

Fungsi Media Sosial Instagram Dalam Pengembangan Bisnis Online Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Pineleng 1 Kecamatan Pineleng Kabupaten Minahasa

Oleh:

Jessica Varosiana¹

Fonny Waani²

Juliana Lumintang³

Abstrak

Pembatasan Pemberlakuan Kegiatan Masyarakat (PPKM) ini dirasakan sangat membatasi ruang gerak masyarakat. Semua kegiatan berpusat di rumah, kegiatan perkantoran dilakukan di rumah, kegiatan belajar mengajar dilakukan secara *online*/daring, kegiatan pusat belanja ditutup kecuali untuk kebutuhan sekunder, restoran hanya menerima *delivery/take away* dan tidak menerima makan di tempat, dan lainnya. Pelaku usaha sebagai pihak yang sangat berdampak dengan kebijakan pemerintah tersebut, seperti; kehilangan pelanggan, penurunan pendapatan, kehilangan pendapatan sehingga terpaksa menutup usaha. Pada awal Pandemi *Covid-19* pendapatan dari toko *offline* dan *online* masih terbilang normal, tetapi setelah diberlakukannya Kebijakan PPKM menyebabkan pendapatan toko *offline* menurun. Penurunan pendapatan atau omzet juga hampir di alami oleh semua pelaku bisnis atau Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan tujuan; menjelaskan urgensi medsos bagi pebisnis *online* pandemi *Covid-19* di Desa Pineleng I dan menjelaskan masyarakat Desa Pineleng I belanja *online* masa Pandemi *Covid-19*. Hasil penelitian menunjukkan: Pertama; semua upaya menggunakan media *online* bagi pedagang dan pembeli adalah baik namun hendaknya memperhatikan aspek legalitas. Kedua; kehadiran media *online* masa pandemi *Covid-19* dirasakan sangat bermanfaat bagi masyarakat sehingga memudahkan kebutuhan tanpa meninggalkan rumah. *Covid-19* sangat berbahaya sehingga semua aktivitas merujuk pada petunjuk dan aturan pemerintah, sekalioun dibatasi ruang gerak sosial.

Kata Kunci: Bisnis Online, Covid 19, Medsos

¹ Mahasiswa Program Studi Sosiologi FISPOL-Unsrat

² Dosen Program Studi Sosiologi FISPOL-Unsrat

³ Dosen Program Studi Sosiologi FISPOL-Unsrat

PENDAHULUAN

Media sosial menjadi sarana yang banyak di gunakan sebagai media informasi untuk mengetahui apa yang sedang terjadi saat ini, dan juga sebagai media hiburan di saat pemberlakuan PPKM yang membuat masyarakat harus berdiam diri dirumah. Peluang ini menjadikan masyarakat yang berdagang secara *offline* mulai beralih dan mengembangkan usahanya ke media sosial secara *online*. Apabila kita dapat memanfaatkan media sosial, banyak sekali manfaat yang kita dapat, sebagai media pemasaran, dagang, mencari koneksi, memperluas pertemanan, dan lain-lain. Tapi apabila kita yang dimanfaatkan oleh media sosial baik secara langsung ataupun tidak langsung, tidak sedikit pula kerugian yang akan di dapat seperti kecanduan, sulit bergaul di dunia nyata, autisme, dan lain-lain. (Rafi Saumi Rustian,2012).

Jagdish Sheth dalam tulisannya "*Impact of Covid-19 on consumer behavior: Will the old habits return or die?*" menjelaskan bahwa kehadiran pandemi *Covid-19* menyebabkan adanya modifikasi perilaku konsumen yang dipengaruhi regulasi dan prosedur dari cara berbelanja dan membeli produk kebutuhannya (Sheth, 2020). Efendi Taslim Hong menganalisis bahwa akibat dari *social distancing* konsumen beralih melakukan modifikasi pembelian dengan cara *low contact (online)*. Toko-toko tradisional yang tutup membuat konsumen beralih melakukan pembelian secara *online*. Berbagai kebutuhan seperti perlengkapan kesehatan, suplemen kesehatan, pakaian, peralatan dapur, hingga bahan makanan mereka beli secara *online, takeaway* atau secara *home delivery* (Lawi, 2020).

Hingga November 2019, jumlah pengguna aktif bulanan Instagram di Indonesia dilaporkan telah mencapai 61.610.000. Artinya, 22,6 % atau nyaris seperempat total penduduk Indonesia adalah pengguna Instagram. Jumlah tersebut naik tipis dari bulan sebelumnya, yang menyebut total pengguna Instagram di Indonesia mencapai 59.840.000. Pengguna Instagram dengan gender perempuan paling dominan di Indonesia. Tercatat jumlahnya mencapai 50,8 % unggul tipis dari pengguna bergender pria yang mencapai 49,2 %. (Dikutip dari NapoleonCat.com salah satu perusahaan analisis Sosial Media Marketing yang berbasis di Warsawa, Polandia.).

Dampak dari *Covid-19* ini juga dirasakan oleh para pedagang yang berada di seluruh Indonesia tak terkecuali di Manado, Sulawesi Utara. Setelah melakukan observasi dan berdiskusi dengan salah seorang narasumber dari pemilik usaha FL Parfum yang berlokasi di Desa Pineleng 1 Kecamatan Pineleng, tentang bagaimana perkembangan dan dampak bisnis sebelum maupun sesudah masa Pandemi *Covid-19*. Pada awal Pandemi *Covid-19* pendapatan dari toko *offline* dan *online* masih terbilang normal, tetapi setelah Pandemi semakin lama dan diberlakukannya Kebijakan PPKM menyebabkan pendapatan menjadi menurun, terutama di toko *offline* itu sendiri.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, yakni sebuah metode penelitian yang memanfaatkan data kualitatif dan dijabarkan secara deskriptif. Jenis penelitian deskriptif kualitatif kerap digunakan untuk menganalisis kejadian, fenomena, atau keadaan secara sosial. Menurut Saifuddin Azwar (2016: 6) dalam bukunya Metode Penelitian, metode deskriptif ialah melakukan analisa yang sampai pada

taraf deskriptif, yaitu menganalisis dan menyajikan fakta secara sistematis sehingga dapat lebih mudah untuk dipahami dan disimpulkan. Jenis dan sumber data yang dikumpulkan dalam penelitian adalah data yang sesuai dengan objek penelitian. Data dalam penelitian dibagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang didapat peneliti dari sumber pertama baik individu atau perseorangan seperti hasil wawancara yang biasa dilakukan oleh peneliti. Sedangkan data sekunder merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan melalui buku-buku, brosur dan artikel yang di dapat dari website yang berkaitan dengan penelitian. Observasi merupakan teknik dalam mengumpulkan data kualitatif dengan melakukan pengamatan secara langsung di lapangan atau lingkungan penelitian. Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Wawancara adalah metode pengambilan data dengan cara menanyakan sesuatu kepada seseorang yang menjadi informan atau responden. Pengertian secara singkatnya wawancara merupakan teknik pengambilan data di mana peneliti langsung berdialog dengan narasumber untuk menggali informasi dari narasumber.

Menurut Gluba dan Lincoln (dalam Moleong, 2009:216) dokumentasi adalah setiap bahan tertulis ataupun film, lain dari record, yang tidak dipersiapkan karena adanya permintaan seorang penyidik. Pengertian dokumentasi adalah suatu bentuk kegiatan atau proses dalam menyediakan berbagai dokumen dengan memanfaatkan bukti yang akurat berdasarkan pencatatan dari berbagai sumber. Dalam penelitian ini teknik analisa data yang digunakan peneliti ini berpatokan pada penelitian kualitatif yang biasa

digunakan oleh setiap peneliti. Maka dari itu peneliti mengambil petunjuk yang di kembangkan oleh para peneliti kualitatif, yakni konsep yang dibangun oleh Miles dan Huberman (dalam Sugiono, 2015), yaitu : *Tahap Reduksi Data* . Reduksi data adalah merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Dengan demikian data yang diperoleh jelas. *Tahap Penyajian Data*. Penyajian data adalah Langkah selanjutnya dari mereduksi data, penyajian data tersebut berupa data yang terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan lebih mudah dipahami (Sugiyono, 2013:341). Penyajian data juga berupa sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. *Tahap Penarikan Kesimpulan*. Tahap ketiga dalam proses analisis data adalah penarikan kesimpulan atau verifikasi. Kesimpulan awal masih bersifat sementara, dan akan berubah bila ditemukan bukti –bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Pineleng 1 secara administratif merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Pineleng Kabupaten Minahasa. Jarak Desa Pineleng 1 dengan jarak pusat Kota Manado mencapai 8,1 km. Desa Pineleng 1 terdiri dari 9 Dusun dengan luas wilayah memanjang dari timur ke barat dengan luas \pm 208 Ha. Desa Pineleng 1 terbentuk sebagai Desa sejak tanggal 06 Juni 1906 dengan nama PINELENG yang berasal dari Bahasa Tombulu yang artinya dalam bahasa Indonesia “TERPILIH” atau “DIPILIH”. Desa Pineleng 1 pada tahun 1966 telah dimekarkan menjadi 2 desa yaitu Desa

Pineleng 1 dan Desa Winangun. Kemudian pada tahun 1985 di mekarkan lagi menjadi 3 desa yaitu Desa Pineleng 1, Desa Winangun dan Desa Pineleng 2, kemudian pada tahun 2002 dimekarkan lagi menjadi 4 desa yaitu Desa Pineleng 1, Desa Winangun, Desa Pineleng 2 dan Desa Winangun Atas. Pada tahun 2013 dimekarkan lagi menjadi 5 desa yaitu Desa Pineleng 1, Desa Winangun, Desa Pineleng 2, Desa Winangun Atas dan Desa Pineleng 1 Timur.

Berdasarkan data yang diperoleh dari kantor Hukum Tua Desa Pineleng diketahui hingga tahun 2022 mencatat jumlah penduduk di Desa Pineleng 1 adalah 2994 jiwa yang terdiri dari 207 jiwa perempuan dan 232 jiwa laki-laki dengan 830 kepala rumah tangga (KK).

Masa pandemi telah mengakibatkan banyak masyarakat khususnya para pekerja di rumahkan atau di PHK dari perusahaan tempat mereka mangadu nasib selama ini. Bersyukur perusahaan tempat mengabdikan memberikan pesangon. Soal besarnya pesangon tergantung lama masa kerja juga kesanggupan keuangan perusahaan tersebut. Uang pesangon yang diterima dari perusahaan digunakan sebagai modal usaha *online*, tepatnya berjualan *online*.

Serapan uang pesangon berdampak pada daya beli masyarakat sehingga perputaran perekonomian desa meningkat secara signifikan. Pemerintah desa pada prinsipnya tetap memberi dukungan kepada setiap masyarakat yang mau berusaha. Namun Pemerintah Desa akan tetap memonitoring setiap jenis usaha agar usaha tersebut benar - benar menjawab kebutuhan masyarakat. Jika usaha apapun ditemukan ada indikasi membahayakan masyarakat pasti segera dilarang.

Kehadiran internet dengan jangkauan sangat luas, tidak terbatas, merupakan peluang besar untuk berbisnis

online. Pandemi *Covid-19* benar - benar membuka peluang untuk berusaha. Hal ini telah menggerakkan hati untuk melakukan bisnis *online*. Jelas prospek bisnis *online* memiliki prospek sangat baik bahkan sangat terbuka untuk berkembang lebih besar.

Singkat kata, Pemerintah Desa pada prinsipnya akan memberikan dukungan pada kegiatan usaha yang positif, misalnya bisnis *online* pakaian, makanan, atau parfum dan lainnya. Hal ini sejalan dengan kebijakan Pemerintahan Pusat yang membantu UMKM dengan menggelontorkan Dana Bantuan Langsung Tunai (BLT) kepada pelaku UMKM. Dengan harapan kegiatan ekonomi dari multikultur dengan rupa - rupa jenis produk penjualan *online* dapat berkembang. Dengan demikian sasaran pengentasan kemiskinan dapat tercapai.

Sosial media merupakan salah satu media yang mempermudah komunikasi interaktif antara pengusaha dengan siapapun, termasuk konsumen, penyalur, pemasok dan berbagai pihak yang berkepentingan; kapanpun dan dimanapun berada. Sosial media sangat membantu sebagai media penghubung informasi dan komunikasi dari produsen ke konsumen di manapun mereka berada dan berapapun jaraknya. Media sosial merupakan media yang sangat potensial untuk menemukan konsumen serta membangun image tentang merek suatu produk. Merril, T., Latham, K., Santalesa, R, Navetta, D (2011:1-12).

Covid-19 saat ini menyadarkan setiap individu bersiap menghadapi pergeseran kebudayaan dimana setiap pemenuhan kebutuhan harus beriringan dengan perkembangan teknologi. Ditinjau dari sisi kebutuhan harian, saat ini individu memenuhi kebutuhan bukan hanya sekadar mencukupi kebutuhan sandang, pangan, dan papan. Namun, juga mengutamakan pelayanan, kualitas dan harga dari suatu produk atau jasa

penjualan. Hal ini menjadi peluang bagi sebagian besar perusahaan *E-commerce* untuk menyajikan pasar dalam bentuk membeli dan menjual produk secara *online*.

PENUTUP

KESIMPULAN

Para pedagang Desa Pineleng I sudah sangat familiar dengan media *online* dalam hal memperkenalkan dan memasarkan produknya. Namun menggunakan medsos secara efektif dan intens baru terjadi setelah diterjang pandemi *Covid-19*. Beberapa orang pedagang sudah menekuni usaha jauh sebelum *Covid-19*, satu buan sebelum *Covid* dan beberapa di antaranya mulai berdagang setelah pandemi *Covid-19*.

Pendapatan pedagang semenjak pandemi berlangsung menurun sangat signifikan. Hal ini terjadi karena semua masyarakat merasa takut sehingga takut tinggalkan rumah dan berhubungan dengan orang lain. Namun bagi para pedagang yang berada di Desa Pineleng 1 Kecamatan Pineleng, dengan adanya media sosial sangat membantu mereka dalam mengembangkan usaha di masa pandemi, serta memudahkan mereka untuk menjangkau para pelanggan tetap maupun pelanggan baru yang akan membeli produk mereka melalui media sosial.

Keadaan rasa takut masa agar tidak mau jadi korban *Covid-19* maka semua orang dengan setia mengikuti kebijakan pemerintah dengan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Warga masyarakat Desa Pineleng I sudah sangat familiar dengan media sosial (medsos). Masyarakat menggunakan medsos dengan rupa - rupa tujuan, seperti; sebagai media belanja *online*.

Covid-19 dengan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), bekerja dari rumah, belajar dari rumah membuat semua orang

sangat dibatasi ruang gerak untuk beraktivitas di luar rumah. Pemenuhan kebutuhan sehari - hari sangat dirasakan kesulitan sehingga medsos sebagai salah satu alternatif mengatasi kesulitan tersebut. Benar bahwa selama pandemi *Covid-19* medsos sebagai media yang memudahkan warga masyarakat mendapatkan bahan - bahan kebutuhan hidup sehari - hari.

SARAN

Pemanfaatan media on line sebagai cara promosi produk dagangan sudah tepat bahkan sangat dianjurkan namun hendaknya tidak hanya terpaku pada satu dua produk saja, karena selera pasar sering kali tidak bisa diprediksi. Olehnya membutuhkan kreativitas lebih, dalam hal membaca pasar dan mendisain produk sehingga menimbulkan daya tarik konsumen, bahkan memasarkan produk yang benar - benar jadi kebutuhan utama masa pandemi *Covid-19*, seperti masker, sanitaizer. Berbinis menggunakan media *online* sebagai jawaban saat ini. Hanya saja semua pelaku bisnis *online* mengerti akan resiko - resiko yang akan dialami dalam menjalankan usaha ini, seperti: perhatikan kualitas produk sesuai pesanan konsumen, layanan tepat waktu, fokus pada pemasaran produk, hindari layanan yang membuat konsumen merasa kesal.

Masyarakat hendaknya cerdas memilah semua produk *online* yang ditawarkan sehingga membelanjakan produk yang sesuai dengan kebutuhan masa *Covid*. Para pedagang pilah - pilahkan semua produk yang mau ditawarkan, sesuai dengan kemampuan warga masyarakat dan tidak melakukan stok produk yang berlebihan, terkecuali ada pesanan khusus. Pemerintah Desa tidak salahnya juga memantau agar semua produk yang dipasarkan pebisnis *online* tidak bertentangan dengan norma hukum yang berlaku, seperti: jual beli pakaian, jual beli makanan serta usaha jasa lainnya bukan

barang - barang terlarang (narkoba, ganja, ekstasi, judi *online*, dllnya).

Pemerintah Kabupaten Minahasa menghadapi kegentingan ekonomi mestinya lebih pro aktif dengan tidak hanya menunggu berita dari masyarakat. Formulasi kebijakan yang tepat guna yakni pemulihan ekonomi masyarakat sebagai jawaban mengangkat “harapan hidup” para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam bentuk BLT. Bantuan tersebut juga berbarengan dengan pendampingan tata kelola keuangan yang benar, baik, sehat serta produktif.

DAFTAR PUSTAKA

Azwar, Saifuddin. 2016. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Vol.6, Nomor 3.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif, dan R&D*. Bandung:

Lawi, G. F. 2020. *Ekonomi bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia.

Merril, T., Latham, K., Santalesa, R., Navetta, D., 2011. *Social Media: The Business Benefit May Be Enormous, But Can The Risks- Reputation, Legal, Operational Be Mitigated ? Information Law Group*. 1-12.

Moleong, Lexy. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif*. Edisi Revisi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Rustian, Rafi Saumi. 2012. *Apa Itu Sosial Media ?*. Jakarta: PT. Gramedia.

Sheth J, 2020. *Impact of Covid-19 on consumer behavior: Will the old habits return or die? Journal of Business Research*. 1(1). 280-283.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT. Alfabes