

ANALISIS TINGKAT HASIL PENJUALAN PERSPEKTIF DAMPAK PENGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN PEMASARAN PRODUK PADA USAHA MASKER DI ERA INDUSTRI 4.0

Bhisma Yudha Wiranta
Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Jombang
Email : bhisayudhaw581@gmail.com

Abstract: Globalization is an era of developing technology, the impact of technology brings changes in various sectors, especially human behavior in implementing entrepreneurship programs. In this digital era, social media is very influential for UMKM to develop their business, especially during a pandemic like this where everyone is prohibited from leaving the house. With the existence of social media, the community can easily and quickly obtain information so that it is widely used by small UMKM entrepreneurs because of the affordable cost. As did several Universitas PGRI Jombang students who started selling masks during the COVID-19 pandemic. Students deliberately sell masks in these situations where people consider masks to be one of the basic needs that must be met. The students also began to offer their selling products to various circles of society and were promoted through their personal social media.

For this reason, in this study the author wanted to find out how useful social media was in the mask business run by several Universitas Jombang students. The approach used in this research is a qualitative descriptive approach. The principle of this research is to explain, critically describe or describe the phenomenon of interaction in a society with the aim of seeking and finding meaning in the real context. This study aims to describe how the Covid-19 pandemic phenomenon that occurred in Indonesia can have an impact on daily life, one of which is the obligation to wear masks during the COVID-19 pandemic. So that we get the results that the existence of social media as a means of marketing masks is very beneficial for some Universitas PGRI Jombang students who sell masks, especially during the covid-19 pandemic that is spreading

Keywords: social media, marketing

Abstrak: Globalisasi merupakan era teknologi berkembang, dampak teknologi membawa perubahan di berbagai sektoral, khususnya perilaku manusia dalam menerapkan program kewirausahaan. Di era digital seperti ini media sosial sangat berpengaruh bagi UMKM untuk mengembangkan bisnisnya apa lagi di masa pandemi seperti ini yang dimana semua orang dilarang untuk keluar rumah. Dengan adanya media sosial masyarakat dapat dengan mudah dan cepat untuk memperoleh informasi sehingga banyak dimanfaatkan oleh pengusaha kecil UMKM karena biaya yang terjangkau. Seperti halnya yang dilakukan beberapa mahasiswa Universitas PGRI Jombang yang memulai berjualan masker dimasa pandemi covid-19. Mahasiswa sengaja menjual masker pada situasi tersebut dimana masyarakat menganggap masker menjadi salah satu kebutuhan pokok yang wajib dipenuhi. Para mahasiswa tersebut pun mulai menawarkan produk jualannya kepada berbagai kalangan masyarakat dan dipromosikan melalui media sosial pribadinya.

Untuk itu, dalam penelitian kali ini penulis ingin mengetahui seberapa manfaat media sosial dalam usaha masker yang dijalankan beberapa mahasiswa Universitas PGRI Jombang tersebut. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Prinsip penelitian ini adalah menerangkan, mendeskripsikan secara kritis atau menggambarkan fenomena interaksi dalam suatu masyarakat dengan tujuan untuk mencari dan menemukan makna dalam konteks yang sesungguhnya. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana fenomena Pandemi Covid-19 yang terjadi di Indonesia dapat berdampak pada kehidupan sehari-hari salah satunya kewajiban memakai masker selama pandemi covid-19 sedang merambah. Sehingga diperoleh hasil bahwa keberadaan media sosial sebagai sarana pemasaran masker sangat bermanfaat bagi beberapa mahasiswa Universitas PGRI Jombang yang berjualan masker khususnya di masa pandemi covid-19 yang sedang merambah.

Kata Kunci : media sosial, pemasaran

Date of Submission : 11-12-2024	Date of Acceptance : 22-12-2024	Date of Publish :02-01-2025
---------------------------------	---------------------------------	-----------------------------

Pendahuluan

Globalisasi merupakan era teknologi yang berkembang, dampak teknologi telah membawa perubahan di berbagai sektoral, khususnya perilaku manusia dalam menerapkan program kewirausahaan. Ketatnya persaingan berdampak terhadap beberapa penjual untuk membuat strategi sehingga dapat mencapai kegiatan pemasaran. Dampak Covid 19, telah berpengaruh terhadap sektor pemasaran. Dalam menghadapi persaingan perlu adanya strategi pemasaran untuk menghadapi perubahan perilaku masyarakat dan mencapai tujuan. Kotler (2004,81): Strategi pemasaran adalah pola pikir pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasarannya. Perubahan perilaku masyarakat dalam berbelanja telah mengalami perubahan, dari konvensional menjadi belanja online. Menurut Mangkunegara (2003:22), mendiskripsikan tentang perilaku konsumen adalah tindakan yang dimiliki oleh setiap individu dalam proses pengambilan keputusan untuk mendapatkan barang maupun jasa yang dipengaruhi lingkungan. Hal tersebut dilakukan dalam upaya mencegah penularan covid 19. Maraknya produsen beralih dari konvensional menjadi online adalah salah satu strategi untuk bangkit dari keterpurukan akibat pandemi ini. Sedangkan menurut Setiadi (2004:19), menyatakan bahwa sebuah studi mengenai konsumen adalah sebuah pondasi yang penting untuk menerapkan manajemen pemasaran agar dapat menentukan segmen pasar. Adanya pendapat tersebut maka, konsumen merupakan perhatian sebuah pemasaran yang bertujuan untuk mengetahui aspek yang ada pada konsumen sehingga terwujud kebijakan pemasaran.

Di zaman 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 penggunaan media sosial telah menjadi pilar utama dalam penyampaian informasi. Salah satu kelebihan media sosial adalah memiliki banyak potensi untuk kemajuan suatu usaha. Begitu tertariknya masyarakat Indonesia terhadap layanan media sosial membuat berbagai platform terus berdatangan ke Indonesia. Berbagai platform media sosial baru terus diperkenalkan, dan menariknya selalu menemukan pangsa pasar yang pas di Indonesia. 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 telah 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, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial, dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Ada beberapa media sosial yang sedang booming saat ini antara lain Whatsapp, Instragam, Twitter, Line, Telegram, Facebook, Youtube, dan lain-lain. Seseorang pasti memiliki berbagai motivasi dalam menggunakan media sosial. Sekedar untuk berkomunikasi dengan orang lain, untuk mencari tahu perkembangan sesuatu, untuk berbagi informasi maupun untuk mengikuti salah satu yang menjadi trend saat ini yaitu menggunakan media sosial sebagai bentuk eksistensi diri. Bagi orang-orang yang ingin diakui

Analisis Tingkat Hasil - Wiranta

eksistensinya oleh masyarakat luas melalui media sosial biasanya akan menggunakan media sosial yang bersifat terbuka seperti Instagram, Facebook, Line, atau Twitter Karena melalui media social disinilah tempat kita bisa secara bebas dan terbuka dalam berinteraksi. Sehingga banyaknya update status serta postingan yang kita miliki adalah salah satu bentuk jika kita ingin dikenal secara luas.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Analisis Tingkat Hasil Penjualan Perspektif Dampak Penggunaan Media Sosial Dan Pemasaran Produk Pada Usaha Masker Di Era Pandemi Covid 19”

Metode Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Prinsip penelitian ini adalah menerangkan, mendeskripsikan secara kritis atau menggambarkan fenomena interaksi dalam suatu masyarakat dengan tujuan untuk mencari dan menemukan makna dalam konteks yang sesungguhnya. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana fenomena Pandemi Covid-19 yang terjadi di Indonesia dapat berdampak pada kehidupan sehari-hari salah satunya kewajiban memakai masker selama pandemi covid-19 sedang merambah. Hal tersebut dimanfaatkan oleh beberapa mahasiswa Universitas PGRI Jombang untuk memulai usaha penjualan masker.

Informan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu beberapa mahasiswa Universitas PGRI Jombang dengan kriteria yaitu mahasiswa yang masih penjualan masker

Hasil dan Pembahasan (Times New Roman Bold 12 pt)

Hasil

Dari hasil jawaban questioner terkait manfaat penggunaan media sosial dan pemasaran produk terhadap hasil penjualan masker di masa pandemi. Semenjak kasus covid-19 meningkat, membuat beberapa mahasiswa Universitas PGRI Jombang mulai merintis usaha yakni penjualan masker. Alasan mereka memilih penjualan masker karena peluang sangat menjanjikan di situasi tertentu dengan memanfaatkan keadaan yang terjadi. Sehingga untuk menjalankan usahanya tersebut mereka gencar melakukan pemasaran secara langsung maupun menggunakan media sosial pribadi.

Mahasiswa sebagai penjual masker memanfaatkan media sosial masing-masing untuk igencar melakukan promosi produk mereka agar banyak masyarakat yang tertarik untuk membeli masker yang sedang ditawarkan. Selain itu, penggunaan media sosial juga dijadikan sebagai menggali informasi terkait produk diluaran dan ada pula yang dipergunakan untuk mengetahui pesaing dari usaha masker diluaran.

Pembahasan

a. Keterkaitan antara manfaat penggunaan media sosial terhadap hasil penjualan masker oleh mahasiswa Universitas PGRI Jombang

Penggunaan media sosial dalam penjualan masker yang dilakukan oleh beberapa mahasiswa nyatanya telah dirasa sangat bermanfaat. Mereka memanfaatkan media sosial masing-masing untuk gencar melakukan promosi usaha mereka agar banyak masyarakat yang tertarik untuk membeli masker yang mereka tawarkan dengan memanfaatkan keadaan yang sedang terjadi dimana masker menjadi kebutuhan pokok dimasa tersebut. Alhasil, perolehan omset penjualan pun kian meningkat semenjak mereka gencar melakukan promosi melalui media sosial. Oleh karena itu, keberadaan media sosial dalam menjalankan usaha masker ini dirasa sangat penting karena mereka sebagai

penjual dapat leluasa melakukan promosi terkait produk yang mereka tawarkan dengan lebih efektif, terjangkau, mudah dilakukan kapan saja.

b. Keterkaitan pemasaran terkait usaha masker terhadap hasil penjualan masker oleh mahasiswa Universitas PGRI Jombang

Pemasaran yang telah dilakukan mahasiswa sebagai penjual (distributor) tentunya dilakukan melalui berbagai upaya. Mereka memasarkan masker kepada masyarakat dengan cara berinteraksi secara langsung, meminta konsumen untuk merekomendasikan orang-orang terdekatnya dan melalui media sosial. Upaya tersebut tentunya telah dirasa efektif bagi mereka. Selain itu, upaya yang mereka lakukan lainnya yakni mereka menyampaikan spesifikasi, manfaat dan cara pemakaian masker serta meminta pembeli memberikan penilaian terkait masker yang dibelinya untuk dijadikan testimoni bagi pembeli lainnya. Mereka juga sering memberikan harga khusus kepada pelanggan yang selalu membeli masker darinya. Hal tersebut tentunya menjadi strategi khusus dalam pemasaran agar dapat memperluas pangsa pasar dan meningkatkan omset pendapatan.

c. Keterkaitan antara manfaat penggunaan media sosial terhadap hasil penjualan masker oleh mahasiswa Universitas PGRI Jombang

Penggunaan media sosial dalam penjualan masker yang dilakukan oleh beberapa mahasiswa nyatanya telah dirasa sangat bermanfaat. Mereka memanfaatkan media sosial masing-masing untuk gencar melakukan promosi usaha mereka agar banyak masyarakat yang tertarik untuk membeli masker yang mereka tawarkan dengan memanfaatkan keadaan yang sedang terjadi dimana masker menjadi kebutuhan pokok dimasa tersebut. Alhasil, perolehan omset penjualan pun kian meningkat semenjak mereka gencar melakukan promosi melalui media sosial. Oleh karena itu, keberadaan media sosial dalam menjalankan usaha masker ini dirasa sangat penting karena mereka sebagai penjual dapat leluasa melakukan promosi terkait produk yang mereka tawarkan dengan lebih efektif, terjangkau, mudah dilakukan kapan saja.

d. Keterkaitan pemasaran terkait usaha masker terhadap hasil penjualan masker oleh mahasiswa Universitas PGRI Jombang

Pemasaran yang telah dilakukan mahasiswa sebagai penjual (distributor) tentunya dilakukan melalui berbagai upaya. Mereka memasarkan masker kepada masyarakat dengan cara berinteraksi secara langsung, meminta konsumen untuk merekomendasikan orang-orang terdekatnya dan melalui media sosial. Upaya tersebut tentunya telah dirasa efektif bagi mereka. Selain itu, upaya yang mereka lakukan lainnya yakni mereka menyampaikan spesifikasi, manfaat dan cara pemakaian masker serta meminta pembeli memberikan penilaian terkait masker yang dibelinya untuk dijadikan testimoni bagi pembeli lainnya. Mereka juga sering memberikan harga khusus kepada pelanggan yang selalu membeli masker darinya. Hal tersebut tentunya menjadi strategi khusus dalam pemasaran agar dapat memperluas pangsa pasar dan meningkatkan omset pendapatan.

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial bagi penjualan masker secara online di masa pandemi pada beberapa mahasiswa Universitas PGRI Jombang sangat bermanfaat karena hasilnya sangat menjanjikan dalam segi pendapatan yang di hasilkan. Dengan menggunakan media sosial masing-masing Mahasiswa Universitas PGRI Jombang sangat gencar dan sangat bersemangat untuk mendapatkan hasil yang lebih dari berusaha masker. Media social yang mereka gunakan ternyata bukan hanya digunakan untuk mempromosikan jualan mereka tetapi dengan menggunakan media social mereka juga dapat mengetahui pesaing usaha atau competitor diluaran sana serta menggali informasi terkait produk luaran.

Menggunakan media social ternyata banyak sekali memberikan manfaat baik bagi penjual maupun pembeli dikarenakan mereka dapat berinteraksi meskipun melalui media social. Upaya yang dilakukan dalam penjualan melalui media social mahasiswa Universitas PGRI Jombang mampu memberikan spesifikasi, manfaat, serta cara pemakaian masker. Adapun cara yang mereka gunakan dalam melakukan evaaluasi terhadap hasil penjualan yakni dengan melakukan pelanggan atau pembeli memberikan testimoni baik dalam penjualan secara langsung maupun secara media sosial.

References

- [1]. Setiadi (2004). Perilaku Konsumen. Jakarta: Prenada Utama
- [2]. Mangkunegara (2002). Perilaku Konsumen. Bandung: Refika Aditama
- [3]. Kotler,P. dan G. Armstrong. (2004). Dasar –dasar Pemasaran. Edisi Kesembilan. Jilid I. Penerbit PT. Indeks Kel. Gramedia. Jakarta.
- [4]. Cohen DE, Jacob SE. Allergic Contact Dermatitis (2008). Dalam: Wolf K, Goldsmith LA,Katz SI, Gilchrestba, Paller AS, Leffel DA,ed.Flitzpatrick's Dermatology in General MedicineEdisi Ke-7.USA: The McGraw-Hill Companies, Inc
- [5]. Hasan, M. Iqbal, Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya, Ghalia Indonesia, Bogor, 2002.