

PERAN MEDIA SOSIAL DAN INTERNET UNTUK MEMBANTU MASYARAKAT DESA TREMAS DALAM PEMULIHAN EKONOMI PASCA PANDEMI

Fajar Azmi¹, Tika Dedy Prastyo², Nurhayati³

^{1,2,3} Pendidikan Informatika, STKIP PGRI Pacitan

Email : fajarazmi07@gmail.com¹, yusr131@gmail.com², nurh80912@gmail.com³

Abstrak: Penelitian ini dilatar belakangi oleh adanya penurunan pendapatan, pelaku usaha ekonomi karena adanya pandemi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui : 1) Peran media sosial dalam membantu masyarakat Desa Tremas dalam pemulihan ekonomi pasca pandemi, 2) Bagaimana internet membantu masyarakat Desa Tremas dalam pemulihan ekonomi pasca pandemi, 3) perbedaan pendapatan sebelum dan sesudah menggunakan media sosial. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan angket, wawancara dan dokumentasi secara langsung. Sampel penelitian adalah semua orang yang memiliki usaha sejumlah 15 pemilik usaha *online* dalam bidang *fashion* dan makanan di lingkungan Rt 01/Rw 04 Dusun Karangasem, Desa Tremas, Kecamatan Arjosari, Kabupaten Pacitan, Jawa Timur. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket *digital marketing* dan wawancara *digital marketing*. Teknik analisis data menggunakan model Miles and Huberman. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : 1) Media sosial sudah cukup baik digunakan untuk kegiatan pemasaran secara digital namun masih kurang aktif digunakan, masih tergolong monoton belum memanfaatkan secara penuh dan maksimal, 2) internet yang sudah memadai didukung dengan adanya *wifi* meskipun kadang mengalami gangguan namun tetap mendukung kegiatan pemasaran secara digital melalui media social IG, WA dan FB, 3) pendapatan sebelum pandemi sudah cukup baik untuk mencukupi kebutuhan hidup sehari-hari. Kemudian dengan adanya pandemi *covid-19* yang melanda ini, pendapatan menjadi turun sehingga para pemilik usaha menggunakan media sosial dan internet untuk memasarkan produknya sehingga pendapatan mereka meningkat kembali.

Kata Kunci: Media Sosial, Internet, Pendapatan, *Digital Marketing*, Pasca Pandemi.

Abstract: This research was motivated by a decrease in the income of entrepreneurs due to the pandemic. The purpose of this study was to find out: 1) The role of social media in helping the *Tremas* Village community in post-pandemic economic recovery, 2) How the internet helps the *Tremas* Village community in post-pandemic economic recovery, 3) the difference in income before and after using social media. This type of research was a qualitative research with data collection techniques using questionnaires, interviews and direct documentation. The research sample were people who have a business consisting of 15 online business owners in the field of fashion and food in the neighborhood of *Rt 01/Rw 04 Dusun Karangasem, Tremas* Village, *Arjosari* District, Pacitan Regency, East Java. The instruments used in this research were questionnaires and interviews. The data analysis technique uses the Miles and Huberman model. The results of this study indicate that: 1) Social media was good enough to be used for digital marketing activities, but it was still not actively used. It was still monotonous and had not been fully and maximally utilized, 2) the internet has been adequately supported by the existence of *Wifi*, although it sometimes experienced problems of disruption, but it still supports the digital marketing activities, through social media IG, WA and FB, 3) before the pandemic, the income was good enough to meet the needs of daily life. Then, due to the COVID-19 pandemic, the income has decreased, so the business owners used social media and internet to promote their products, so they improved compared to before they used them.

Keywords: Social Media, Internet, Revenue, Digital Marketing, Post Pandemic.

PENDAHULUAN

Perkembangan media sosial yang saat ini semakin maju dan banyak digunakan oleh masyarakat kalayak umum, mulai dari anak-anak hingga orang tua tidak terlepas dari adanya media sosial dan internet. Media sosial merupakan media komunikasi yang hampir dimiliki oleh setiap pengguna internet (Sholihin, dkk, 2018:149). Menurut Modjo dalam (Al-Katiri, dkk, 2020:20) *new normal* merupakan kesempatan baru untuk melakukan penguatan ekonomi akan tetapi harus adanya transparansi, koordinasi, dan sinkronisasi kebijakan yang tepat.

Maraknya penyebaran virus corona (*covid-19*) yang mulai terdengar beritanya dari daerah Wuhan (Lee, 2020) menjadi momok awal tersebarnya akan kekhawatiran masyarakat dan membawa dampak di semua bidang perekonomian, salah satunya perdagangan. Seperti yang terjadi di Desa Tremas, Kecamatan Arjosari, Kabupaten Pacitan. Sebagian besar mata pencahariannya adalah bekerja sebagai pedagang.

Selama pandemi *covid-19* masyarakat mengeluhkan jualannya sepi bahkan untuk modal lagi tidak ada pemasukan, menurunnya pendapatan yang berbanding terbalik dengan banyaknya kebutuhan sehari-hari yang dipenuhi. Untuk jaringan internet di wilayah Desa Tremas semua sudah memadai ditandai dengan adanya jaringan 4G. Pihak penyedia jaringan yang ada saat ini adalah Telkomsel dan XL sedangkan untuk WiFi sendiri baru ada *Indihome* dari Telkom.

Maka, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan masalah diatas bagaimana peran media sosial dan internet untuk membantu masyarakat Desa Tremas dalam pemulihan ekonomi pasca pandemi.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui : 1) Media sosial dalam membantu masyarakat Desa Tremas dalam pemulihan ekonomi pasca pandemi, 2) internet membantu masyarakat Desa Tremas dalam pemulihan ekonomi pasca pandemi, 3) perbedaan pendapatan sebelum dan sesudah menggunakan media sosial.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan angket, wawancara dan dokumentasi secara langsung. Penelitian ini akan dilaksanakan di Lingkungan Rt 01/Rw 04, Dusun Karangasem, Desa Tremas, Kecamatan Arjosari, Kabupaten Pacitan, Jawa Timur.

Subjek penelitian ini adalah semua orang yang memiliki usaha sejumlah 15 pemilik usaha makanan dan *fashion online* di lingkungan Rt 01/Rw 04 Dusun Karangasem, Desa Tremas, Kecamatan Arjosari, Kabupaten Pacitan, Jawa Timur. Objek penelitian ini adalah peran media sosial dan internet untuk membantu masyarakat Desa Tremas dalam pemulihan ekonomi pasca pandemi.

Teknik pengumpulan data menggunakan angket, wawancara dan dokumentasi secara langsung. Analisis data menggunakan model Miles and Huberman yaitu *data reduction, data display dan conclusion drawing/verification* menurut Sugiyono, (2018 : 338-345).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data-data yang didapatkan melalui angket, wawancara dan dokumentasi, maka penulis memaparkan hasil penelitian sebagai berikut.

Subjek AS

Dari hasil angket untuk subjek AS diperoleh kategori tinggi. Untuk hasil wawancara dengan subjek AS diperoleh bahwa responden memang selalu mengunggah produk di sosial media, menggunakan aplikasi jual beli dan melakukan pembayaran secara digital guna untuk mempersingkat waktu transaksi. Pendapatan turun selama pandemi. Selain itu, responden juga selalu *update* stok produk dan diskon agar menarik perhatian pembeli. Jika bicara mengenai internet, responden tidak terbebani dengan biaya paket internet karena menggunakan *wifi* yang jarang mengalami gangguan. Internet di tempat tinggal responden sangat membantu proses jual beli yang dilakukan. Untuk keterangan kevalidan data antara hasil angket dan wawancara adalah valid.

Berdasarkan hasil angket dan wawancara yang dilakukan dengan subjek AS maka dapat ditarik kesimpulan bahwa subjek AS telah menggunakan media sosial dan internet untuk memasarkan produknya sangat baik dan pendapatannya turun semenjak adanya pandemi.

Subjek MT

Dari hasil angket untuk subjek MT diperoleh kategori sedang. Untuk hasil wawancara dengan subjek MT diperoleh bahwa responden hanya menggunakan salah satu media sosial untuk proses jual beli dan memasarkan produknya. Pandemi tidak begitu berpengaruh mengenai pendapatan. Jarang sekali menggunakan aplikasi pembayaran

secara digital. Untuk keterangan kevalidan data antara hasil angket dan wawancara adalah valid.

Berdasarkan hasil angket dan wawancara yang dilakukan dengan subjek MT maka dapat ditarik kesimpulan bahwa subjek MT telah menggunakan media sosial dan internet untuk memasarkan produknya cukup baik.

Subjek BTW

Dari hasil angket untuk subjek BTW diperoleh kategori rendah. Untuk hasil wawancara dengan subjek BTW diperoleh bahwa responden jarang menggunakan media sosial untuk pemasaran digital ataupun jual beli. Menggunakan WA hanya untuk pemesanan saja. Tidak juga menggunakan aplikasi pembayaran walaupun jaringan internet. Untuk penggunaan aplikasi lain seperti FB dan IG belum mendukung karena keterbatasan ruang penyimpanan. Untuk keterangan kevalidan data antara hasil angket dan wawancara adalah valid.

Berdasarkan hasil angket dan wawancara yang dilakukan dengan subjek BTW maka dapat ditarik kesimpulan bahwa subjek BTW telah menggunakan media sosial dan internet untuk memasarkan produknya masih kurang.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis diperoleh kesimpulan sebagai berikut. 1) Peran media sosial sudah dapat dan cukup membantu dalam pemulihan ekonomi pasca pandemi karena digunakan untuk pemasaran secara digital. Media sosial dapat menemukan konsumen baru dan memperluas jaringan pemasaran. Media sosial dapat menjangkau orang lebih banyak. Bisa mengenalkan produk dan jasa yang kita miliki secara global. Media sosial selain juga digunakan untuk melakukan kegiatan bisnis juga dapat digunakan sebagai komunikasi dengan pelanggan agar terjadi interaksi hubungan yang baik antara pemilik usaha dengan konsumen. Akan tetapi, persaingan bisnis dalam bidang perdagangan sangat banyak dan kita juga belum bisa memaksimalkan penggunaan media sosial untuk pemasaran digital. Selain itu, banyak produk-produk yang serupa, 2) peran internet sudah dapat membantu pemulihan ekonomi pasca pandemi karena persebaran informasi yang cukup luas, informasi dapat secara langsung dapat tersampaikan dan dapat dijangkau dimanapun, kapanpun dan dengan siapapun. Sinyal internet juga berpengaruh terhadap kecepatan memperoleh informasi. Akan tetapi, internet sering mengalami trobel

dan jika menggunakan paket biayanya cukup mahal dan sering kehabisan, 3) pendapatan sebelum pandemi sudah cukup baik dan bisa untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari dan kebutuhan lainnya. Akan tetapi, dengan adanya penyebaran *covid19* ini yang menyebabkan terjadi *lockdown*, sulitnya beradaptasi dan menyebabkan pelaku usaha mengalami penurunan omzet atau pendapatan yang begitu lumayan membuat pusing sehingga pelaku usaha harus melakukan berbagai cara untuk memperbaiki dan melakukan pemasaran secara online agar pendapatannya tetap ada dan produknya laku dan mendapat keuntungan sehingga bisa memperbaiki perekonomiannya dan memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Saran

Berdasarkan penelitian, diharapkan penelitian ini mampu digunakan untuk meningkatkan kemampuan para pemilik usaha dalam kegiatan pemasaran secara digital, adapun saran yang dapat peneliti peroleh antara lain: 1) Memanfaatkan secara penuh media sosial untuk kegiatan pemasaran digital agar jumlah konsumen bertambah sehingga pendapatan juga bertambah, 2) dengan adanya sinyal internet yang terjangkau dan jarang mengalami gangguan maka digunakan untuk mencari informasi atau melakukan kegiatan digital marketing secara aktif, 3) lebih kreatif dalam membuat iklan agar menarik perhatian konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Alkatiri, Awan Bin Muhammad, (et al).2020."Opini Publik terhadap Penerapan New Normal di Media Sosial Twitter".*Journal of Strategic Communication*.Vol. 11 No.1 Tahun 2020.Jakarta Selatan:Universitas Paramadina.
- Lee,A.2020.Wuhan Novel coronavirus (COVID-19):why global control is challenging ? Public Health <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7130979/>. Di akses pada 15 Oktober 2021, Pukul 09.47.
- Sholihin, Rijalus Muhammad, (et al).2018."Keunggulan Sosial Media dalam Perkembangan ekonomi Kreatif Era Digital di Indonesia".*Jurnal .unmuh.jember.ac.id*.Vol.1 No.1 Tahun 2018. Lumajang:STIE Widya Gama.
- Sugiyono,2018. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.