

PENDAPATAN PELAKU UMKM PENGGUNA PLATFORM MEDIA SOSIAL PASCA PANDEMI COVID-19 : SEBUAH PENDEKATAN NETNOGRAFI

Hendrik Suhendri¹, Sri Andika Putri^{2*}

^{1,2} Prodi Studi Akuntansi, Universitas Tribhuwana Tunggaladewi

ABSTRAK

UMKM salah satu penggerak ekonomi Indonesia selama pandemi dan pasca pandemic. Peningkatan pendapatan UMKM dapat dilihat dari interaksi pelaku usaha dengan menggunakan platform media yang disediakan untuk melakukan interaksi jual beli seperti sopee, toko pedia, lazada, Instagram, tik tok dan facebook. Metode netnografi dapat dijadikan salah satu metode untuk mengetahui sejauh mana pengaruh peningkatan pendapatan para pelaku UMKM sebelum dan setelah masa pandemi. Dari hasil penelitian didapatkan bahwa pendapatan pelaku UMKM mengalami peningkatan dengan adanya platform media sosial. Hal ini dikarenakan jangkauan pemasaran yang lebih luas.

Kata Kunci: Platform Media Sosial, UMKM, Netnografi

Article history:

Received: 14 Mei 2023

Revised: 12 Juni 2023

Accepted: 30 November 2023

DOI: <http://dx.doi.org/10.33366/ref.v10i2.5670>

E-mail corresponding author :
sri.andika@unitri.ac.id

PENERBIT:
UNITRI PRESS
Jl. Telagawarna, Tlogomas-
Malang, 65144, Telp/Fax:
0341-565500

PENDAHULUAN

Secara factual pandemi Covid-19 telah berakhir. Namun, secara yuridis masih belum berakhir dikarenakan pemerintah belum secara resmi mengumumkan bahwa pandemic Covid-19 telah mengalami kasus nol di Indonesia. Demikian juga WHO (World Health Organization) juga menyatakan bahwa pandemic Covid-19 belum mereda. Bahkan organisasi Kesehatan dunia menyarankan pada negara-negara di seluruh dunia untuk tetap waspada dan mengutamakan Tindakan preventif yang diperlukan (Adisasmito, 2022). Namun demikian, Indonesia telah berani melakukan transisi dari masa pandemi menuju masa endemi, mengingat pemerintah Indonesia telah berhasil menekan laju covid-19 dengan menetapkan protocol Kesehatan, melaksanakan kegiatan vaksinasi secara massif, dan menerapkan PPKM secara ketat (Adisasmito, 2022).

Efek jangka Panjang Covid-19 pada perekonomian Indonesia, sampai hari ini masih dirasakan oleh pelaku UMKM. Kondisi tersebut diperparah dengan kebijakan pemerintah yang menaikkan BBM (Wisoso et al., 2022). UMKM mulai merasakan dampak kenaikan BBM, yang meliputi bahan bakar solar, pertalite, dan pertamax ini. Keadaan ini akan berpengaruh pada peningkatan biaya produksi dan biaya operasional yang akan ditanggung oleh pelaku UMKM. Dilemanya, mereka akan kesulitan menaikkan harga jual produk yang ditawarkan kepada konsumen. Nilai bantuan tunai sebesar Rp 600 ribu yang diberikan oleh pemerintah tidak sebanding dengan efek ekonomi jangka Panjang kenaikan BBM tersebut pada UMKM (Ratna, 2022). Namun demikian, disinyalir ada beberapa jenis UMKM yang Tangguh dan tidak terdampak adanya pandemic Covid-19. Dengan kata lain, UMKM jenis tetap stabil pendapatannya bahkan malah mengalami kenaikan. Tujuan penelitian ini adalah untuk membangun konsep atau makna dampak pandemic Covid-19 sesuai tata nilai, sikap dan praktik bisnis pelaku UMKM pengguna platforms Media Sosial. Di samping itu untuk mengetahui seberapa jauh perkembangan stabilitas pendapatan pelaku UMKM pengguna platforms digital ini dengan mengamati media sosial tempat mereka berinteraksi.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian yang dilakukan, peneliti menggunakan metode penelitian participant observasional yang didasarkan pada pekerjaan online (netnografi) (Kozinets, 2010). Cara penelitian ini yaitu dengan komunikasi yang dimediasi menggunakan computer sebagai sumber data untuk menghantarkan pemahaman ethnographic dan representasi fenomena budaya komunal. Oleh karena itu, secara praktis setiap etnografi akan meluas secara alami dan organik dari basis partisipan-observasi yang mencakup elemen-elemen lainnya seperti interview, statistic deskriptif, pengumpulan arsip data, analisis kasus historis yang diperluas, videografi, Teknik-teknik projektif seperti kolase, analisis semiotic.

Adapun alur penelitian yang menggunakan metode netnografi adalah sebagaimana berikut ini (Kozinets & Gambetti, 2021):



1. Mendefinisikan pertanyaan penelitian, situs sosial atau topik untuk dilakukan investigasi.
2. Memilih dan Mengidentifikasi komunitas
3. Partisipan-Observasi komunitas (peneliti melibatkan diri dalam komunitas)
4. Analisis Data dan Interpretasi temuan.
5. Menulis, mempresentasikan laporan penelitian, implikasi kebijakan dan teoritis

Sementara itu keunggulan dari metode netnografi adalah kecepatan di dalam mengumpulkan informasi , berbiaya rendah dibandingkan metode etnografi. Di samping itu dianggap lebih alami dan tidak ada intervensi data, karena bersumber dari percakapan aslinya(Purwanto & Ihalauw, 2017).

Lokasi penelitian yang diambil yaitu daerah Surabaya, Mojokerto, dan Kota Malang. Hal ini untuk mengetahui sejauh mana netnografi dapat diterapkan didaerah perkotaan yang mana masyarakatnya telah banyak menggunakan internet sebagai media komunikasi. Selain itu, ketiga lokasi ini dikenal sebagai daerah yang memiliki jaringan internet yang sangat bagus di daerah Jawa Timur.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi

EBS Surabaya merupakan salah satu UMKM yang menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi, promosi dan berinteraksi dengan pelanggan. EBS berdiri sejak tahun 2007, sekitar 16 tahun lalu. Usaha ini bergerak di bidang desain grafis, percetakan, pengetikan serta pembuatan banner. Untuk pelanggannya mereka rata-rata anak sekolah, para pedagang yang membuat banner untuk usaha mereka. Ada juga pelanggan yang berasal dari instansi, seperti PTPN XI (PTPN Perkebunan) dan lain-lain, namun dari instansi tidak begitu banyak. Dari instansi umumnya hanya melakukan pesanan berupa banner kegiatan.

Di Mojokerto UMKM yang diambil bergerak dibidang tekstil berupa pakaian wanita dan pembuatan makanan berupa snack. Snack yang dijual yaitu kue kering yang dapat dikirim keluar kota dan kue tart yang dapat dipesan terlebih dahulu sebelum dibuat. Sementara UMKM yang di Malang peneliti mengambil UMKM yang memang telah melakukan penjualan melalui media sosial seperti market place.

Pendapatan Pelaku UMKM Selama Pandemi

Berdasarkan hasil wawancara dengan EBS sebagai pelaku umkm, Bagaimana Pendapatan Pelaku UMKM masa Pandemi Covid-19 :

“ EBS mengatakan : usaha saya berdiri sejak tahun 2007, sekitar 16 Tahun. Bergerak di bidang Desain Grafis, percetakan, pengetikan dan Bikin Banner. Untuk

pelanggannya itu anak sekolah, para pedagang yang bikin banner. Kalo dari instansi, pelanggan saya itu PTPN XI (PTPN Perkebunan). Biasanya berupa pembuatan banner, trus logo. dulu saya di Rungkut ini tidak tahu apa-apa. Modal awal saya Rp 8.000.000. Tidak seperti ini. Dulu saya jual beras, gula, pulsa, trus cetak photo juga. Namun semua itu sekarang terseleksi menjadi desain grafis. Printing, percetakan banner, dan percetakan photo. Pendapatan awal kalau dulu itu harga Nasi Rp 5.000,00. Itu tahun 2007. Jadi seharusnya itu tidak kurang dari Rp 15.000,00. Karena masih awal, pasar ini masih sepi sekali. Rp 15.000 x 30 hari ya Rp 450.000,00. Minim sekali. Saya selama pandemic Covid itu penghasilan tetap. Tetapi yang dalam pandemic ini, kebutuhan nge print untuk covid (pamphlet pencegahan covid) dari anak-anak sekolah itu lebih banyak. Banner-banner (pencegahan covid-19) untuk kampung lebih banyak sekarang. Waktu covid itu. Jadi Banner-banner meningkat. Terus kebutuhan untuk covid itu lebih banyak. Justru lebih meningkat dikarenakan Kebutuhan untuk Covid itu lebih banyak (Banner dan Pamflet pencegahan covid) itu lebih banyak. Untuk media sosial yang kita gunakan itu WA. Kita itu sebenarnya tidak pernah atau jarang sekali bertemu. Karena order itu lewat WA, terus hasil order itu di Go Send. Terus customer mentransfer uang ke saya. Jadi jarang sekali bertemu dengan pelanggan.”

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Dani sebagai pelaku umkm, Bagaimana Pendapatan Pelaku UMKM masa Pandemi Covid-19 :

“ Bapak Dani Mengatakan : Bisnis yang saya jalankan yaitu penjualan Baju takwim dan kue. Yang terdiri dari kue kering, kue tepung juga ada, donat juga jalan semua dan kalau untuk baju itu seperti baju cewek. Baju yang gamis, masih berjalan juga. Pendapatan saya pada masa Pandemi cenderung menurun. Untuk system pemasaran ya tetap pakai order. Kalo nggak pake online, waktu pandemic itu tutupnya dijadwal sama pemerintah daerah. Tentunya pakai online juga. Misalnya Di WA , FB juga. Pelanggan lama sudah ada di kontak WA dan FB juga.”

Berdasarkan hasil wawancara dengan Aldi Firmansyah sebagai pelaku UMKM, Bagaimana Pendapatan Pelaku UMKM masa Pandemi Covid-19 :

“ Aldi Firmansyah mengatakan : Pada awalnya kan masih SMA. Awal-awalnya ada facebook. Awalnya jualan di facebook. Penjualannya tidak bisa di Shoppe atau Lazada. Setelah sistemnya COD. Itu awalnya tapi pakai facebook. Saya menawarkan barang di facebook. Janjian ketemu. dari SMA memang sudah suka mencari uang sendiri. Walaupun dari orang tua itu ada. Adanya shoppe itu tahun berapa ya ?. kemudian mencoba Tokopedia. Di Tokopedia itu saya sempat mencoba flashsell. Misalnya saya menjual barang seharga Rp 30.000. Saya menyediakan barang itu. Pembelinya adalah Tokopedia. Sama Tokopedia untuk mempromosikan dan menjual ke pelanggan hanya Rp 10.000. ditanya oleh Tokopedia harga barangmu “ berapa harga barangmu ?” , saya jawab : “harganya 10.000”. Oleh Tokopedia dibeli. Tokopedia menjual ke pelanggan hanya Rp 10.000. Jadi itu sering Pak. Jadi sampai bisa 16 kali. Sekali transaksi dapat untung dalam kisaaran Rp 850.000 sampai Rp 1 juta. Kemudian Tokopedia menurun, kemudian muncullah Shopie. Saya menawarkan di Shoppe. Di Shopie itu

murah-murahan. Dari Shopie inilah berkembang sampai sekarang. Awalnya orderan itu 20 sampai 25. Tapi pas pandemic Pak, bisa mencapai hampir 400. Sengaja tidak stock. Soalnya kalo stock itu ada biaya sendiri. Ada stock pak. Cuma awalnya kayak keripik tempe itu pak. Keripik tempe itu difoto, itu sudah banyak yang order. Akhirnya lama-lama produknya jadi banyak. Tapi yang tertinggi pada saat pandemic itu. Satu hari itu pernah omzet sampai Rp 8 juta. Kalau dulu pas pandemic ratusan order. Untuk produk yang di pasarkan macam-macam. pas pandemic itu yang laku itu kalung masker sama masker. Kadang jepit-jepit. Pokoknya ada barang difoto dan ditawarkan. Pendaapatan pada saat pandemi itu justru tinggi pak . Dulu pernah omzet total itu pernah sampai Rp 8 juta perhari. gambarannya, bila ada orderan. Missal ada 100 orderan. Nah begitu orderan itu nyampe di pembeli pak. Terus pembeli itu ngasih bintang (tanda kalau sudah nyampe). Itulah baru nanti dari pihak Shoppe, akan menstransfer.”

Pendapatan Pelaku UMKM Setelah Pandemi

Berdasarkan hasil wawancara dengan EBS sebagai pelaku umkm, Bagaimana Pendapatan Pelaku UMKM Pasca Pandemi Covid-19 :

“ EBS mengatakan : sementara itu pendapatan pada pasca pandemi covid-19 tetep sebenarnya. Terus setelah pasca pandemic kan pesanan pasca pandemic ini meningkat. Sampai sekarang. Dimana pas Pandemi ini pendapatan Rp 50.000 dan setelah pandemi pendapatan Rp. 75.000 sampai Rp. 100.000.”

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Dani sebagai pelaku umkm, Bagaimana Pendapatan Pelaku UMKM Pasca Pandemi Covid-19 :

“Dani mengatakan : sementara itu pendapatan pada saat pasca pandemi covid-19 terdapat peningkatan, lebih banyak yang sekarang. Kalo covid kemarin itu cenderung menurun.”

Berdasarkan hasil wawancara dengan Aldi Firmansyah sebagai pelaku UMKM, Bagaimana Pendapatan Pelaku UMKM Pasca Pandemi Covid-19 :

“Aldi Firmansyah mengatakan : sementara itu pendapatan pada saat pasca pandemi covid-19 terdapat penurunan, kalau sekarang dalam sehari itu minimal 40 orderan. Kalau dulu pas pandemic ratusan order.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku UMKM maka diketahui bahwa pasca pandemi pendapatan kembali stabil bahkan cenderung meningkat karena setelah pandemi mulai terlihat kembali adanya penambahan jumlah orderan yang masuk. Kemungkinan karena setelah pandemi aktivitas yang dilakukan sudah mulai kembali normal sehingga jumlah kebutuhan juga meningkat. Baik itu dilihat dari segi makanan atau dilihat dari segi kebutuhan lainnya, seperti permintaan akan banner untuk kegiatan di sekolah, instansi atau warga sekitar yang melakukan aktivitas sehari-hari.

KESIMPULAN

Pendapatan Pelaku UMKM di Surabaya dan Malang mengalami penurunan pasca Pandemi Covid-19, menariknya untuk pelaku UMKM di Mojokerto mengalami kenaikan. Sebaliknya di Masa Pandemi Covid-19 pendapatan pelaku UMKM di Mojokerto mengalami

penurunan, sementara pendapatan pelaku UMKM di Kota Surabaya dan Kota Justru mengalami kenaikan. Ini mengindikasikan bahwa penjualan menggunakan system online (penggunaan platform media sosial) maupun penjualan menggunakan system offline akan memberikan implikasi yang berbeda pada pendapatan masing-masing pelaku UMKM.

Penelitian lebih lanjut bisa dilakukan untuk meneliti perbedaan penggunaan platform media sosial pelaku UMKM yang menjual produk tahan lama dengan pelaku UMKM yang menjual produk yang tidak bertahan lama.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Kozinets, R. V. (2010). *Netnography: Doing Ethnographic Research Online* (First Publ). Sage Publication LTD.
- Kozinets, R. V., & Gambetti, R. (2021). *Netnography Unlimited: Understanding Technoculture Using Qualitative Social Media Research* (First Publ). Taylor & Francis Group.

Jurnal dan lainnya

- Adisasmito, W. (2022). *Pandemi Belum Berakhir, Tetap Terapkan Upaya Pengendalian*. Upk.Kemkes.Go.Id. <https://upk.kemkes.go.id/new/pandemi-belum-berakhir-tetap-terapkan-upaya-pengendalian>
- Ratna. (2022, September 8). *UMKM Mulai Merasakan Dampak Kenaikan Harga BBM*. RadarLombok.Co.Id. <https://radarlombok.co.id/umkm-mulai-merasakan-dampak-kenaikan-harga-bbm.html>
- Wisoso, R., Puspitasari, I., Pink, B., & Andi, D. (2022, September 5). *5 Dampak dari Kenaikan Harga BBM yang Bakal Dirasakan Langsung Masyarakat*. Nasional.Kontan.Co.Id. <https://nasional.kontan.co.id/news/5-dampak-dari-kenaikan-harga-bbm-yang-bakal-dirasakan-langsung-masyarakat>