

ABSTRAK

Pandemi COVID-19 menciptakan banyak tantangan bagi keberlanjutan berbagai perusahaan, termasuk perusahaan-perusahaan di Indonesia. Setiap perusahaan terpengaruh melalui satu atau lain cara oleh wabah ini. Berdasarkan analisis isi terhadap 225 berita terpilih dari portal berita bisnis daring Indonesia yang dipublikasi dari bulan Mei hingga bulan November 2020, penelitian ini menganalisis berbagai respons strategis perusahaan-perusahaan di Indonesia terhadap pandemi COVID-19 serta mengidentifikasi pola pergeseran antar respons strategis yang terjadi. Respons strategis umum terhadap krisis tersebut meliputi penghematan, bertahan, berinovasi, dan keluar. Untuk memudahkan proses analisis data, penelitian ini menggunakan teknik peringkasan teks otomatis yang mampu mereduksi panjang teks berita dengan tetap mempertahankan informasi penting yang ada. Hasilnya menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan di Indonesia memiliki pendekatan yang beragam dalam mengimplementasikan respons strategis yang tersedia. Perusahaan-perusahaan ini tanpa terkecuali menjalankan salah satu atau kombinasi respons strategis tersebut secara berurutan dan/atau secara paralel sepanjang kurun waktu yang diteliti. Mayoritas dari mereka menjadikan bertahan sebagai respons tunggal. Di saat yang sama, kombinasi bertahan dan berinovasi menjadi kombinasi respons strategis yang paling banyak digunakan oleh perusahaan-perusahaan ini. Apabila dilihat berdasarkan sektor industrinya, respons bertahan juga menjadi respons strategis yang dominan diambil oleh tiap sektor yang ada. Meski demikian, terdapat sejumlah sektor yang lebih memilih berinovasi sebagai respons strategis utama mereka. Penelitian ini juga memberikan temuan awal untuk memperluas pengetahuan saat ini mengenai pola pergeseran antar respons strategis. Sejumlah pola pergeseran respons strategis perusahaan dari satu respons ke respons yang lain dapat teridentifikasi. Studi ini menunjukkan bahwa terlepas dari respons awal apa yang diambil, pada akhirnya mayoritas perusahaan-perusahaan di Indonesia cenderung bergeser untuk memilih bertahan dalam menghadapi pandemi COVID-19.

Kata kunci: manajemen strategis, respons strategis, COVID-19, krisis organisasional, peringkasan teks otomatis.

ABSTRACT

The COVID-19 pandemic creates many challenges for the sustainability of various companies, including companies in Indonesia. Every company is affected in one way or another by this outbreak. Based on the content analysis of 225 selected news items from Indonesian online business news portals published from May to November 2020, this study analyzes various strategic responses of companies in Indonesia to the COVID-19 pandemic and identifies the shifting patterns between strategic responses that have occurred. These general strategic responses to the crisis include retrenchment, persevering, innovating, and exit. To facilitate the data analysis process, this study uses an automatic text summarization technique that can reduce the length of the news text while maintaining the important information available. The results show that companies in Indonesia have multiple approaches in implementing the strategic responses available. These companies without exception carried out one or a combination of these strategic responses sequentially and/or parallel throughout the studied period. The majority of them choose to persevere as a single response. At the same time, the combination of persevering and innovating is the most utilized combination of strategic responses by these companies. When viewed based on the industrial sector, the persevering response is also the dominant strategic response taken by each existing sector. However, several sectors prefer innovating as their main strategic response. This study also provides preliminary findings to broaden current knowledge of the shifting patterns between strategic responses. Several shifting patterns of the company's strategic response from one response to another can be identified. This study shows that regardless of what initial response is taken, in the end, the majority of companies in Indonesia tend to shift to persevering in the face of the COVID-19 pandemic.

Keywords: strategic management, strategic responses, COVID-19, organizational crisis, automatic text summarization.