

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL BAGI UMKM “CELENGAN RINDU
GYPSUM” DI ERA PANDEMI COVID 2020**

Umi Saida, Syamsul Aman, Rika Yuliastanti
STIE Mahardhika Surabaya
Email: syamsulurrahman5951@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan teknologi sekarang sangatlah maju didunia meningkat pesat dari hari kehari semua kegiatan orientasinya rata-rata berbasis internet,tidak dapat dipungkiri hadirnya internet semakin dibutuhkan didalam kehidupan masyarakat entah dalam kegiatan social, pendidikan, Bisnis, Kegiatan pasar. Hal ini dipengeruhi oleh berbagai macam factor mulai dari perluasan internet, handphone yang makin canggih , munculnya berbagai macam media social, serta munculnya berbagai macam ecommerce, serta makin banyak masyarakat yang paham akan penggunaannya. Kegiatan ini merubah pola pemikiran para pengusaha yang dari pasar tradisional ke pasar modern apalagi dimasa pandemic covid-19 seperti sekarang. pasar modern sangatlah dibutuhkan di era pandemic covid-19 karena para pelaku usaha bisa menjualkan produk mereka lewat media sosial, dengan begini maka para pelaku usaha akan sangat mudah mempromosikan usahanya lewat media sosial dan dampak dari pemasaran lewat media social sangat luas bisa saja sampai ke pasar dunia. dengan adanya kemajuan teknologi digital diharapkan para kegiatan usaha yang dilakukan mendapatkan keuntungan apalagi dimasa pandemic seperti media sosial sangatlah dibutuhkan karena dengan berjualan atau promosi lewat media sosial bisa menstabilkan dan meminimalisir biaya pengeluaran pada usaha para pelaku usaha contohnya dengan menyewa stand, dengan adanya promosi para pelaku usaha bisa memanfaatkannya tanpa menyewa stand tinggal mengikuti perkembangan media social agar tidak tertinggal apa yang lagi digemari para masyarakat

Kata kunci : Media Sosial,Teknologi,Pandemi

PENDAHULUAN

Latar Belakang Penelitian

Pandemi covid 19 memiliki dampak besar terhadap segala aspek dan sektor

dikehidupan masyarakat terutama pada sektor ekonomi. menteri keuangan srimulyani mengatakan ada 3 dampak besar ekonomi pada pandemi covid

19.pertama berdampak pada konsumsi rumah tangga atau daya beli masyarakat yang jatuh. kedua investasi ikut melemah ditengah ketidak pastian pandemi covid 19. dan ketiga pelemahan ekonomi seluruh dunia yang membuat ekspor indonesia terhenti. dikarenakan menurunnya kegiatan masyarakat diluar rumah,maka secara otomatis juga menimbulkan penurunan jumlah pembeli pada suatu usaha. sehingga pendapatan yang diperoleh menjadi berkurang. dampak tersebut tidak hanya dirasakan oleh industri besar, pandemi virus corona juga memberikan dampak terhadap pelaku usaha mikro,kecil,dan menengah(umkm). Dijaman sekarang dengan perkembangan teknologi dan komunikasi yang semakin canggih, pemilihan penggunaan pemasaran melalui media sosial menjadi pilihan utama yang dilakukan oleh pelaku usaha, sekarang ini media sosial telah menjadi pilar utama dalam penyampaian informasi. Salah satu kelebihan media sosial adalah memiliki banyak potensi untuk kemajuan suatu usaha. Media sosial dapat digunakan untuk melakukan komunikasi dalam bisnis,membantu pemasaran produk dan jasa, berkomunikasi dengan pelanggan dan pemasok, melengkapi merk,mengurangi biaya dan untuk penjualan online.

Pada era digital media sosial saat ini menjadi trend dalam komunikasi pemasaran. Media sosial adalah sebuah media online,dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi berbagi dan menciptakan isi meliputi blog,jejaring sosial ,dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat diseluruh dunia. Ada beberapa media sosial yang sangat booming saat ini antara lain whatsapp,instagram,twitter,line,telegm ,fecebook, youtube, dan lain-lain. seseorang pasti memiliki motivasi dalam menggunakan media sosial.sekedar untuk berkomunikasi dengan orang lain,untuk mencari tahu perkembangan sesuatu ,untuk berbagi. Untuk promosi lewat media social dampaknya sangat baik para pelaku usaha khususnya usaha “Celengan Rindu Gypsum” para konsumen tidak perlu keluar untuk memesan tinggal duduk dirumah memesan apa yang diinginkan dan barang dikirim lewat kurir. Sangat simple untuk pemesanan maka dari itu “Celengan Rindu Gypsum” lebih mengutamakan promosi lewat sosial media dikarenakan keadaan lagi pandemi tidak memungkinkan para konsomen keluar rumah.

Tujuan Penelitian

Tujuan ini diharapkan memberikan pemahaman bagi para pelaku usaha baik

dari kalangan atas, menengah dan yang bawah untuk menghadapi usaha mereka dimasa pandemic ini bukan berarti mereka harus berhenti berusaha karena pemerintahan membatasi seluruh kegiatan yang menyangkut keramaian dan lebih menghimbaukan para warga untuk tetap stay di rumah. Para pelaku usaha harus memutar otak bagaimana untuk tetap melanjutkan usahanya walau dimasa pandemic yang susah untuk menjualkan produknya dipasar. Dengan adanya sosial media jalan satu satunya untuk mempromosikan usaha mereka lewat media sosial dengan begitu usaha mereka tetap bisa diatasi dengan konsumen tetap stay home dan dapat memesan produk mereka yang hanya mengandalkan handphone. Para pelaku usaha pun juga sangat hemat dalam pengeluaran biaya sewa stan arena pada waktu para usaha menjualkan produk dengan offline, jika mereka melakukan lewat online maka memproduksi lewat rumah pun bisa.

Urgensi Penelitian

Program Kreatifitas Mahasiswa ini sangat membantu para mahasiswa untuk memperoleh pengalaman mengembangkan usaha baik itu secara online maupun offline. Dimasa pandemic seperti ini usaha pendapatan relatif menurun dengan adanya pemikiran inovatif dari mahasiswa bisa

mengaplikasikan pelajaran yang didapat untuk membantu para pelaku usaha yang terkena dampak pandemic covid-19 untuk menstabilkan pendapatan para pelaku usaha agar tidak sampai terjadi gulung tikar.

TINJAUAN PUSTAKA

Ditengah Pandemi saat ini, pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) harus berfikir keras dalam menjalankan usahanya. Pemanfaatan teknologi yang dibarengi dengan pemasaran produk lewat media social menjadi solusinya. Survei yang dilakukan Asosiasi Penyedia Layanan Internet Indonesia (PJII) pada 2018, menginformasikan masyarakatan Indonesia yang terhubung dengan internet bertambah, dari 143,26 jiwa menjadi 171,17 juta orang di tahun 2019.

Pandemic covid-19 ini menyebabkan adanya pergeseran dan perubahan pola pembelian konsumen meskipun sudah ada penjualan Online, namun konsumen tetap banyak yang membeli produk secara langsung ke Toko atau pusat pembelanjaan. Namun sekarang ini para konsumen terbatas untuk melakukan kegiatan dikarenakan ada peraturan dari pemerintah untuk menerapkan Social Distancing langkah pencegahan dan pengendalian infeksi

virus corona dengan membatasi orang kunjungan ke tempat keramaian dan kontak langsung dengan orang lain.

Selain melakukan perdagangan e-commerce pelaku UMKM juga dituntut untuk dapat mengkomunikasikan produk secara insentif dengan melakukan pemasaran produk konsumennya dengan memanfaatkan media sosial bagi promosi produk untuk konsumen. Media sosial dapat membantu perusahaan atau pelaku usaha dalam mempromosikan dan membesarkan produk dan jasa mereka dan mampu memperluas pasar baru yang sebelumnya tertutup atau terbatas adanya .

Inovasi dalam Bisnis

Inovasi sangat dibutuhkan dalam melakukan Bisnis karena para pelaku usaha harus update soal produk yang mereka jual seperti "Celengan Rindu Gypsum" melakukan inovasi baru yaitu menciptakan celengan yang bukan monoton berbentuk kotak, bulat atau yang lainnya. Mereka menciptakan dengan berbagai karakter agar diminati oleh konsumen terutama anak-anak. dan juga menciptakan celengan yang non color agar para konsumen bisa berkreasi sendiri dang mengecat apa yang diinginkan. "Celengan Rindu Gypsum" memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan usaha para pelaku usaha agar usaha mereka tetap stabil

berinovasi untuk promosi ke sosial media agar produk celengannya meluas dan banyak yang berminat apalagi dimasa pandemic seperti sangat susah sekali warga untuk keluar dengan adanya sosial media dimanfaatkan untuk menjualkan produk dan promosi.

Promosi

Promosi adalah alat komunikasi yang efektif dan efisien dikatakan efektif dan efisien karena dampak dari promosi tersendiri sangatlah menguntungkan bagi para pengusaha khususnya pengusaha yang tidak mempunyai stan. Peran sebagai promosi dalam pemasaran yaitu untuk membangun kesadaran terhadap produk yang ditawarkan, dan menambah pengetahuan konsumen untuk membujuk konsomen agar tertarik dengan produk yang dijualkan.

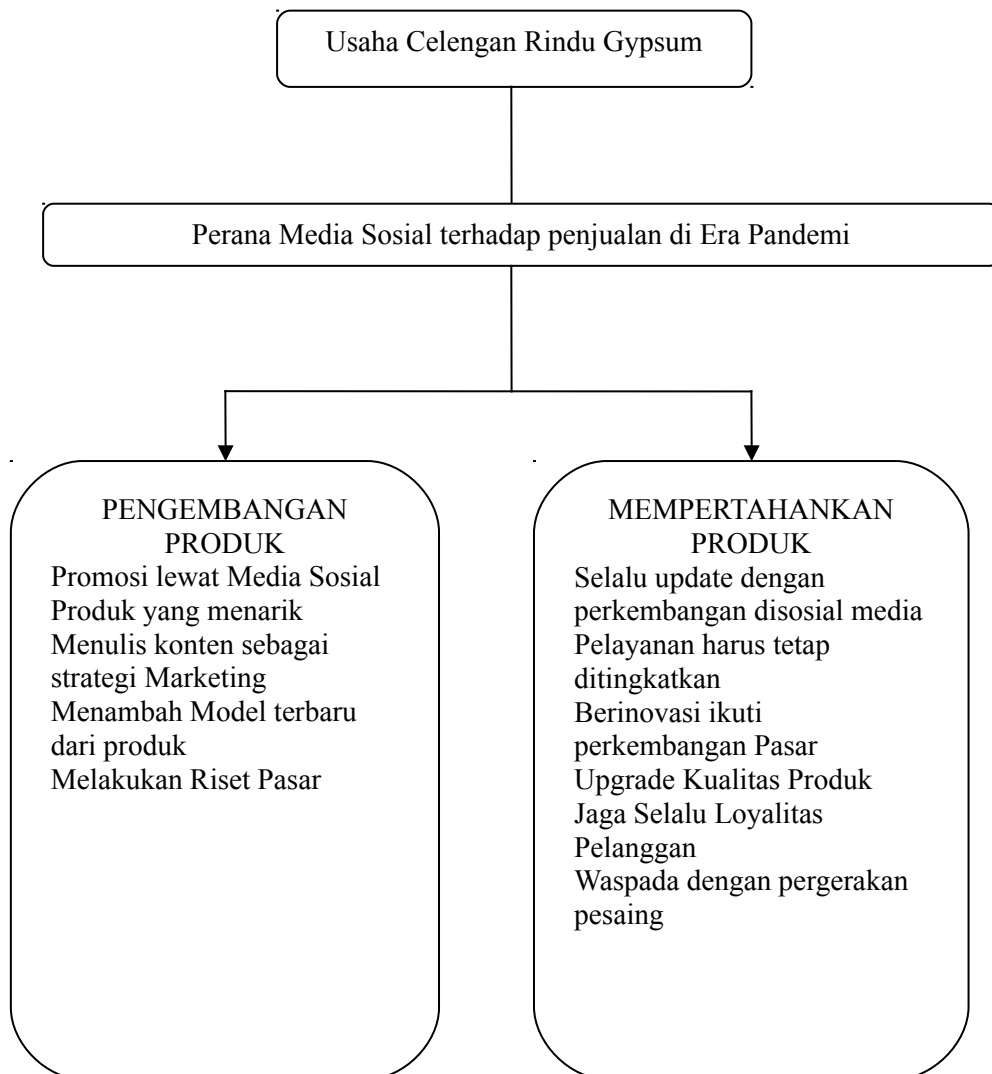
KERANGKA BERFIKIR

Para pelaku usaha saat ini sangat diuji oleh keadaan pandemic dimana semua serba dibatasi oleh pemerintah entah dari kegiatan ekspor impor, menutup pasar atau tempat - tempat yang keramaian dengan begini para usaha harus berfikir keras dengan

tidak mengalami penurunan dalam pendapatan para pelaku usaha.

Kerangka Berfikir pengarus social media dimasa pandemic covid 19 untuk mempertahankan usaha.

Kerangka Berfikir pengarus social media dimasa pandemic covid 19 untuk mempertahankan usaha



METODE ANALISA DATA

Jenis Penelitian Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif metode deskriptif adalah metode yang di gunakan dalam penelitian dengan

menggunakan pendekatan kualitatif, tempat penelitiannya di lakukan di jalan manyar, Surabaya. Peneliti mengumpulkan dan mendeskripsikan semua fenomenafenomena yang terjadi akibat covid-19 dan dampaknya

terhadap bisnis UMKM yang ada di Indonesia. Selain itu, karena keterbatasan waktu dan materi terkait penelitian ini, penulis mengumpulkan beberapa artikel yang terkait kemudian mengambil kesimpulan dari beberapa artikel tersebut. Waktu penelitian berlangsung sekitar tiga bulan yaitu antara bulan september hingga November tahun 2020.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi pemasaran yang dilakukan UMKM „celengan rindu gypsum“ dalam memasarkan produknya yaitu dengan menggunakan perumusan strategi pemasaran yang bermula dari strategi segmentasi pasar (segmentation), strategi penentuan pasar (targeting), dan strategi posisi pasar (positioning), selain itu juga dengan mengembangkan bauran pemasaran (marketing mix). Dengan adanya kasus virus Covid-19 yang telah menyebar di seluruh dunia. Dengan cepatnya penyebaran Covid-19, dampak perlambatan ekonomi global mulai dirasakan di dalam negeri. Dan untuk penjualan system online di karenakan memfokuskan lewat media sosial dan mengurangi penyebaran covid-19, metode ini menggunakan kuantitatif. Sosial media sangatlah berpengaruh bagi para pelaku usaha khususnya di era

pandemic seperti ini dikarenakan dampak dari promosi lewat media social bisa menguntungkan para pelaku usaha. Lewat Media Sosial bisa menulis blog di situs –situs komunitas secara menarik seperti di Facebook, Instagram, Shopee,Whatsapp dengan hanya memposting prroduk. marketing ini sangat mudah dan yang paling murah dan efektif. Melakukan Riset Pasar ini sangat penting agar usaha yang sudah dibangun tidak kalah saing dengan para pengusaha lainnya, dengan melakukan riset pasar maka tau apa yang dibutuhkan dan diinginkan konsomen dan juga mengetahui apa yang lagi trend masa kini.

PENUTUP

Kesimpulan

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Pengaruh media social di era pandemic covid 19 sangatlah membantu bagi pelaku usaha, dengan adanya media social maka para pelaku usaha bisa memanfaatkan penjualan produk tanpa membayar sewa lapak. Promosi lewat media social keuntungannya banyak jangkaun promosinya sangatlah luas bisa dikenal di beberapa daerah entah itu antar kota, antar provinsi, atau antar Negara, memudahkan dalam memberikan Feedback secara langsung,

mengembangkan Target pasar selangkah lebih maju dari kompetitor dengan demikian para pelaku usaha memulai untuk mengembangkan konten yang relevan dengan target audiens dan mendapatkan klien dengan menggunakan media social.

Saran

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Pengaruh media social di era pandemic covid 19 sangatlah membantu bagi pelaku usaha, dengan adanya media social maka para pelaku usaha bisa memanfaatkan penjualan produk tanpa membayar sewa lapak promosi lewat media social keuntungannya sangatlah banyak jangkauan promosinya sangatlah luas bisa dikenal di beberapa daerah entah itu antar kota, antar provinsi, atau antar Negara, memudahkan dalam memberikan Feedback secara langsung, mengembangkan Target pasar selangkah lebih maju dari kompetitor dengan demikian para pelaku usaha memulai untuk mengembangkan konten yang relevan dengan target audiens dan mendapatkan klien dengan menggunakan media social.

DAFTAR PUSTAKA

Zainal Abidin Achmad dan Setiyanti, O.
The Effectiveness of Use

of Soundcloud Application for Promoting Pop Punk Songs and Music. Bali International Seminar on Science and Technology, Desember 7 2012

<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikebaca/12773/>

[Memahami Metode Penelitian Kualitatif.html](#)

<https://inet.detik.com/business/5108136/ketika-media-sosial-bisadatangkancuan-ditengahpandemi>

<https://hbr.org/2020/03/whatcoronaviruscouldmean-for-the-global>

<https://www.travelweekly.com/TravelNws/TravelAgentIssues/OxfordEconomicpredicts-rapideconomicrecover>

<https://www.pikiranrakyat.com/ekonomi/pr01379615/1785koperasidan163713umkmterdampakpandemicovid-19>

https://www.ubaya.ac.id/2018/ontent/articles_detail/289/Covid-19Memuluskan-Era- Revolusi-Industri-4-0.htm

[https://www.kompasiana.com/hafidfikri/
5deddb4ad541df783340ea82/](https://www.kompasiana.com/hafidfikri/5deddb4ad541df783340ea82/)