

Pemerintah mengemukakan perpanjangan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM) level 1, 2, 3, dan 4 di Jawa-Bali. PPKM diputuskan untuk diperpanjang hingga 13 September 2021.

Ada sejumlah daerah yang mengalami penurunan level PPKM salah satunya DIY yang turun dari PPKM level 4 ke level 3. Level DIY diturunkan karena angka *positivity rate* sudah mencapai 5%, *bed*

*occupancy rate* (BOR) atau keterisian tempat tidur di rumah sakit] sudah 30%, dan angka rata-rata tambahan kasus aktif turun drastis di bawah 300-an per hari.

Dalam perpanjangan PPKM, sejumlah aturan dilonggarkan seperti untuk makan di tempat (*dine-in*) dari 30 menit menjadi satu jam dengan kapasitas pengunjung 50% dari total kapasitas tempat makan.

Pemerintah akan melakukan uji coba pembukaan 20 tempat

## PPKM DIY Turun Level, Jangan Sampai Lengah

wisata di kota yang kini ada di Level 3 PPKM dengan penerapan protokol kesehatan ketat dan implementasi platform Peduli Lindungi.

Meski sudah dinyatakan turun level, warga tetap diminta untuk menahan diri dan tidak larut dalam euforia. Pasalnya, pada dasarnya, level 4 dan 3 memiliki aturan pembatasan yang hampir sama.

Warga wajib tetap patuh pada protokol kesehatan. Jangan hanya karena turun

level lalu berbondong-bondong bikin kerumunan. Tetap menjaga diri, berhati-hati. Di rumah saja jika tidak untuk kepentingan bekerja, atau kepentingan mendesak. Jangan malah euforia, nanti kasus bisa naik lagi.

Terlebih tren penurunan kasus Covid-19 belakangan ini belum menunjukkan wilayah Indonesia secara keseluruhan.

Itulah sebabnya, turun level dari 4 ke 3 jangan diartikan sebagai pelonggaran. Jangan diartikan sebagai kebebasan

untuk bisa ke mana-mana. Jangan diartikan sebagai alasan untuk melepas masker saat berkegiatan.

Selain itu, 3T atau *testing, tracing* dan *treatment* serta vaksinasi dengan cakupan tinggi tetap harus dipertahankan. Dengan begitu, pencegahan dan penanganan pun tetap optimal.

Begitu pula dengan skema penanganan, jangan dilakukan hanya dengan berbasis wilayah administrasi provinsi atau kabupaten, tetapi

lebih berbasis pada pola mobilitas masyarakat.

Betapun, protokol kesehatan tetap harus jadi hal utama karena virus Corona masih menjadi ancaman. Protokol kesehatan jangan sampai kendur. Jangan sampai ada serangan gelombang ketiga gara-gara turun level yang kemudian diikuti dengan prokes yang kendur. Banyak negara mengalami serangan susulan gara-gara mengendorkan prokes seperti Amerika Serikat, Inggris dan lainnya.

## Ritel Tradisional Tetap Eksis di Masa Pandemi



Sri Ekanti Sabardini  
Dosen STIM YKPN

Tepat 1 Agustus 2021 menjadi sejarah pamitnya Giant dari kompetisi ritel *offline* modern di Indonesia. Sebanyak 100 gerai Giant di Indonesia akhirnya tutup dengan 14.000 tenaga kerja menjadi terdampak. Penutupan ini tentu menyisakan pilu yang mendalam karena ribuan orang harus kehilangan pekerjaannya. Kasus ini menjadi bukti bahwa ritel sebesar Giant pun bisa terpuruk. Giant yang didukung dari manajemen Hero sejak 2002 sudah mulai menutup gerainya secara bertahap sejak 2015 (75 gerai), 2019 dan 2020.

Bukti lain yang menunjukkan bahwa ritel *offline* modern sekalipun bisa mengalami keterpurukan adalah dengan penutupan 75 gerai Matahari pada Juli 2020. Matahari juga menyatakan bahwa pada tahun 2020 telah mengalami kerugian sebanyak Rp823 miliar, meskipun pada tahun 2019 masih memperoleh laba sebesar 1.34 triliun. Hal ini menunjukkan bahwa perubahan terjadi dengan sangat cepat, khususnya penurunan drastis di industri ritel. Lalu bagaimana

kelanjutan nasib ritel *offline* di Indonesia

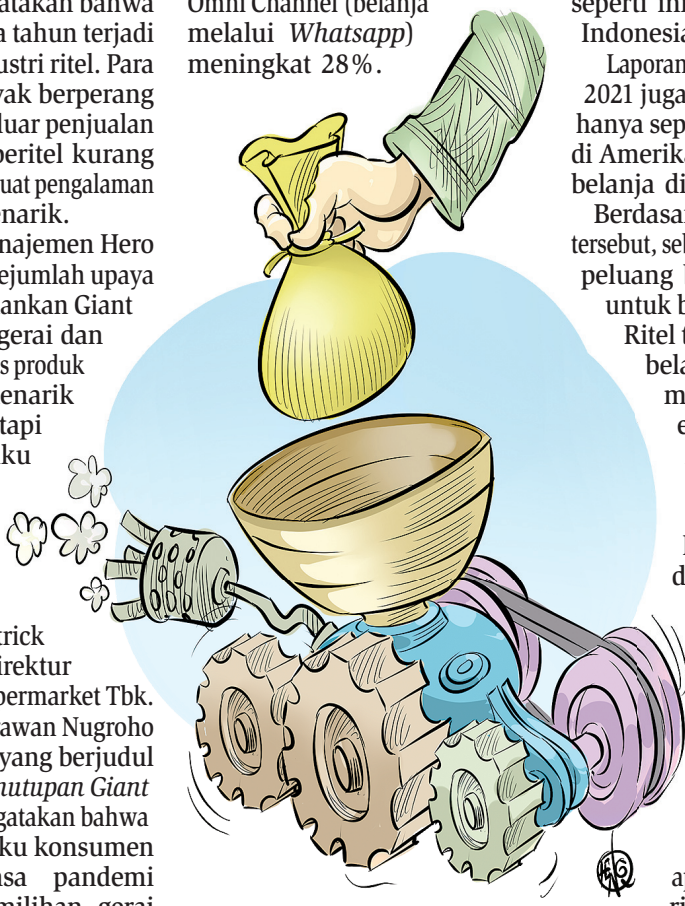
Younki Susilo, staf ahli Himpunan Peritel dan Penyewa Pusat Perbelanjaan Indonesia (Hippindo) mengatakan bahwa sudah sekitar lima tahun terjadi penurunan di industri ritel. Para peritel lebih banyak berperang melalui harga. Di luar penjualan produk *grocery*, peritel kurang pandai untuk membuat pengalaman belanja lebih menarik.

Sebenarnya manajemen Hero telah melakukan sejumlah upaya untuk mempertahankan Giant lewat perbaikan gerai dan peningkatan kualitas produk agar dapat menarik pelanggan, tetapi perubahan perilaku konsumen itu berrahat dan semakin cepat pada masa pandemi. Hal ini dikatakan oleh Patrick Lindvall selaku Direktur Utama PT Hero Supermarket Tbk.

Menurut Dr Indrawan Nugroho dalam artikelnya yang berjudul *Ulasan di Balik Penutupan Giant dan Matahari* mengatakan bahwa perubahan perilaku konsumen pada masa pandemi adalah pada pemilihan gerai yang lebih kecil, lebih dekat dengan tempat tinggal serta perkembangan teknologi juga mengubah perilaku masyarakat untuk menggunakan alat/gadget mereka untuk belanja secara *online*.

Menurut DX Trends *global retail industry* 2021 lebih dari sepertiga (34%) *retailer* kini menjual mayoritas produk dan

layanan melalui *online*. Sementara 2/3 percaya bahwa *online* dan *offline* semakin menyatu. Mc Kinsey Report melaporkan bahwa gaya belanja Omni Channel (belanja melalui *Whatsapp*) meningkat 28%.



*online* dari industri ritel mengalami peningkatan hingga 15%, walaupun hanya memberikan kontribusi kurang lebih 8% dari penjualan ritel seluruh Indonesia. Trend seperti ini tidak hanya ada di Indonesia.

Laporan Mc Kinsey Report April 2021 juga menyebutkan bahwa hanya sepertiga dari pelanggan di Amerika yang ingin kembali belanja di *shopping mall*.

Berdasarkan kasus dan data tersebut, sebenarnya dapat menjadi peluang bagi ritel tradisional untuk bangkit berbenah diri.

Ritel tradisional juga perlu belajar dari ritel yang mampu bertahan di era pandemi seperti Alfamart dan Indomaret. Keunggulan ritel tradisional adalah pada letaknya yang dekat dengan pemukiman/lokasi dekat dengan konsumen. Tantangan selanjutnya pada bagaimana pasar tradisional secara aktif melakukan adaptasi dengan perubahan perilaku konsumen tersebut. Lalu apa yang bisa dilakukan ritel tradisional?

Menyediakan penjualan secara *online* dan jasa *delivery* Peritel tradisional dapat memanfaatkan peluang dari perkembangan digital saat ini. Peritel tradisional dapat melakukan dengan pendekatan sederhana. Sebagai contoh dengan melakukan promosi dan penjualan dengan memanfaatkan media *Whatsapp chat*. Peritel

dapat mempromosikan toko dan menerima proses penjualan pada konsumen dan calon konsumen. Jika dalam jarak jauh, peritel dapat menyediakan jasa *delivery*. Peritel tradisional dapat mengambil pelajaran dari beberapa ritel yang dapat bertahan di masa pandemi.

Fresh Mart (Prima) mampu bertahan di era pandemi dengan menyediakan penjualan baik secara *offline* maupun *online* melalui *Whatsapp*.

Alfamart menggunakan aplikasi untuk belanja sehingga konsumen mudah melakukan belanja, bahkan gratis ongkir jika belanja sejumlah tertentu. Konsumen yang puas dengan sistem belanja ini menjadi sangat loyal pada ritel, dan bahkan saat pandemi berakhir mereka dapat menggunakan cara yang sama.

### Kebutuhan Konsumen

Peritel tradisional juga dapat mengambil peluang dengan mengenali kebutuhan konsumen. Peritel dapat mengumpulkan data pelanggan dan menggunakannya untuk membuat strategi pemasaran. Sebagai contoh, Ibu X selalu menggunakan sabun cuci R, sedangkan Ibu Y menggunakan sabun cuci S.

Daftar ini akan memudahkan ritel tradisional dalam belanja produk yang akan dijual dan mempromosikan pada pelanggan yang tepat. Produk yang tidak laku akan diminimalkan karena semua kebutuhan masyarakat pada wilayah tersebut sudah terpenuhi.

Selain itu, data pelanggan juga akan bermanfaat untuk

meneliti produk apa yang paling laku. Berdasarkan data tersebut, maka peritel dapat memberikan promosi berupa potongan harga pada produk tersebut.

Belajar dari Alfamart, pelanggan mulai menghapal bahwa di Alfamart roti tawar jumbo merek S harganya selalu dipotong 3.000, suatu jumlah yang cukup menarik hati bagi calon pembeli. Pelanggan juga menghapal bahwa sabun cuci piring merek M dan S selalu dipotong 25%, ini merupakan promosi yang menarik dan akan dibeli oleh konsumen karena Alfamart tahu dari catatan pelanggan bahwa produk tersebut sangat laku. Pada akhirnya, pelanggan akan selalu membeli produk itu dan akan membeli produk lainnya yang sedang dibutuhkan pelanggan. Promosi yang diberikan pada produk yang tepat sesuai perilaku konsumen akan memicu pembelian produk lainnya.

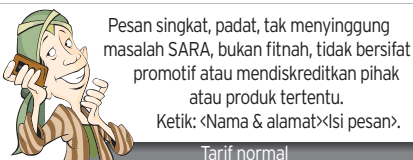
### Pembayaran Online

Salah satu dampak perkembangan teknologi juga pada kegiatan transaksi pembayaran. Oleh karena itu, peritel tradisional dapat memanfaatkan peluang tersebut dengan menerapkan sistem pembayaran transfer atau dengan *e-wallet*. Pembelian melalui *online* dan pembayaran *online* akan memberikan kemudahan bagi pelanggan.

Situasi pandemi telah membentuk sikap dan perilaku berbeda dari konsumen. Oleh karena itu, peritel tradisional perlu beradaptasi untuk menangkap situasi pandemi ini sebagai peluang ketimbang sebagai ancaman.

## Halo Jogja

081779991400



Pesan singkat, padat, tak menyinggung masalah SARA, bukan fitnah, tidak bersifat promotif atau mendiskreditkan pihak atau produk tertentu.  
Ketik: <Nama & alamat> <Isi pesan>.  
Tarif normal

Andini Arianti, Sleman, 0816775xxx

Lama tidak pulang ke Jogja. Apa kabar Daerah Istimewa Yogyakarta? Dengar-dengar levelnya turun ke level 3, siap-siap setelah ini dibanjiri wisatawan dan hati-hati kasus Covid-19 bisa naik lagi. Semoga semua tetap patuh prokes ya.



## POJOK

Pemda DIY menyiapkan uji coba pembukaan destinasi wisata  
**Semoga lancar**

Penyekatan ruas jalan di Kota Jogja tinggal dua titik  
**Siap-siap lebih ramai**

## CEK Fakta

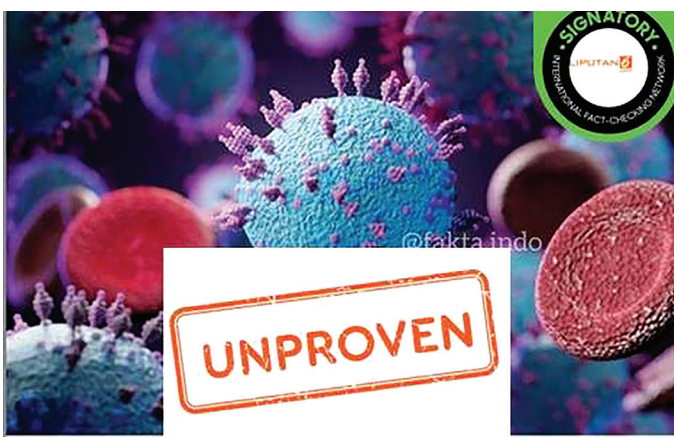
## Benarkan Varian Mu Kebal Vaksin?

Di media sosial beredar unggahan terkait dengan varian virus Covid-19 Mu yang disebut kebal vaksin. Unggahan itu ramai dibagikan akhir pekan lalu. Salah satunya ada di unggahan *Instagram* yang diunggah pada Minggu (5/9).

Dalam unggahannya, si pemilik akun mengunggah gambar dengan judul *Virus covid-19 varian baru 'Mu' disebut kebal vaksin*. Hingga kini unggahan tersebut sudah mendapat lebih dari 56.409 *likes*.

Selain itu unggahan tersebut juga disertai narasi *Organisasi Kesehatan Dunia WHO menemukan varian baru COVID-19, yakni Mu. Varian virus COVID-19 tersebut masuk daftar Variant of Interest dan kebal terhadap vak sin*.

"Seperti diketahui, varian MU kali pertama diidentifikasi di Kolombia dengan kode



### Virus covid-19 varian baru 'Mu' disebut kebal vaksin

Sumber gambar: liputan6.com

B.1.621. Virus ini ditengarai sudah menyebar ke 40 negara. Menurut *The Guardian*, varian Covid-19 MU memiliki sekelompok mutasi yang membuatnya kurang rentan terhadap perlindungan kekebalan tubuh dari vaksin Covid-19. (Kompas)," tulis si

pemilik akun.

Saat kebenaran klaim itu ditelusuri melalui *Google Search*, muncul artikel *Kompas.com* berjudul

*Waspada, Varian Virus Corona MU Kebal Vaksin* yang tayang 2 September 2021.

Dalam artikel tersebut, *The Guardian*, melaporkan pada Jumat (3/9), varian MU pertama kali diidentifikasi di Kolombia dan kodenya dikenal dengan B.1.621. Virus ini ditengarai sudah menyebar ke 39 negara. Berdasarkan hasil pemantauan WHO, virus Corona varian Mu ini kebal terhadap vaksin.

Menurut *The Guardian*, Mu memiliki sekelompok mutasi yang membuatnya kurang rentan terhadap perlindungan kekebalan tubuh dari vaksin Covid-19. Varian Covid-19 Mu ini memiliki sifat potensial untuk lolos dari kekebalan tubuh. Ini artinya bahwa Mu berpotensi kebal vaksin Covid-19. Namun demikian, potensi ini masih memerlukan penelitian lebih lanjut.

Selain itu, *Publith Health England* (PHE) yang juga ikut memantau varian Mu menyatakan bahwa varian ini belum menimbulkan

kekhawatiran seperti Alpha dan Delta yang digolongkan varian serius.

Terkait dengan hal itu, peneliti genomik molekuler, *Research Volunteer* di *Crowdfight Covid-19* di Inggris, Riza Putranto menegaskan bahwa WHO memutuskan mengawasi varian ini karena penelitian awal menunjukkan potensi penurunan netralisasi antibodi. Namun para ilmuwan dari *Virup Evolution Working Group* sepakat perlu dilanjutkan penelitiannya. "Prevalensi varian ini secara global terus menurun namun varian ini tetap diawasi karena perkembangannya konsisten di Ekuador dan Kolombia," ujar Riza, Senin (6/9).

Dengan begitu, bisa disimpulkan bahwa unggahan yang menyebut varian virus Covid-19 Mu kebal vaksin belum terbukti. Faktanya, WHO masih membutuhkan penelitian lebih lanjut untuk mengonfirmasinya. (*Liputan6*)

Pemimpin Redaksi/Penanggung Jawab: Anton Wahyu Prihartono.  
Redaktur Pelaksana: Nugroho Nurcahyo.

Dewan Redaksi: Ahmad Djauhar, Arief Budisusilo, Y. Bayu Widagdo, Suwarmin, Rini Yustiningsih.

Manajer Riset & Kesekretariatan: Putri Meridhita.

Redaktur: Arief Junianto, Bhekti Suryani, Budi Cahyana, Galih Eko Kurniawan, Laila Rochmatin, Maya Herawati, Mediani Dyah Natalia, Sugeng Pranyoto, Yudhi Kusdiyanto.

Reporter: Abdul Hamid Razak, Bernadetha Dian Saraswati, Catur Dwi Janati, David Kurniawan, Hafit Yudi Suprobo, Herlambang Jati Kusumo, Jumali, Lajeng Padmaratri, Lugas Subarkah, Nina Atlasari, Sirojul Khafid, Sunartono, Ujang Hasanudin, Yosef Leon Pinsker.

Fotografer: Desi Suryanto (koordinator), Gigih Mulistyio Hanafi.

Asisten Manajer Produksi: Muhammad Nurbawa Purna Yudha.

## Harian Jogja BERBUDAYA. MENGINSPIRASI. TERPERCAYA.

Penerbit PT Aksara Dinamika Jogja

Sertifikat Dewan Pers No: 205/DP-Terverifikasi/K/11/2018

Presiden Direktur: Arief Budisusilo.  
Direktur Bisnis: Anton Wahyu Prihartono.  
Direktur Keuangan dan Administrasi: Annisa Nurul Aini.  
General Manager Pemasaran: Sri Pujiningsih.  
Manajer Event: Eko Soetarmo  
Manajer Pengembangan Bisnis dan Sirkulasi: Wisnu Wardana.

Alamat Redaksi/Perusahaan: Jl. A.M. Sangaji 41 Jogja-Telp: 0274-583183 (Hunting)-Faks: 0274-564440. Iklan@harianjogja.com & Sirkulasi@harianjogja.com-  
Rekening Bank: PT Aksara Dinamika Jogja, Bank Mandiri cab. Katamso 137-000.583966-3-Tarif Iklan: Display BW 20.500/mmlk, FC 33.000/mmlk, kolom 11.500/mmlk, baris 7.000/baris, dukacita BW 10.000/mmlk, FC 13.000/mmlk, hal 1 FC bawah lipatan Rp 80.000/mmlk, Atas lipatan Rp 85.000/mmlk, creative ad BW Rp 26.500/mmlk, FC 42.000/mmlk-Percepatan: PT Solo Grafika Utama. Isi di luar tanggung jawab percetakan.

Dalam melaksanakan tugas jurnalistik, wartawan Harian Jogja dilengkapi identitas dan tidak diperbolehkan menerima pemberian dalam bentuk apapun.

Redaksi menerima artikel dari penulis. Artikel diketik dengan spasi ganda maksimal 6.000 karakter disertai riwayat hidup singkat penulis, foto diri penulis, nomor rekening bank, dan NPWP (jika ada). Kirimkan melalui email ke alamat *aspirasi@harianjogja.com*. Artikel harus orisinal dan tidak dikirimkan ke media massa lain. Setiap artikel yang dimuat merupakan pendapat pribadi penulis, mencerahkan publik, dan tidak mempertentangkan SARA. Artikel yang dimuat menjadi hak redaksi Harian Jogja dan dapat diterbitkan di media lain yang tergabung dalam grup *Jaringan Informasi Bisnis Indonesia (JIBI)*. Apabila lebih dari dua pekan tulisan tak dimuat, penulis berhak mengirimkan ke media lain. Sekretariat redaksi tidak melayani pembayaran honor secara langsung. Honor penulis akan dikirim melalui transfer bank.