

DAMPAK PANDEMI COVID 19 PADA PENGUSAHA BARBERSHOP 2 SAUDARA DI CEMARA RAYA BANJARMASIN

Jain Abdillah¹, Sanusi², Lieta Dwi Noviyanti³

¹Ilmu Komunikasi, 70201, Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, 18.11.0109

²Ilmu Komunikasi, 70201, Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, 0019056202

³Ilmu Komunikasi, 70201, Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, 1126117402

Email: Jainabdillah99@gmail.com

ABSTRAK

Jain Abdillah 18110109 Dampak Pandemi Covid 19 Pada Pengusaha Barbershop 2 Saudara Di Cemara Raya Banjarmasin.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi barbershop 2 Saudara Cemara Raya untuk meningkatkan omzet pendapatan usaha dan untuk mengetahui kendala yang dihadapi barbershop 2 Saudara di masa pandemi covid 19 dalam meningkatkan omzet pendapatan usaha.

Metode penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif dengan studi kasus. Data yang diteliti didapatkan dengan cara observasi, wawancara dan pendokumentasian kepada 5 orang narasumber sebagai sampel penelitian. Analisis data didapatkan dengan menggunakan pengumpulan data, pembagian data, penyajian data dan verifikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi komunikasi barbershop 2 Saudara Cemara Raya untuk meningkatkan omzet pendapatan usaha adalah dengan menggunakan strategi komunikasi pemasaran dalam menyampaikan informasi produknya kepada calon pelanggan menggunakan media sosial dengan lima pendekatan komunikasi pemasaran yaitu: a. Iklan dengan memanfaatkan fitur IG Advertising, b. Promosi penjualan menggunakan konten promosi yang di unggah c. Hubungan masyarakat yaitu menjawab komentar pelanggan d. penjualan pribadi dilakukan kepada pelanggan yang telah memiliki pengalaman transaksi online melalui Instagram, adapun kendala yang dihadapi barbershop 2 Saudara di masa pandemi covid 19 dalam meningkatkan omzet pendapatan usaha adalah adanya Pembatasan Sosial berskala Besar (PSBB), dilanjutkan PPKM yang membatasi pelanggan maupun Barberman berkumpul di Barbershop untuk menghindari penularan Penyakit Covid 19 sehingga solusinya adalah dengan meningkatkan promosi dan pemasaran melalui sosialmedia dan Online..

Kata Kunci : Strategi komunikasi, pemasaran online, home service, barbershop

ABSTRACT

Jain Abdillah, 18110109. Impact of the Covid 19 Pandemic on Barbershop Entrepreneurs 2 Brothers in Cemara Raya Banjarmasin

This study aims to determine the communication strategy of Barbershop 2 Brothers Cemara Raya to increase business income turnover and to find out the obstacles faced by Barbershop 2 Brothers during the covid 19 pandemic in increasing business income turnover. This research method uses a qualitative approach with the type of descriptive research with case studies. The data studied were obtained by means of observation, interviews and documentation to 5 resource persons as research samples. Data analysis was obtained by using data collection, data sharing, data presentation and verification. The results showed that the communication strategy of Barbershop 2 Saudara Cemara Raya to increase revenue turnover was to use

- Bulaeng, A.R. 2002. Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Pusat Penerbitan. Universitas Terbuka.
- Bungin, Burhan. 2007. Penelitian Kualitatif. Jakarta: Kencana.
- Creswell W. John. 2013. Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Dan Zarella. 2010. The Social Media Marketing Book. USA: Oreilly Media.
- Depdikbud. 2003. Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta : Balai Pustaka.
- Dinda Nadilla Yuzar 2020 Penyakit Menular Dan Wabah Penyakit COVID-19
- Djaslim,Saladin.2001. Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian. Bandung: Lindakarya.
- Durianto, Darmadi; Sugiarto; Sitinjak, Tony. 2001. Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan perilaku merek. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Emzir. 2010. Metodologi Penelitian Pendidikan:Kuantitatif dan Kualitatif. Jakarta: Rajawali Pers.
- Emzir. 2012. Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Evans, Dave dan Jake Mckee. 2013. Social Media Marketing: The Next Generation Of Business Engagement. Canada: John Wiley & Sons, Inc.
- Fandy Tjiptono. 2008. Strategi Pemasaran, Edisi III. Yogyakarta : CV. Andi Offset. Global Edition. Pearson Prentice Hall.
- Gunawan. (2016). Metode Penelitian Kualitatif: Teori & Praktik. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Hafizah Dwi Sasmita 2021. Analisis Tentang Dampak Covid-19 Terhadap Perekonomian Usaha Mikro Kecil dan Menengah DI Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika Kabupaten Lombok Tengah Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah
- IGA Yudi Artha K 2013 Perancangan Media Komunikasi Visual Gangs Barbershop di Bali.
- Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane, Keller. 2012. Marketing Management. Edisi 14.
- Levy, Pierre, 2010. New Media Teori dan Aplikasi. Jakarta : Erlangga
- Luttrell, Regina. 2015. Sosial Media : How to engage, share and connect. London: Rowman & Littlefield.
- Miles, Matthew B. and A. Michael Huberman. 2005. Qualitative Data Analysis (terjemahan). Jakarta : UI Press.
- Moleong, Lexy J. 2012. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Nasution,(2020) Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Perekonomian Indoeisia.
- Ni Made Wersi Murtini, 2020. Pemanfaatan Media Sosial Dalam Promosi Usaha Potong Rambut Baron Barbershop Di Banjar Bindu Desa Mekar Bhuana. Universitas Mahasaraswati Denpasar
- Reski Andita Syamsu Alam, 2021. Analisis SWOT Terhadap Strategi Pemasaran Uncle Dils Barbershop Kabupaten Luwu Timur Program Studi Manajemen Bisnis syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Ialam Negeri (IAIN) Palopo
- Reski Andita Syamsu Alam, 2021 Analisis SWOT Terhadap Strategi Pemasaran Uncle Dils Barbershop Kabupaten Luwu Timur.

Rizal, Veby Zilfania, Dan Lubis, Evawani Elysa. 2014. Social Media Marketing Dan Brand Image Restoran Burger. Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Riau Pekanbaru, Volume 5, Nomor 1.

Satory Djam'an, 2014. Metode Penelitian Kualitatif, Alfabeta:Bandung

Aisya Aurora Izzatunnisa 2021. Dampak Pandemi Virus Covid-19 Pada Pengusaha Barbershop Barber Di Surabaya Selatan, Vol 3, 1.

Internet :

https://id.m.wikipedia.org/wiki/pandemi/_Covid-19_di_Kalimantan_Selatan

(<http://peluangusaha.kontan.co.id/news/bisnis-barbershop-masih-tetap-trendi>) Di akses Pada tanggal 25 Juni 2022 pukul 00:39 Wita