

RENCANA STRATEGI BISNIS JUALAN ONLINE DI MASA PANDEMI COVID-19

by Kasmanto Rinaldi

Submission date: 03-Oct-2023 03:30PM (UTC+0700)

Submission ID: 2184243690

File name: 5._Jurnal_Internasional_EATIJ.pdf (572.12K)

Word count: 1575

Character count: 10270

**RENCANA STRATEGI BISNIS JUALAN ONLINE DI MASA
PANDEMI COVID-19
(ONLINE SELLING BUSINESS STRATEGY PLAN DURING THE
COVID-19 PANDEMIC)**

^{1*}Budi Harto, ²Kasmanto Rinaldi, ³Ariraya Sulistya

^{1*}Universitas Pendidikan Indonesia

² Universitas Islam Riau, Indonesia

³Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral

email: budiharto1@upi.edu, kasmanto_kriminologriau@soc.uir.ac.id, 3riraya@gmail.com

Abstrak

Bisnis online saat ini berkembang dengan pesat. Hal ini dikarenakan dengan berbelanja secara online membuat keterbatasan jarak, waktu, dan biaya dapat teratasi dengan mudah. Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi seseorang untuk berbelanja online, mulai dari biaya yang lebih murah, kualitas jenis barang, kepercayaan, persepsi konsumen terhadap risiko, sampai dengan faktor lainnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh persepsi risiko, keterlibatan konsumen dan kepercayaan konsumen terhadap minat beli konsumen secara online.

Kata kunci— persepsi risiko, keterlibatan konsumen, kepercayaan konsumen, minat beli

Abstract

Online business is currently growing rapidly. This is because shopping online makes the limitations of distance, time, and cost easily overcome. There are many factors that influence someone to shop online, ranging from lower costs, quality of goods, trust, consumer perceptions of risk, to other factors. The purpose of this study was to analyze the effect of risk perception, consumer involvement and consumer trust on consumer buying interest online.

Keywords— *risk perception, consumer involvement, consumer confidence, buying interest*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi dan cepatnya arus informasi menyebabkan terjadinya perubahan kultur budaya dan aktivitas keseharian masyarakat. Era yang saat ini dijuluki era information age ini, media elektronik sudah menjadi kebutuhan primer yang menjadi tumpuan masyarakat dalam menjalankan segala aktivitas termasuk kegiatan perekonomian. Bisnis merupakan salah satu roda penggerak perekonomian negara saat ini tak luput dari ketergantungan terhadap pesatnya arus informasi. Aktifitas perekonomian saat ini dipaksa untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Tiap negara harus siap, jika tidak

ingin tertinggal atau tergerus oleh zaman. Kegiatan bisnis konvensional yang beberapa tahun terakhir menjadi tombak penggerak pertumbuhan ekonomi negara, kini harus segera bertransformasi ke mode bisnis berbasis Teknologi dan informasi atau yang lazim disebut Bisnis Online. Bisnis online merupakan sistem atau kegiatan bisnis yang dijalankan dengan mengandalkan internet sebagai media pemasaran. Penjualan secara online atau Bisnis Online memiliki kelebihan yang banyak daripada penjualan secara konvensional. Terlebih di masa Pandemi Covid-19 ini, hampir seluruh aktivitas diluar rumah dihentikan sejenak. Semua aktivitas vital dialihkan serta diupayakan dilaksanakan secara virtual, termasuk aktivitas perekonomian.

Pada kondisi pandemi saat ini, menjalan bisnis secara online sangat tepat. Selain karena keterbatasan kontak fisik secara langsung, bisnis secara online akan memudahkan pemasaran produk dan transaksi jual-beli tetap bisa berjalan tanpa kontak langsung antara pembeli dan penjual. Keberadaan Social Media menjadi peluang besar bagi para pelaku UKM dan bisnis Statup dalam mengembangkan bisnis mereka serta tetap mampu bertahan meski kondisi pandemi. Media Sosial beserta platform E-commerce saat ini banyak bermunculan dan membuka peluang bagi para pebisnis, khususnya pebisnis muda dan millenials dalam mengembangkan usaha. Keberadaan teknologi beserta fitur media informasi di dalamnya menjadi alasan banyaknya pebisnis muda. Melihat perkembangan zaman yang canggih serta kehidupan manusia yang semakin praktis, pelaku usaha harus segera beralih ke sistem penjualan yang berbasis teknologi. Keberadaan akses internet saat ini menyebabkan batasan-batasan informasi sudah tidak ada lagi. Aktivitas dunia nyata perlahan berkurang dan beralih ke dunia virtual atau maya. Di dunia maya, setiap pribadi memiliki hak yang sama untuk memberikan dan mendapatkan informasi tanpa batasan dan penghalang.

METODE PENELITIAN

Secara umum metode penelitian atau metode ilmiah adalah sebuah prosedur atau langkah-langkah dalam mendapatkan pengetahuan ilmiah atau ilmu. Secara terperinci Almack mendefisikan metode ilmiah sebagai sebuah cara menerapkan prinsip-prinsip logis terhadap penemuan, pengesahan, dan penjelasan kebenaran. Berangkat dari pengertian tersebut dapat dikatakan bahwa adanya metode penelitian memiliki fungsi yang sangat penting dan menjadi pedoman untuk mengerjakan suatu penelitian, agar dapat menghasilkan karya tulis yang maksimal.

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Bogdan dan Taylor mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Menurut keduanya, pendekatan dengan metode kualitatif diarahkan pada latar dan individu tersebut secara utuh (holistic).

2. Instrumen Penelitian

Pada penelitian kualitatif ini instrumen penelitiannya adalah manusia (peneliti itu sendiri). Peneliti pada penelitian kualitatif disebut human instrument. Human instrument berfungsi

menetapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, analisis data, menafsirkan data dan membuat kesimpulan atas temuannya.

3. Sumber Data

Data dapat diartikan sebagai fakta atau keterangan-keterangan yang akan diolah dalam kegiatan penelitian. Menurut sumber datanya, data penelitian dapat digolongkan sebagai data primer dan data skunder. Data primer atau data tangan pertama, adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan mengenakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari. Data skunder atau data tangan ke dua, yaitu data yang diperoleh lewat pihak lain, tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subjek penelitiannya.

4. Teknik Pengumpulan Data Menurut Arikunto dalam bukunya Hardiansyah

teknik pengumpulan data yaitu cara memperoleh data dalam melakukan kegiatan penelitian. Menurut Herdiansyah penelitian kualitatif dikenal beberapa teknik pengumpulan data yang umum digunakan. Beberapa teknik tersebut, antara lain wawancara, observasi, studi dokumentasi dan focus grup discussion. Namun pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik wawancara, studi dokumentasi.

5. Strategi pemasaran online yang bisa dijalankan.

1. Memiliki e-mail, baik yahoo, gmail atau lainnya

E-mail merupakan surat elektronik yang berguna untuk komunikasi sebagai perantara pesan. Serta merupakan syarat untuk memiliki akun lainnya.

2. Segera bangun toko online, baik melalui jejaring sosial, blog maupun web.

Bangun toko online di sosial media, baik itu facebook, instargram dll.

3. Lakukan promosi online yang gencar

Kesuksesan sebuah bisnis dapat ditentukan seberapa besar usaha marketing yang sudah dilakukan. Buatlah upaya marketing yang kreatif agar dapat menarik para pengguna internet untuk melihat produk yang ditawarkan.

4. Perpaduan pemasaran online dan dunia nyata

Jika sudah merambah ke pemasaran online, jangan tinggalkan pemasaran nyata. Lakukan keduanya agar hasil yang diperoleh lebih maksimal.

5. Memperbanyak relasi jaringan dunia maya

Sebelum yakin menjalankan bisnis online, yakinkan anda memiliki relasi yang kuat di dunia maya. Misalnya beberapa akun sosial media anda memiliki teman yang banyak atau bahkan sudah penuh.

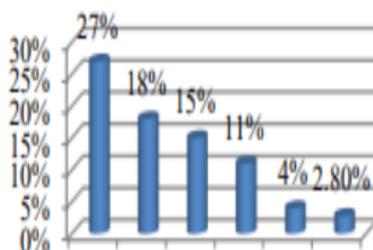
6. Jujur

Modal akhir senjata ampuh untuk sukses adalah jujur. Kita tidak melakukan pembohongan terhadap pelanggan kita dan produk yang kita jual memang baik adanya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian yang dilakukan pada pelaku UKM diketahui bahwa untuk keberlangsungan usahanya pelaku UKM berupaya untuk memasarkan produk makanannya secara optimal. Strategi pemasaran yang digunakan di tengah pandemi covid-19 yaitu dengan menggunakan media sosial, antara lain, facebook, instagram, Whatsapp, telegram dan lain sebagainya.

Dari hasil wawancara dengan pemilik usaha pelaku UKM yang menyediakan makanan ringan dengan selera pedas diketahui bahwa pemanfaatan internet dan media sosial untuk memasarkan hasil produksinya sangat tepat dan bermanfaat serta dapat menjangkau daerah-daerah tanpa terbatas ruang dan waktu. Hal ini dapat terlihat pada grafik berikut:



Sumber: data diolah

Grafik 1 Sebaran Produk Periode Mei-Juli 2020

Dari grafik 2 dapat diketahui, bahwa sebaran produk pelaku UKM sudah tersebar hampir ke seluruh wilayah Indonesia dan bahkan ke beberapa negara Asean.

Data di atas menunjukkan bahwa pemanfaatan internet dan media sosial sebagai bagian dari strategi pemasaran sudah sangat tepat apalagi di saat pandemi covid-19 ini. Hal ini tentunya memperkuat pendapat dari Suswanto & Setiawati (2020), Gu, Han,& Wang (2020) yang menyatakan bahwa pemasaran produk secara online sangatlah tepat dalam upaya mendukung pemasaran secara tradisional.

Pendapat dari para ahli tersebut diperkuat oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Bastian (2015), Jermias (2008), dan O'Brien (2003), bahwa pemasaran produk dengan memanfaatkan teknologi informasi melalui internet dan sosial media merupakan strategi yang tepat untuk memasarkan hasil produksi tanpa batas dengan tetap memperhatikan neraca keuangan perusahaan. Dengan demikian penulis dapat menyimpulkan bahwa penerapan strategi yang tepat selain dapat mempertahankan kelangsungan usaha kecil juga dapat memperluas jaringan pemasaran yang berdampak positif bagi pertumbuhan dan perkembangan usaha kecil di masa yang akan datang.

SIMPULAN

Bila anda ingin memulai bisnis online jangan takut. Bisnis online tidak terlalu banyak mengambil resiko karna tidak memerlukan tempat untuk memulai usaha. Anda hanya membutuhkan biaya untuk menjalankannya saja, seperti biaya internet.

Bila anda seorang yang mempunyai bisnis online tentunya sering mengalami hambatan dan permasalahan. Inti dari semua permasalahan anda sebetulnya adalah anda ingin sukses dalam berbisnis, sukses ini tercapai dengan sarana penjualan produk anda.

SARAN

Apabila ingin melakukan bisnis online beberapa tahapan perlu dilakukan yang paling penting itu adalah mempunyai e-mail karna sangat mudah untuk berkomunikasi dan bertransaksi dengan konsumen yang ingin membeli barang anda. Janagn lupa untuk beriklan, melakukan promosi, dan juga menjalin hubungan yang baik dengan konsumen dan yang paling penting adalah jujur dalam berdagang.

DAFTAR PUSTAKA

1. Hughes, & Kapoor. (2010). *Business In Pengantar Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
2. Mantra, Ida. Bagoes (2007). *Filsafat Penelitian Dan Metode Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
3. Pratama, G. (2020). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Barang Dan Jasa Secara Online Sebagai Alternatif Membeli Dikalangan Mahasiswa*.
4. Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.
5. Lifany, Citra Anugrah. (2016). *Bisnis Online Shop Dikalangan Mahasiswa*. Academia.Edu,15110021.
6. Setyabudhi, A. L., & Saputra, E. (2020). *Analisis Pengembangan Produk Charger Handphone Dengan Menggunakan Metode Quality Function Deployment (Qfd)*. *Engineering And Technology International Journal*, 2(03), 1-8.
7. Setyabudhi, A. L. (2020). *Task Analysis Dalam Kompetensi Perawatan Kendaraan Secara Berkala Di Dunia Industri Otomotif Batam*. *Technical And Vocational Education International Journal (Taveij)*, 1(01), 1-10.

RENCANA STRATEGI BISNIS JUALAN ONLINE DI MASA PANDEMI COVID-19

ORIGINALITY REPORT

21 %

SIMILARITY INDEX

17 %

INTERNET SOURCES

10 %

PUBLICATIONS

0 %

STUDENT PAPERS

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

1%

★ Syaiful Bahri. "Respon Masyarakat Terhadap Madrasah Takmiliyah Di Kabupaten Rejang Lebong", Tadbir : Jurnal Studi Manajemen Pendidikan, 2018

Publication

Exclude quotes On

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography On