



Manajemen *Entrepreneurship Education* melalui pemasaran di tengah Pandemi covid-19: Studi kasus usaha minuman Kamsia Boba di Kabupaten Bangkalan

Fahmi Fadlillah Syaiful

Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura

e-mail: fahmivet16@gmail.com

Abstrak

Saat ini dunia digemparkan dengan penyebaran covid-19 yang berawal dari China yang kemudian menyebar keseluruh dunia termasuk Kabupaten Bangkalan. Abdullah selaku pemilik usaha Kamsia Boba tepatnya di jalan RE Martadinata mengeluarkan kebijakan pemasaran dalam masa pandemi ini. Adanya pandemi ini menyebabkan penjualan turun drastis dengan kebijakan yang dikeluarkan oleh Abdullah untuk manajemen pemasaran usaha minumannya secara bertahap bidang usaha miliknya mampu bertahan dan tetap efektif.

Kata kunci: Covid-19, minuman, pelaku usaha, pemasaran, Kabupaten Bangkalan

Abstract

Nowadays the world is shocked with the spread of covid-19 which originated in China which then spread throughout the world including Bangkalan Regency. Abdullah as the business owner of Kamsia Boba precisely on the road RE Martadinata issued a marketing policy during this pandemic. The existence of this pandemic caused sales to plummet with the policy issued by Abdullah for the marketing management of his beverage business gradually his business sector was able to survive and remain effective.

Keywords: Covid-19, beverages, bussiness man, marketing, Bangkalan district

PENDAHULUAN

Covid-19 atau virus corona telah tersebar ke hampir seluruh negara di dunia sejak terindikasi muncul pertama kali di salah satu kota di provinsi Hubei China yakni Wuhan pada awal tahun 2020. Covid-19 telah menyebabkan ketakutan dan kepanikan tidak hanya di China, tetapi telah menyebar ke seluruh dunia.

Menurut data statistik John Hopkins University di Amerika Serikat episentrum virus corona berasal dari pasar ikan laut dan hewan di kota Wuhan Provinsi Hubei China. Hampir 82% dari sekitar 75.000 kasus virus corona berasal dari kota Wuhan (BBC.com., 27 April 2020).

WHO atau Organisasi Kesehatan Dunia menyebutkan gejala-gejala orang yang terinfeksi covid-19 yaitu sesak

nafas, batuk, serta bisa menyebabkan pneumonia, sindrom pernafasan akut, serta kematian. Penyebaran covid-19 sulit dikendalikan. Hal ini disebabkan orang yang mempunyai daya tahan tubuh yang kuat meskipun sudah positif terinfeksi covid-19 tidak akan menunjukkan gejala. Sehingga sangat memungkinkan untuk menularkannya pada orang lain meskipun ia sendiri merasa sehat.

Tetes atau droplet ketika seseorang batuk atau bersin menjadi media penyebaran covid 19. Tetes atau droplet tersebut akan jatuh ke benda-benda disekitarnya. Manusia bisa terinfeksi covid-19 apabila tangan atau anggota badan yang menyentuh droplet tersebut kemudian tersentuh mulut, hidung atau mata sehingga masuk ke saluran pernafasan.

Menurut data dari infocovid19.jatimprov.go.id jumlah pasien positif covid-19 meninggal 1 orang, pasien positif di kabupaten Bangkalan sejumlah 20 orang, 10 orang berstatus Pasien Dalam Pengawasan (PDP) dan 798 orang berstatus Orang Dalam Pemantauan (ODP). Khusus kecamatan Bangkalan pasien positif meninggal 1 orang, pasien positif dalam perawatan sejumlah 3 orang, 9 orang

berstatus PDP dan 2 orang berstatus ODP (www.bangkalankab.go.id, 12 Mei 2020).

Penjualan produk suatu usaha atau UMKM dibutuhkan pemasaran yang berorientasi masa depan. Artinya, bahwa pelaku UMKM atau pengusaha mampu memperluas jangkauan produk, perubahan strategi, dapat mengantisipasi tantangan keadaan yang akan dihadapi, meningkatkan seluruh kualitas pelayanan dan paling utama yaitu efektivitas pemasaran produk untuk dapat meningkatkan perusahaan tersebut sehingga tidak akan mengalami emacetan ataupun kemunduran, sehingga menunjang keberhasilan penjualan produknya. Oleh karena itu, menanggulangi berbagai kekurangan merupakan hal penting, sehingga efektif dalam melakukan kegiatan pemasaran produk.

Kamsia Boba yang ada di Bangkalan khususnya di jalan RE Martadinata kecamatan bangkalan juga turut berperan serta untuk mencegah penularan infeksi covid-19. Salah satu cara yang diambil yaitu dengan beberapa kebijakan penjualan. Penjualan tetap berjalan seperti biasanya melayani penjualan langsung namun ada prosedur yang dilakukan

yaitu pembeli diarahkan untuk mencuci tangan dengan sabun dengan fasilitas yang diberikan oleh manajemen Kamsia Boba milik Abdullah, selain itu staff diwajibkan menggunakan masker dan juga sarung tangan plastik. Pemasaran ditambah dengan menggunakan teknologi media sosial dan juga menambahkan kebijakan pemesanan/pembelian secara tidak langsung melalui media sosial.

Untuk itu penulis melakukan observasi studi kasus mengenai manajemen informasi pemasaran di tengah pandemi Covid-19 pada bidang usaha Kamsia Boba milik Abdullah di Kabupaten Bangkalan. Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui manajemen informasi pemasaran yang ada di tengah pandemi Covid-19.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif-deskriptif dengan pendekatan studi kasus tentang manajemen informasi pemasaran di tengah pandemi Covid-19 pada bidang usaha Kamsia Boba milik Abdullah di Kabupaten Bangkalan. Penelitian kualitatif dapat mengungkapkan peristiwa-peristiwa

nyata yang terjadi di lapangan dan juga menekankan sifat alamiah dari peristiwa yang terjadi.

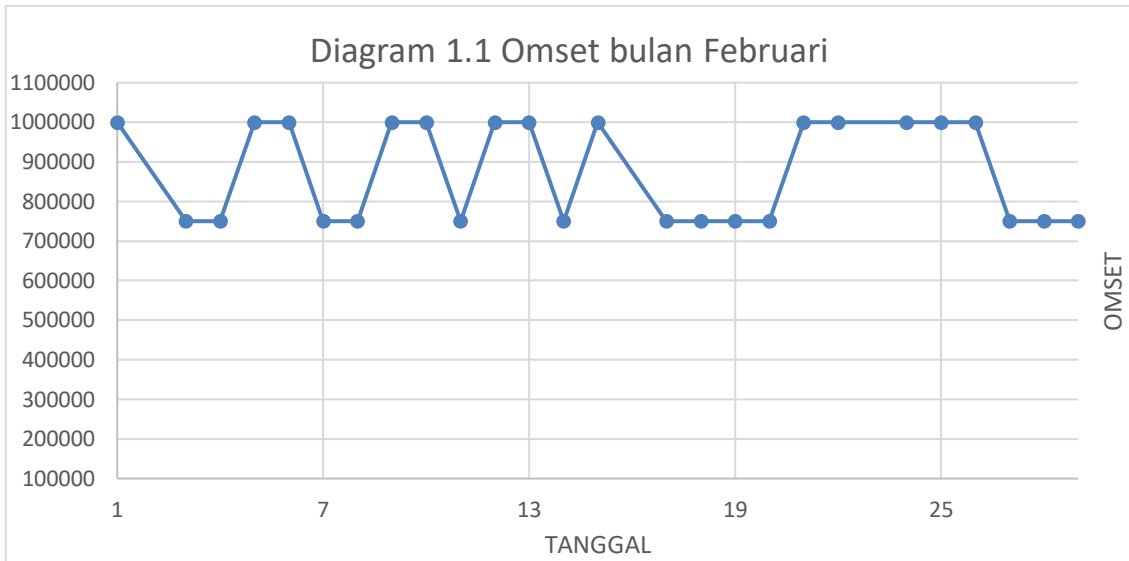
Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode observasi dan metode studi kepustakaan.

ANALISIS DATA

Data yang telah diperoleh di kelompokkan berdasarkan besaran omset 1 bulan sebelum masa pandemi, 1 minggu masa pandemi tanpa tambahan kebijakan pemasaran masa pandemi dan 3 minggu besaran omset pada masa pandemi dengan adanya tambahan kebijakan pemasaran. Data tersebut dievaluasi menggunakan analisis diagram scatter/diagram sebaran,

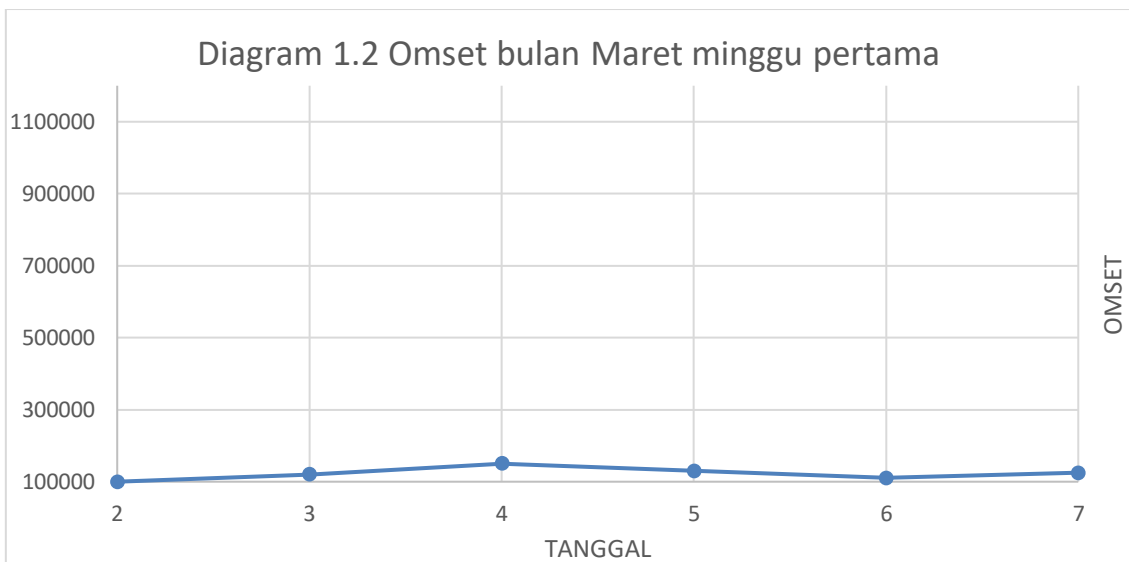
HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa Kamsia Boba milik Abdullah beroperasi selama 6 hari/1 minggu. pada 1 bulan sebelum masa pandemi yaitu bulan Februari omset pada bulan Februari total RP 21.000.000, dengan rata-rata perharinya beromset RP 875.000. Secara detail dapat di lihat pada diagram 1.1 dibawah ini.



Data pada 1 minggu masa pandemi tanpa tambahan kebijakan pemasaran masa pandemi yaitu pada tanggal 2 hingga 7 Maret 2020 menunjukkan bahwa total omset pada

interval tersebut RP 735.000 dengan rata-rata perharinya sebesar RP 122.500. Secara detail dapat di lihat pada diagram 1.2 dibawah ini.

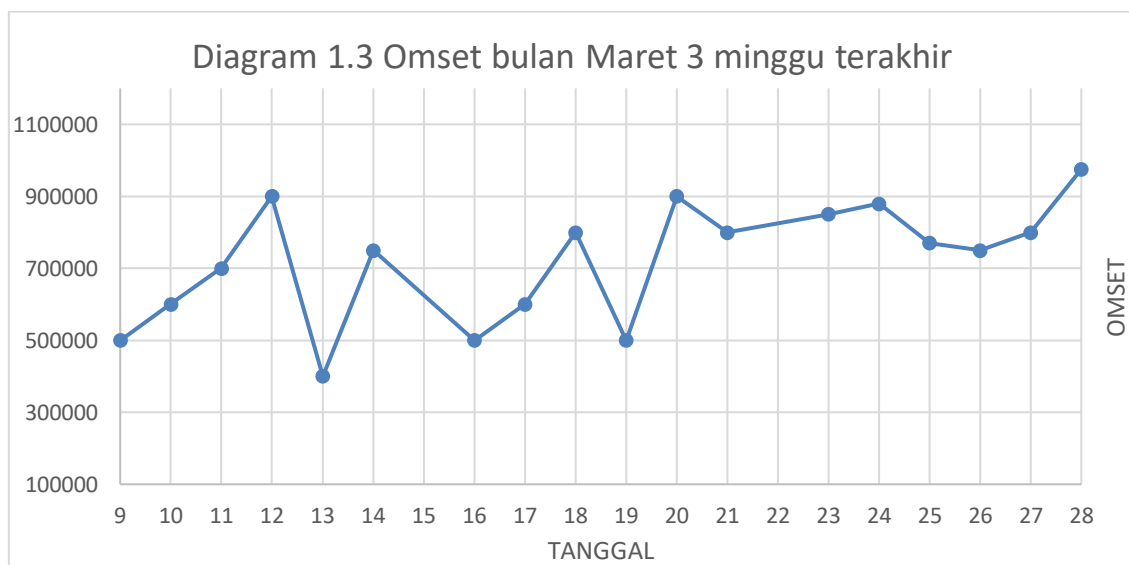


Data pada 3 minggu masa pandemi dengan tambahan kebijakan pemasaran masa pandemi yaitu pada

tanggal 9 hingga 28 Maret 2020 antara lain : Pemesaran dilakukan di berbagai media sosial yaitu whatsapp, intagram,

twitter, dan facebook. Pemesanan dapat dilakukan langsung di semua media sosial, dan promosi pengantaran gratis di setiap pembelian minimal 3 produk. Setelah diterapkannya 3 kebijakan pemasaran ini Kamsia Boba milik Abdullah menunjukkan bahwa total omset pada interval tersebut RP

12.975.000 dengan rata-rata perharinya sebesar RP 720.834. Hal ini menunjukkan kebijakan yang dilakukan sudah tepat dan efektif mempertahankan keberlangsungan usahanya dan omset seperti sedia kala. Secara detail dapat dilihat pada diagram 1.3 dibawah ini.



KESIMPULAN

Dampak adanya wabah Covid-19 membuat Kamsia Boba milik Abdullah mengeluarkan peraturan untuk mencegah penyebaran Covid-19 dengan mewajibkan pembeli langsung mencuci tangan dengan sabun, staff wajib menggunakan masker dan juga sarung tangan.

Berkurangnya omset pada masa pandemi membuat Kamsia Boba milik Abdullah sempat terpuruk dan merugi, namun secara cepat dengan menerapkan manajemen pemasaran yang lebih baik

dan mentaati etika yang ada omset usaha Kamsia Boba milik Abdullah berangsur mulai naik dan hampir mencapai omset seperti sebelum terjadinya pandemi Covid-19. Hal ini menunjukkan bahwa kebijakan pemasaran yang diterapkan oleh Abdullah selaku pemilik usaha minuman Kamsia Boba yang berada di Jl. RE Martadinatha Bangkalan sudah tepat dan efektif dengan nilai presentase omset pada masa pandemi tidak jauh berbeda dengan sebelum adanya pandemi yaitu hanya berkisar 82.3%

atau dengan kata lain selisih 17.7% dengan kondisi sebelum adanya pandemi Covid-19.

REKOMENDASI

Studi kasus pada salah satu usaha dalam bidang usaha minuman dalam tulisan ini dapat menjadi pedoman penyelesaian masalah pemasaran produk dalam masa pandemi Covid-19 dan dengan memperhatikan serta menerapkan seluruh kebijakan dan etika dalam berbisnis yang berlaku.

DAFTAR PUSTAKA

Duarte, F. (2020, February 21). Siapa orang pertama yang memicu wabah -detail&id=79

virus corona dan mengapa orang ini 'harus ditemukan'. Retrieved April 27, 2020, from <https://www.bbc.com/indonesia/dunia-51586103>

Infografis COVID-19 (26 April 2020). (2020, April 26). Retrieved April 27, 2020, from <https://www.covid19.go.id/2020/04/26/infografis-covid-19-26-april-2020/>

JATIM TANGGAP COVID. (2020, Mei12). Retrieved May12, 2020, from <http://infocovid19.jatimprov.go.id/>

Pemerintah Kabupaten Bangkalan. (2020, Mei12). Retrieved May12, 2020, from <http://www.bangkalankab.go.id/v5/?page=info>