistik/article/view/1563>