

## Pemanfaatan Sosial Media Marketing Disaat Pandemi Terhadap Pedagang Di Area Padang Sambian

*Utilization of Social Media Marketing During a Pandemic Against Merchant in the Padang Sambain Area*

David Soetrisno <sup>1\*</sup>, I G N. Nyoman Wisnantara <sup>2</sup>

<sup>1</sup> Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Pendidikan Nasional Denpasar

<sup>2</sup> Fakultas Teknik dan Informatika, Universitas Pendidikan Nasional Denpasar

\*[davidseotrisno@gmail.com](mailto:davidseotrisno@gmail.com)

### ABSTRAK

Permasalahan sampah di Jember membutuhkan penanganan serius. Pola konsumsi masyarakat dan banyaknya jumlah penduduk berkontribusi meningkatkan volume sampah. Pengelolaan sampah yang salah berdampak pada memburuknya sanitasi lingkungan. sanitasi yang buruk akan menimbulkan penyakit infeksi dan masalah kekurangan gizi. Keberadaan sampah rumah tangga memang tidak dapat dihindarkan sehingga membutuhkan alternatif pengelolaan sampah seperti kompos dan ecobrick. Masyarakat desa Kemuning Lor, Jember belum terbiasa memilah dan mengolah sampah rumah tangga. Kebanyakan masih membuang sampah di pekarangan rumah, ke sungai atau dibakar yang sisa pembakarannya dapat mencemari lingkungan. Oleh karena itu, masyarakat memerlukan edukasi tentang pengelolaan sampah dalam skala rumah tangga sehingga dapat mengurangi jumlah sampah. Permasalahan mitra yaitu belum adanya upaya pengelolaan sampah secara mandiri di rumah, belum adanya kesadaran mengelola sampah dengan bijak dan ketidaktahuan cara mendaur ulang sampah menjadi kompos dan kerajinan ecobrick. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mensosialisasikan konsep *zero waste*. serta memberikan pelatihan pembuatan kompos dan ecobrick. Metode pelaksanaannya dengan ceramah, demonstrasi, praktik dan pendampingan. Mitra kegiatan yaitu Ibu-Ibu PKK desa Kemuning Lor. Hasil kegiatan ini, ibu-ibu PKK mampu memanfaatkan kembali sampah untuk dibuat menjadi kompos dan ecobrick. Luaran kegiatan yang diberikan kepada mitra berupa leaflet dan video cara pembuatan kompos dan ecobrick

**Kata kunci** — *Ecobrick, Kemuning Lor Jember, Kompos, Sampah Rumah Tangga*

### ABSTRACT

*The waste problem in Jember requires serious handling. Incorrect waste management has an impact on the deterioration of environmental sanitation. Poor sanitation will lead to infectious diseases and malnutrition problems. The existence of household waste cannot be avoided, so it requires alternative waste management such as compost and ecobricks. The people of Kemuning Lor still throw garbage in the yard of the house, into the river or burned. Therefore, the community needs education about waste management on a household scale so that it can reduce the amount of waste. Partner problems are the absence of independent waste management efforts at home, lack of awareness of managing waste wisely and ignorance of how to recycle waste into compost and ecobrick crafts. This community aims to socialize the concept of zero waste and provide training in making compost and ecobricks. The method of implementation is through lectures, demonstrations, practice and mentoring. The activity partners are PKK women in Kemuning Lor village. As a result of this activity, PKK women were able to reuse waste to make compost and ecobricks. The output of the activities given to partners is in the form of leaflets and videos on how to make compost and ecobricks.*

**Keywords** — *Compost, Ecobricks, Kemuning Lor Village, Household Waste, Waste Management*

 OPEN ACCESS

© 2022. Zora Olivia, Nita Maria Rosiana, Arinda Lironika Suryana



[Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)  
[Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

## 1. Pendahuluan

Saat ini sedang terjadi Pandemi Covid-19 secara global, sudah dipastikan akan berdampak besar terhadap bermacam sector, yang pasti pada sektor ekonomi. Dampak yang dirasakan di perekonomian ini terjadi pada skala besar / global. Hal ini tentu saja memiliki dampak yang berpengaruh terhadap pariwisata, sektor perdagangan, industri termasuk Pelaku UMKM. Kita bisa lihat sendiri, dampak dari Covid-19 ini, yaitu pemberhentian para pekerja, terjadi penutupan beberapa usaha yang berdampak kepada dirumahnya karyawan. Pandemi covid-19 ini sangat mempengaruhi perekonomian UMKM, dikarenakan berpengaruh besar dalam gangguan bisnis, karena seringnya berhubungan langsung dengan pariwisata, transportasi dan industri kuliner yang memerlukan supplier yang cepat yang semuanya terdampak secara langsung oleh covid-19.

Dengan terjadinya Pandemi covid-19, maka dikeluarkanlah PP Nomor 21 tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dengan maksud ingin membatasi orang – orang dan mengharuskan masyarakat jika tidak ada keperluan mendesak diharapkan untuk berdiam diri dirumah.

Hal ini juga berdampak besar terhadap terbatasnya operasional UMKM dan berkurangnya konsumen yang berbelanja secara offline atau langsung ke tempat penjual. Dengan ini, Pelaku Usaha dapat menyesuaikan diri dengan membuka toko online/ berjualan melalui e-commerce. Ecommerce merupakan sistem penjualan, pembelian dan memasarkan produk dengan memanfaatkan media social atau elektronik

Pelaku UMKM juga harus bisa memasarkan produk mereka melalui pemasaran digital untuk memanfaatkan media sosial supaya dapat menjangkau

konsumennya secara langsung dan yang lebih penting, tentunya dapat menekan biaya promosi. Digital marketing merupakan pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan akses internet, memanfaatkan social media. Digital Marketing membantu perusahaan atau pelaku usaha dalam mempromosikan dan memasarkan produk dan jasa mereka dan mampu memperluas pasar baru.

Penelitian ini dilakukan untuk dapat menjawab apa yang dapat dilakukan para pelaku UMKM supaya bisa mempertahankan bisnis mereka di tengah Pandemi covid-19 yang sedang terjadi. Penelitian ini juga bertujuan untuk apa saja strategi bertahan yang harus dilakukan oleh pelaku UMKM sehingga mereka mampu terus bertahan ditengah pandemic Covid-19 yang sedang terjadi.

## 2. Metodologi

Jenis Penelitian menggunakan metode kualitatif. Penelitian kualitatif adalah jenis metode penelitian yang paling tepat dalam menangkap persepsi manusia dengan kontak langsung dan pikiran terbuka serta lewat proses induktif dan interaksi simbolik manusia bisa mengenal dan mengerti sesuatu. Penelitian dilakukan di Denpasar dengan objek penelitian berupa UMKM. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi dengan langkah eksploratif yaitu melakukan salah satu teknik pengumpulan data kualitatif yang dianjurkan untuk mendapatkan data-data deskriptif (Gunawan, 2017). Sumber data yang digunakan adalah data primer berupa hasil observasi dan data sekunder yang berupa data yang dikumpulkan, diolah dan disajikan oleh pihak lain berupa buku-buku dan hasil penelitian terdahulu terkait UMKM. Setelah melakukan observasi dan melakukan kajian dokumen yang ada, maka akan



dilakukan analisa data lapangan yang dihubungkan dengan teori, pendapat para ahli dan hasil penelitian terdahulu. Selanjutnya akan di abstraksi menjadi hasil temuan penelitian dan mengeluarkan rekomendasi hasil penelitian yang dapat diadopsi oleh UMKM.

### 3. Pembahasan

Berdasarkan dari hasil observasi, rata-rata UMKM di sekitar daerah padang sambian merasakan penurunan omset yang cukup besar selama pandemic covid-19. Hal ini terjadi karena mulai berkurangnya aktivitas yang dilakukan diluar rumah, serta mulai turunnya kepercayaan masyarakat terhadap produk yang ada di luar terutama bidang kuliner, karena penyebaran virus tersebut bisa melalui udara. UMKM adalah salah satu penopang perekonomian karena juga banyak menyediakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat, dengan adanya covid-19 ini, juga mulai ada yang melakukan pemberhentian atau merumahkan karyawan sementara karena perusahaan / usaha mereka harus tutup sementara waktu.

#### A. E-Commerce

Pandemi Covid-19 ini membuat semua omset para pedagang menjadi turun, semua itu terjadi karena pola hidup masyarakat sekarang yang lebih banyak berdiam dirumah karena himbuan pemerintah. Tidak sedikit juga UMKM yang memilih untuk tidak membuka toko atau usaha mereka karena adanya pembatasan jam operasional atau pemberlakuan PSBB di beberapa tempat dan daerah. Para pelaku UMKM harus bisa memikirkan jalan lain untuk memasarkan produk – produknya, salah satunya adalah dengan cara memanfaatkan penjualan E-commerce. E-commerce merupakan suatu proses membeli dan menjual produk-produk secara *online* / dalam jaringan oleh konsumen dan dari perusahaan menuju perusahaan dengan

menggunakan computer atau ponsel pintar sebagai perantara transaksi bisnis. E-commerce sangat berpengaruh positif dan signifikan dalam meningkatkan pendapatan UMKM.

Di Era revolusi industri 4.0 yang sudah modern ini, para pelaku usaha seharusnya memang sudah bergerak ke perdagangan secara e-commerce karena pola perdagangan dan pembelian dari konsumen yang lebih mudah dan dapat dilakukan dimana saja, ditambah lagi adanya pandemi covid-19 yang menjadikan perdagangan e-commerce sudah menjadi satu satunya pilihan untuk para pelaku UMKM agar bisa tetap bertahan, bahkan bisa meraih pangsa pasar yang baru.

Tujuan utama dari penggunaan e-commerce oleh pelaku UMKM adalah untuk dapat meningkatkan keuntungan mereka, selain itu, para pelaku UMKM juga dapat menjangkau pangsa pasar yang lebih besar juga, dengan adanya e-commerce dapat menjangkau konsumen baru yang bahkan terdapat di luar daerah tersebut. Para pelaku UMKM tidak hanya dapat menjadikan e-commerce sebagai media berjualan, namunbisa juga untuk membangun relasi dan menggunakan system pemasaran yang lebih efektif. Pelaku UMKM juga dapat melihat dan melakukan observasi penjualan yang dilakukan oleh pesaing dan bisa memodifikasinya

#### B. Digital Marketing

Pandemi covid-19 yang sedang dialami di Indonesia khususnya, banyak penurunan omset yang dirasakan oleh pelaku UMKM. Dikarenakan berkurangnya konsumen di sector dan industry, maka pelaku UMKM mau tidak mau harus berpikir kreatif dan tentunya inovatif. Sudah pasti para pelaku UMKM memanfaatkan Penggunaan internet pada masa pandemi covid-19 Dalam menjalankan bisnis,



tentunya para pelaku UMKM harus bergelut dibidang digital marketing. Di era digital yang berkembang sangat pesat ini yang tidak mungkin dihindari. Itu bisa jadi salah satu cara untuk para pelaku UMKM untuk bertahan dengan memaksimalkan pemanfaatan perkembangan digital

[5]<http://ejournal.ubharajaya.ac.id/index.php/JSTPM/article/view/255>

Pemasaran secara digital yang sering dilakukan oleh pelaku UMKM adalah dengan menggunakan media sosial seperti instagram, facebook, dan lainnya. Selain itu pemasaran digital juga bisa dilakukan pada e-commerce seperti Tokopedia dan banyak media lainnya. Perkembangan teknologi yang semakin pesat juga menjadikan digital marketing harus dapat dipahami dan dipelajari oleh UMKM.

#### **4. Kesimpulan**

Pandemi Covid-19 yang sedang terjadi di Indonesia mengakibatkan dampak yang luas kepada perekonomian para pelaku UMKM. Penurunan omset dan sepi masyarakat yang diakibatkan oleh penerapan Peraturan Pemerintah yaitu PSBB, sehingga tidak sedikit juga UMKM yang harus menutup usahanya sementara waktu dan bahkan ada juga yang sampai gulung tikar. Untuk itu, para pelaku UMKM harus melakukan strategi seperti pemasaran lewat media social dan e-commerce untuk dapat bertahan di tengah pandemic yang sedang terjadi ini

#### **5. Daftar Pustaka**

- [1] Imam Gunawan, S. M. (2017). Metode Penelitian Kualitatif Teori dan. Praktik. Jakarta: Bumi Aksara.
- [2]<https://ejournal.umri.ac.id/index.php/jae/article/view/1934/1223>
- [3] <https://journal.uin.ac.id/index.php/jurnal-komunikasi/article/download/6471/5830>
- [4]<https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/alidarah/article/download/1663/pdf>

