

## KOMUNITAS FACEBOOK PERWIRA GRABMERCHANT JAWA TIMUR SEBAGAI MEDIA PEMBERDAYAAN UMKM DI MASA PANDEMI COVID-19

**Sasmitaningtyas**

Prodi Studi Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Surabaya  
sasmitaningtyas.18029@mhs.unesa.ac.id

**Mutiah, S.Sos., M.I. Kom.**

Prodi Studi Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Surabaya  
mutiah@unesa.ac.id

### Abstrak

Guncangan ekonomi yang luar biasa di masa pandemi COVID-19 membuat banyak pelaku UMKM mengalami penurunan omzet yang cukup signifikan. Sehingga perlunya pembekalan dan arahan untuk para pelaku UMKM dalam menjalankan usahanya melalui pemberdayaan UMKM secara digital dimana mereka tetap dapat menjalankan bisnisnya melalui sistem online (*e-marketing*), salah satunya melalui Komunitas Facebook PERWIRA GrabMerchant Jawa Timur. Penelitian ini bertujuan untuk menambah pengetahuan terkait peran komunitas virtual khususnya peran Komunitas Facebook PERWIRA GrabMerchant Jawa Timur sebagai media pemberdayaan UMKM yang dapat membantu para mitranya di masa pandemi COVID-19, serta dapat mengetahui terkait bagaimana komunikasi kelompok yang terjadi pada komunitas tersebut. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus. Pengumpulan data didapatkan melalui observasi dan wawancara. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Komunitas Facebook PERWIRA GrabMerchant Jawa Timur berperan penting sebagai media pemberdayaan UMKM melalui berbagai program yang dilaksanakan secara eksklusif untuk para anggota komunitas / UMKM yang tergabung sebagai mitra / *merchant* Grabfood.

**Kata Kunci:** Pandemi COVID-19, Pemberdayaan UMKM, Komunitas Virtual, Komunikasi Kelompok.

### Abstract

*The extraordinary economic shock during the COVID-19 pandemic caused many MSMEs to experience a significant decrease in turnover. So that there is a need for provision and direction for MSMEs in running their business through empowering MSMEs digitally where they can still run their business through an online system (e-marketing), one of which is through the PERWIRA GrabMerchant East Java Facebook Community. This research aims to increase knowledge regarding the role of virtual communities, especially the role of the East Java PERWIRA GrabMerchant Facebook Community as a medium for empowering MSMEs that can help their partners during the COVID-19 pandemic, and can find out about how group communication occurs in the community. This research is a qualitative descriptive research with a case study method. Data collection was obtained through observation and interviews. The results of this research show that the East Java PERWIRA GrabMerchant Facebook Community plays an important role as a medium for empowering MSMEs through various programs implemented exclusively for community members / MSMEs who are members of Grabfood partners / merchants.*

**Keywords:** COVID-19 Pandemi, MSME empowerment, Virtual Community, Group Communication.

### PENDAHULUAN

Kejadian penularan berbagai penyakit secara luas (wabah) kepada masyarakat telah terjadi sejak dahulu kala. Salah satu negara yang memiliki histori panjang dalam menghadapi berbagai kasus wabah dan pandemi dari abad ke abad adalah Indonesia (Tuwu, 2020). Berbagai penyakit seperti kolera, pes, influenza, hingga COVID-19 telah bermunculan dan menggerus korban jiwa. Berbagai solusi mulai diciptakan untuk mengendalikan jumlah kasus penularan serta mengurangi dampak pada berbagai aspek kehidupan agar negara dapat bertahan.

Seperti halnya kasus serupa, penularan virus COVID-19 yang terjadi pada negara Indonesia. Sejak awal terkonfirmasi adanya virus COVID-19 masuk, jumlah kasusnya terus meningkat dengan pesat. Terhitung sejak tanggal 3 Januari 2020 hingga 27 September 2021, jumlah kasus terkonfirmasi positif COVID-19 berjumlah 4,209,403 dengan jumlah kematian mencapai 141,585 korban jiwa (WHO, 2021).

Selain pada semakin buruknya aspek kesehatan di berbagai negara, pandemi COVID-19 juga berpengaruh pada laju perekonomian global. Berbeda dengan tahun 2019 yang memiliki pertumbuhan ekonomi sebesar 5,02%, justru prediksi mengalami perlambatan di tahun 2020 hanya sebesar 4,8%

terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) yang kemudian akan berlanjut hingga tahun 2021 yang kemungkinan juga dapat mengalami sedikit penguatan pada kisaran angka 4,9% (Husni Awali, 2020).

Guncangan ekonomi yang luar biasa di masa ini membuat banyak pelaku UMKM mengalami penurunan omzet yang cukup signifikan. Menurut Ikhsan Ingrabatun selaku Ketua Umum Asosiasi UMKM Indonesia (Akumindo) menyatakan bahwa adanya penurunan pendapatan yang cukup signifikan bagi para pelaku usaha UMKM. Untuk sektor non kuliner mengalami penurunan mencapai 30-35% pada masa pandemi COVID-19 (Husni Awali, 2020). Sedangkan, berdasarkan riset melalui Paper.id dan SMESCO menunjukkan bahwa sebesar 43,09% terjadi penurunan omzet pada UMKM di sektor kuliner terutama pelaku usaha yang melakukan transaksi jual-beli produknya secara tatap muka seperti bisnis *catering* misalnya.

Keterkaitan kebijakan pemerintah di masa pandemi yang mengharuskan masyarakat melakukan pembatasan jarak dan kegiatan masyarakat mulai dari berskala besar hingga status level yang ditetapkan antar daerah. Maka dari itu, perlunya sinergi bersama antar pelaku usaha khususnya UMKM dengan pemerintah untuk menggerakkan kembali ekonomi bangsa. Perlu adanya perubahan dan adaptasi baru dalam menjalankan usaha di masa pandemi ini (Arrizal & Sofyantoro, 2020).

Dengan adanya sinergi bersama pemerintah, perlunya pembekalan dan arahan untuk para pelaku UMKM dalam menjalankan usahanya melalui pemberdayaan UMKM secara virtual dimana pelaku usaha tetap dapat menjalankan bisnisnya melalui sistem online (*e-marketing*). Dengan begitu, munculah norma baru yang mengharuskan untuk dipelajari di masa pandemi agar para pengusaha UMKM dapat melek teknologi (Farid, 2021). Tak hanya dilakukan di masa pandemi, hal ini juga berlaku pada masa pasca COVID-19 dimana para pebisnis/pelaku UMKM mengharuskan dirinya untuk melakukan pemulihan dan konsep yang baru dan tak lepas dengan unsur teknologi.

Kemajuan teknologi dewasa ini telah banyak merubah kehidupan masyarakat untuk melakukan berbagai hal secara lebih cepat, instan, dan mudah. Munculnya perkembangan pada bidang telekomunikasi telah menjadi sarana dalam berbagai bidang yang menjadi tanpa batas dan tanpa hambatan. Revolusi teknologi informasi dan komunikasi begitu dapat dirasakan semenjak munculnya internet. Kehadiran internet telah mampu menunjang berbagai sektor, salah satunya pada sektor usaha/bisnis. Era digital begitu berperan dengan menjadi poin utama yang cukup krusial dalam pemasaran digital, komunikasi bisnis, dan tren produk yang potensial. Bagi para pelaku usaha yang masih terhalang dengan minimnya akses internet dan pengetahuan terhadap teknologi, maka diharuskan untuk mulai belajar dan memanfaatkan teknologi dengan berjejaring melalui

media sosial, salah satunya dengan cara bergabung pada komunitas virtual.

Porter (dalam Bensa, 2015) menjelaskan bahwa komunitas virtual adalah sekumpulan individu yang melakukan interaksi dengan tujuan dan minat yang sama, dan didukung serta diberikan ruang melalui teknologi yang diatur dengan beberapa pengurus ataupun aturan tertentu yang disepakati bersama. McQuail (2010: 149) mengutip Lindlof dan Schatzer (1998) mendefinisikan tentang terbentuknya komunitas virtual terjadi disebabkan adanya kesamaan minat, dan sering melakukan interaksi antar pengguna. Bukanlah sesuatu yang baru bagi masyarakat Indonesia dengan hadirnya berbagai komunitas virtual pada berbagai situs jejaring media sosial. Pada proses perkembangannya, adanya komunitas virtual ini pada awalnya hanya tersedia di beberapa platform saja, yang kemudian merambah pada jejaring sosial lainnya (Risnawati & Studi Manajemen, 2021).

Facebook merupakan salah satu platform berjejaring sosial terbesar dan yang digunakan hingga saat ini, sehingga platform Facebook dapat menjadi ruang yang eksis untuk membangun beragam komunitas virtual (Prayugo, 2018). Melalui berbagai fitur yang tersedia pada Facebook, para anggota komunitas bisa menjadi lebih mudah dalam berinteraksi, berbagi informasi, dan mengadakan berbagai acara virtual yang menunjang kepentingan bersama. Facebook merupakan salah satu aplikasi berjejaring sosial terbesar di dunia. Aplikasi yang diciptakan oleh Mark Zuckerberg ini telah menjadi media sosial terbesar dengan jumlah pengguna terbanyak di Indonesia. Negara ini menjadi negara dengan pengguna Facebook terbesar nomor urut 2 se-Asia (Kusnandar, 2021). Hal ini membuktikan bahwa masyarakat Indonesia telah melek digital dan mampu berkomunikasi melalui dunia maya.

Sebagai *online social networking*, Facebook hadir dengan memberikan berbagai fitur yang memudahkan pengguna untuk dapat bersosialisasi dan berinteraksi dalam dunia maya. Beragam fitur diantaranya seperti Grup Facebook, halaman */fanspage*, *marketplace*, pencarian teman, dan sebagainya. Melalui Facebook, para pengguna aktif dan berkomunikasi dan berkenalan dengan pengguna lainnya/teman baru, bergabung dalam komunitas virtual, dan memudahkan untuk saluran promosi atau digital marketing. Diketahui, fitur Grup Facebook adalah fitur Facebook yang menyediakan platform dan berbagai fitur didalamnya kepada Pemilik Halaman untuk membangun komunitas yang interaktif dan terkait antara pemilik komunitas dengan para anggotanya (Ahmad et al., 2021).

Namun, perlu diketahui bahwa fitur Grup Facebook juga memiliki tantangan dan masalah terkait privasi, penggunaan yang tidak etis, dan distribusi konten palsu atau berbahaya. Oleh karena itu, penting bagi anggota komunitas sebagai pengguna untuk menggunakan platform ini dengan bijak, memahami aturan perlindungan data, dan melindungi data pribadinya masing-masing. Sehingga, peranan Grup Facebook dapat menjadi ruang komunitas virtual yang

efektif di mana komunitas dapat dibangun dan dikelola berdasarkan minat dan tujuan bersama. Serta beragam fitur yang disediakan memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berbagi informasi, dan berpartisipasi dalam diskusi yang relevan.

Untuk itu, dengan adanya permasalahan pada masa Pandemi COVID-19 khususnya bagi para pelaku UMKM serta dibutuhkannya pemanfaatan teknologi dan platform digital yang terus berkembang (Pujiningsih & Muryanto, 2021), maka dari itu Grabfood Indonesia memberikan solusi melalui dibentuknya komunitas virtual yang dilakukan melalui platform Facebook khususnya pada fitur Grup Facebook yang dapat menunjang pemberdayaan UMKM yakni pada komunitas Facebook PERWIRA GRABMERCHANT JAWA TIMUR. Komunitas yang berdiri pada 2 Maret 2020 ini telah memiliki 9.269 anggota yang tergabung dan menjadi Mitra Grab (Data Per tanggal 19 Desember 2022). Selain itu, PERWIRA GrabMerchant Jawa Timur merupakan satu-satunya komunitas online yang didirikan resmi oleh Grab untuk mewadahi aspirasi dan inspirasi bagi para mitranya khusus untuk pelaku bisnis kuliner di Jawa Timur. Sehingga hal ini menunjukkan tingkat antusiasme Mitra Grabfood yang tinggi di Jawa Timur.

Grab merupakan aplikasi serba bisa terkemuka se-Asia Tenggara dan sudah hadir di Indonesia sejak tahun 2014. Aplikasi ini juga telah bekerjasama dengan pemerintah untuk membantu pemberdayaan mitra dan UMKM. Pada tahun 2019, Grab telah mengalami pertumbuhan pesat. Diketahui jika platform Grab mendapatkan predikat sebagai layanan pesan antar makanan terbesar se-Asia Tenggara oleh Momentum Works. Serta di tahun yang sama, Grab mencatatkan rekornya sebagai platform layanan pesan antar makanan terlaris/ yang paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia oleh Kantar Worldpanel.

GrabFood adalah aplikasi pengiriman makanan populer di Asia Tenggara yang disediakan oleh Grab. UMKM di sektor kuliner dapat mendaftarkan bisnis mereka di platform ini dan menawarkan menu mereka kepada pelanggan mereka melalui aplikasi. GrabFood memiliki jangkauan yang luas dan dapat membantu UMKM kuliner menjangkau calon pelanggan. Pada tahun 2019, jumlah pengguna aktif GrabFood meningkat sebesar 173% (Laraspati, 2020). Selain itu, GrabFood mencapai peningkatan nilai tambah bruto (GMV) sebesar 5,2 kali di seluruh wilayah/ regional pada tahun 2019 (Hastuti, 2020).

Dengan munculnya fenomena tersebut, maka peneliti ini memilih untuk memfokuskan pada kajian objek pemberdayaan bagi pelaku usaha UMKM yang tergabung menjadi Mitra Grabfood serta bergabung di komunitas Facebook PERWIRA GrabMerchant Jawa Timur dengan segmentasi pelaku usaha bisnis kuliner, yaitu apa saja manfaat yang didapatkan dan bagaimana dampaknya kepada para pelaku usaha kuliner dari segi pengetahuannya terhadap pemanfaatan teknologi dalam bidang bisnis, serta peran komunitas serta

komunikasi didalamnya dalam upaya membangkitkan & meningkatkan usaha para pelaku UMKM pada saat pandemi / menuju pasca COVID-19 melalui komunitas tersebut.

Pada kasus ini, mengimplementasikan teknologi informasi dan komunikasi pada Komunitas Facebook PERWIRA GrabMerchant Jawa Timur sebagai media pemberdayaan UMKM di masa pandemi COVID-19 memakai konsep dalam *cybercommunity*. Burhan Bungin dalam buku Sosiologi Komunikasi menjelaskan teori *cybercommunity* atau dikenal dengan teori komunikasi dunia maya merupakan salah satu teori dalam pengembangan ilmu komunikasi. Pembahasan tentang teknologi telematika menjadi erat hubungannya dengan perkembangan media baru (*new media*). Teori *cybercommunity* menekankan pada kelompok sosial yang berkembang pada dunia maya, sehingga memunculkan berbagai kelompok yang menjalin komunikasi dan mengkonstruksi pesan penggunaannya.

Teori *cybercommunity* mengkaji bagaimana interaksi yang terjadi pada kehidupan berkelompok di dunia maya. Proses pembentukan dinamika kelompok yang terjadi memiliki unsur ketidaksengajaan individu serta adanya proses pencaharian kelompok. Hal ini dapat terjadi ketika individu sedang mencari jati diri, pengakuan, serta menekankan pengembangan pada minat yang dimiliki, sehingga memunculkan niat untuk bergabung pada suatu komunitas tertentu. Teori *cybercommunity* ada karena dilatarbelakangi oleh konsep dasar dalam komunikasi yang terjadi secara digital meliputi hadirnya ruang yang membentuk kehidupan pengguna pada dunia maya (*cyberspace*), termasuk realitas yang diciptakan melalui aktivitasnya (*virtual reality*), dan kemunculan permasalahan hingga tujuan yang sama dari beberapa pengguna yang kemudian membentuk komunitas dunia maya (*virtual communities*).

Melihat uraian dari aktivitas tersebut, maka menangani permasalahan kondisi pelaku usaha UMKM di masa pandemi COVID-19 yang memerlukan pemberdayaan terkait *digital marketing*. Oleh sebab itu, Komunitas Facebook PERWIRA GrabMerchant Jawa Timur dapat menjadi sarana untuk mendapatkan beragam informasi, edukasi, dan relasi sebagai media pemberdayaan UMKM di masa pandemi COVID-19.

Berdasarkan pemaparan permasalahan tersebut, kemudian didukung dengan teori serta pertimbangan penelitian terdahulu mendorong peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana peran Komunitas Facebook PERWIRA GrabMerchant Jawa Timur sebagai media pemberdayaan UMKM di masa pandemi COVID-19. *Novelty* atau kebaruan dari penelitian ini yakni, dengan melihat bagaimana *cybercommunity* dimanfaatkan melalui Komunitas Facebook PERWIRA GrabMerchant Jawa Timur sebagai media pemberdayaan UMKM dalam menangani berbagai permasalahan pelaku usaha UMKM ditengah keterpurukan kondisi pandemi COVID-19 yang berubah secara drastis.

## METODE

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah pendekatan kualitatif. Sedangkan, penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Melalui penelitian kualitatif deskriptif, peneliti dapat memperoleh informasi mengenai peran komunitas *Facebook* PERWIRA GrabMerchant Jawa Timur sebagai media pemberdayaan UMKM di masa pandemi COVID-19.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah studi kasus. Sehingga dengan ini peneliti dapat mengetahui bagaimana peranan komunitas virtual khususnya komunitas *Facebook* PERWIRA GrabMerchant Jawa Timur sebagai media pemberdayaan UMKM di masa pandemi COVID-19. Melalui pertanyaan tersebut, peneliti mendapatkan data yang lebih banyak tentang peranan komunitas virtual sebagai media pemberdayaan secara digital di masa pandemi COVID-19.

Peneliti melakukan penelitian ini secara online melalui platform *Whatsapp* untuk wawancara mendalam dan *Facebook* untuk observasi melalui komunitas *Facebook* PERWIRA GrabMerchant Jawa Timur. Waktu penelitian akan dilaksanakan mulai pertengahan tahun menuju akhir tahun 2022, atau lebih tepatnya pada bulan Juli 2022 hingga Desember 2022. Pertimbangan pemilihan waktu penelitian ini didasarkan pada adanya momentum penerapan pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM) mulai dari level 3 hingga menurun ke level 1 di seluruh wilayah Indonesia yang kemungkinan juga adanya beragam kegiatan seperti acara virtual/kegiatan virtual yang diadakan pada komunitas tersebut untuk membantu mengedukasi seputar digital marketing dan meningkatkan omset para pelaku UMKM di masa pandemi COVID-19.

Untuk mendapatkan data dalam penelitian yang lebih terarah dan tepat sasaran, sehingga peneliti mempersempit kriteria untuk menentukan subjek penelitian yaitu:

1. Subjek merupakan anggota/admin yang tergabung dalam komunitas *Facebook* PERWIRA GrabMerchant Jawa Timur.
2. Subjek merupakan pelaku usaha UMKM yang tergabung sebagai Mitra Grabfood.

Objek penelitian ini merupakan kunci utama yang berfungsi sebagai topik yang ingin diketahui oleh peneliti sendiri. Objek penelitian juga menjadi pokok pembahasan dalam penelitian ini. Peneliti mengambil objek penelitian peran komunitas virtual sebagai media pemberdayaan UMKM. Ranah penelitian tersebut berfokus pada peran komunitas dalam pemberdayaan UMKM.

Sumber data penelitian ini berasal dari wawancara dan observasi. partisipan Informan yang diambil dari komunitas *Facebook* PERWIRA GrabMerchant Jawa Timur adalah admin komunitas, anggota komunitas yang berasal dari Mitra Grab

Surabaya, Mitra Grab Malang, dan Mitra Grab Banyuwangi.

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan metode triangulasi data. Untuk menguji keabsahan data pada penelitian ini, maka peneliti akan melakukan triangulasi sumber data dengan melakukan pengumpulan data melalui wawancara dengan narasumber, observasi hasil kegiatan komunitas, dokumen tertulis dan visual, arsip, artikel, atau tulisan pribadi dan unggahan gambar. Hal tersebut dimaksudkan agar hasil data yang didapatkan menjadi lebih lengkap dan mampu memberikan pandangan berbeda mengenai kondisi lapangan yang sedang diteliti.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Layanan Grabfood pertama kali diluncurkan pada tahun 2016 dan telah berkembang ke enam Negara yakni Indonesia, Singapura, Malaysia, Filipina, Thailand, dan Vietnam. Grabfood hadir di 178 kota di Indonesia. Pada tahun 2018, antara 18 Desember 2017 dan Desember 2018, volume pengiriman meningkat hampir sepuluh kali lipat dan jumlah pedagang meningkat delapan kali lipat. Faktanya, Grabfood telah melihat beberapa keberhasilan dalam waktu singkat, termasuk dinobatkan sebagai aplikasi pengiriman bahan makanan tercepat dalam survei yang dilakukan oleh firma riset eksternal Kantar. 25 data terbaru dari firma riset pasar luar lainnya, Nielsen, menunjukkan bahwa tiga dari empat responden di Jakartamengatakan pengiriman cepat adalah alasan mereka menggunakan layanan makanan dari Grabfood.

Pada awal pandemi COVID-19, terdapat banyak merchant atau mitra resto Grabfood yang mengalami penurunan pendapatan yang cukup signifikan. Para pemilik resto mengusahakan segala cara untuk mempertahankan bisnis kuliner yang dijalani dan banyak yang memang sudah tidak dapat dipertahankan dan berujung gulung tikar. Dengan kondisi yang kian memburuk, para pemilik usaha kuliner kemudian bergabung dalam suatu komunitas dengan memanfaatkan *Platform* *Facebook* dengan nama PERWIRA GrabMerchant Jawa Timur.

Komunitas virtual ini terbentuk pada tanggal 2 Maret 2020. Namun, pada 17 Februari 2022 nama komunitas yang awalnya Komunitas Resto Pilihan Grabfood Jawa Timur telah diubah menjadi KOMEN Grabfood Jawa Timur, serta dalam rangka penyeragaman dengan provinsi lainnya, per tanggal 1 Maret 2023 nama komunitas pun berganti menjadi PERWIRA GrabMerchant Jawa Timur yang sampai saat ini masih aktif. Komunitas *Facebook* PERWIRA GrabMerchant Jawa Timur memiliki anggota yang cukup banyak dan memiliki klaster dari berbagai daerah di Jawa Timur. Per tanggal 19 Desember 2022, tercatat 9.269 anggota Komunitas PERWIRA GrabMerchant Jawa Timur (*Facebook*, 2022).

PERWIRA GrabMerchant Jawa Timur merupakan komunitas yang mempertimbangkan berbagai aspek terkait kenyamanan, dan privasi dari masing-masing anggota komunitas, sehingga dalam

proses bergabung dalam komunitas memiliki beberapa aturan yang harus ditaati oleh calon anggota komunitas, diantaranya:

1. Komunitas ini hanya untuk pemilik usaha makanan yang adalah Mitra Grabfood
2. Dilarang membicarakan layanan pesan antar makanan lainnya dalam komunitas ini
3. Mempromosikan produk jualan tidak diperbolehkan
4. Hormati sesama Mitra Grabfood dengan tidak memberikan komentar negatif atau provokatif, apalagi mengandung SARA.
5. Jangan pernah memberikan kontak pribadi baik itu email, nomor HP, dan sebagainya pada kolom komentar maupun postingan.
6. Keluhan atau laporan pribadi bisa langsung menghubungi Whatsapp Bisnis kami 0859-4428-4482 (hanya via chat).

Teknologi masa kini telah memainkan peran besar dalam penyempitan dan modernisasi berbagai hal seperti waktu, ruang, dan jarak yang terhubung satu sama lain ruang yang disebut dengan dunia maya (*cyberspace*) (Jati, 2016). *Cyberspace* (ruang maya) telah menjadi tempat aktivitas para individu untuk melakukan kegiatan baru, interaksi baru, dan tatanan social baru (Fajriani et al., 2021). Berbagai kemudahan di era new society dengan beragam akses informasi antarpribadi dapat membuat perkembangan dalam berbagai sektor, salah satunya pemberdayaan secara virtual satu sama lain. Seperti halnya yang dilakukan pada Komunitas PERWIRA GrabMerchant Jawa Timur.

Dalam pemilihan media, media yang digunakan Komunitas Facebook PERWIRA GrabMerchant Jawa Timur yang efektif, berkesinambungan dan terus mengalami pembaharuan hingga saat ini adalah penggunaan platform Facebook. Facebook merupakan situs microblogging yang sudah dikenal dan digunakan oleh sebagian besar masyarakat Indonesia. Berdasarkan data Napoleon Cat, jumlah pengguna Facebook di Indonesia akan mencapai 178,7 juta akun pada Desember 2022. Selain itu, kini Facebook juga dapat digunakan di ponsel yang sudah memiliki koneksi internet, sehingga memudahkan pengguna untuk menulis atau berkomentar postingan yang diunggah pada Facebook.

Komunitas Facebook PERWIRA GrabMerchant Jawa Timur memilih Grup Facebook sebagai ruang komunitas karena kemudahannya untuk bisa selalu *upgrade* pembaharuan demi meningkatkan kapasitas dan kualitas ruang komunitas. Dari hasil observasi peneliti, diketahui pada tanggal 17 Mei 2022 Grup Facebook telah menambahkan set fitur pembelajaran otomatis yang dimana hal ini dapat mempermudah komunitas dalam pemeliharaan (*maintance*) di berbagai progam yang ada maupun untuk penambahan progam baru serta keaktifan kehidupan komunitas di dalamnya.

Dalam memaksimalkan komunikasi komunitas dan keaktifan anggota (*virtual reality*), pada komunitas Facebook PERWIRA GrabMerchant Jawa

Timur terdapat progam khusus seperti KOMEN HARTA KARUN, *Comment Of The Week*, dan Mitra Teladan Grabfood Jawa Timur dengan spesifikasi sebagai berikut :

NAMA PROGAM	TUJUAN & MANFAAT	KETERANGAN
KOMEN Harta Karun	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agar anggota bisa selalu aktif dalam berkomunitas</li> <li>• Menarik perhatian anggota grup karena julukan langsung ditemukan secara langsung ataupun sematan di kolom komentar.</li> <li>• Dikemas dalam bentuk mini games</li> <li>• Untuk meminimalisir adanya konten negatif pada grup</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Untuk bisa mendapatkan kepingan harta karun yang dapat ditukarkan dalam bentuk merchandise , trophy, sertifikat, set alat, masak, giant banner, dan iklan.</li> <li>• Dibuka dan dilakukan di setiap tanggal 23-30 di akhir bulan</li> <li>• Memiliki beberapa kategori berdasarkan nilai skor yang ditetapkan oleh admin seperti <i>Si Paling Aktivis</i>, <i>Si Pemenang Programs</i>, <i>Si Paling Cendekiawan</i>, <i>Si Paling Positif</i>, <i>Si Paling Pelawak</i>, <i>Si</i></li> </ul>

		<i>Penemu Peta Harta Karun, Si Paling Toxic</i>
Comment of The Week	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Untuk memberikan apresiasi kepada anggota yang aktif pada grup facebook PERWIRA Grab Merchant Jawa Timur.</li> <li>• Dilakukan setiap minggu</li> <li>• Memberikan tips, saran, dan masukan ke sesama anggota grup agar ada komunikasi aktif didalamnya.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adanya pemilihan tulisan dan postingan yang menarik di setiap minggunya.</li> <li>• Dipilih oleh tim / admin grup Facebook PERWIRA Grab Merchant Jawa Timur.</li> </ul>
Mitra Teladan Grabfood Jawa Timur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memotivasi para anggota grup Facebook PERWIRA Grab Merchant Jawa Timur.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diberikan kepada mitra yang aktif memberikan komentar yang membangun</li> <li>• Mendapatkan merchandise yang dapat menunjang usaha mitra.</li> </ul>

Serta, dalam menjawab permasalahan UMKM pada masa pandemi COVID-19 (*virtualCommunities*), pada komunitas *Facebook* PERWIRA GrabMerchant Jawa Timur tidak hanya pada platform Facebook saja yang digunakan. Namun, informasi dan program yang disampaikan pada Facebook juga diimplementasikan pada beberapa platform lain seperti

Zoom Meeting dan Whatsapp. Hal ini terlihat pada beberapa program seperti program PEDAS “Perbincangan Cerdas Ala Grabfood” dan Academy Expert Class yang menggunakan platform tambahan Zoom Meeting untuk menjadi ruang dan mewadahi anggota untuk mengadakan pertemuan bersama secara online untuk mendapatkan pengetahuan baru. Selain itu, pada program ADUINAJA juga menggunakan platform tambahan Whatsapp untuk melaporkan berbagai keluhan yang dialami kepada pengurus komunitas tersebut.

Interaksi sosial di PERWIRA GrabMerchant Jawa Timur diawali dengan kontak sosial dan komunikasi antar individu dan kelompok dalam lingkup diskusi pemecahan masalah, dan berbagi informasi. Dalam kegiatan tersebut, anggota komunitas ada rasa dan kepentingan yang sama untuk tujuan yang sama.

Dalam kasus PERWIRA GrabMerchant Jawa Timur, pengelola komunitas membuat tema yang sesuai dengan realitas para pengusaha UMKM, bahkan melalui beberapa programnya juga turut bekerja sama dengan beberapa anggota komunitas untuk menentukan topik diskusi untuk menggambarkan suasana diskusi yang menarik di berbagai program yang diadakan. Mereka berusaha menarik perhatian target pembicaraan dengan topik terkait Mitra Grabfood atau industri kuliner. Kegiatan diskusi bersifat informal agar tidak membosankan bagi *audiens*/sasarannya sehingga proses diskusi menjadi lebih menyenangkan dan mudah dipahami.

Strategi komunikasi PERWIRA GrabMerchant Jawa Timur yang tepat digunakan demi meningkatkan daya saing dan menambah informasi yang mempengaruhi tingkat pemberdayaan secara virtual serta kenaikan pendapatan UMKM di masa pandemi COVID-19. Pelaku usaha mengungkapkan bahwa dengan adanya PERWIRA GrabMerchant Jawa Timur dapat memberikan banyak manfaat dan memiliki peran yang sangat penting terhadap pemulihan UMKM dan digitalisasi UMKM.

Digitalisasi dapat meningkatkan produktivitas UMKM. Jika hanya mengandalkan pada kertas akuntansi jurnal atau buku besar, pengelolaan keuangan UMKM memiliki risiko kesalahan manual, sobek, atau kesalahan yang fatal. Namun, ketika telah mengadopsi teknologi digital keuangan, proses akuntansi bisnis menjadi lebih modern dan sistematis. Bahkan, akuntansi digital dapat dilakukan secara otomatis untuk meningkatkan kesejahteraan UMKM. Dengan cara ini, sistem perusahaan dapat diakses kapanpun dan dimanapun. Pengoperasian bisnis juga tersedia 24 jam non stop, yang berarti pendapatan perusahaan berpotensi berlipat ganda. Manfaat digitalisasi di komunitas ini adalah menghemat biaya untuk melakukan *upgrade* ilmu tentang penjualan pemasaran secara digital dan dapat membantu pemilik UMKM mengetahui teknik pemasaran yang tepat. Salah satu caranya adalah dengan platform aplikasi Grab.

Selain itu, bagi pemilik usaha dengan modal rendah, pelatihan digitalisasi usaha kecil dan menengah yang diberikan oleh komunitas GrabMerchant PERWIRA Jawa Timur dapat menghemat biaya dibandingkan dengan menggunakan upaya pemasaran tradisional. Digitalisasi UMKM juga memberi pelaku usaha jangkauan pasar yang lebih besar, dengan menggunakan situs web dan aplikasi seluler seperti aplikasi Grab Merchant sebagai cara untuk memasarkan produk secara *online*.

Disisi lain terdapat hambatan dan kendala yang dialami berbagai Mitra Grabfood atau pelaku usaha khususnya UMKM yang menjadi anggota dalam Komunitas Facebook PERWIRA Grab Merchant Jawa Timur. Kendala yang dipaparkan oleh pemilik usaha, dimana mengenai waktu dan keterlambatan informasi. Mayoritas dari pelaku usaha atau Mitra Grabfood yang tergabung pada komunitas ini kurang memiliki cukup waktu untuk berkontribusi terkait beragam program yang ada pada Komunitas Facebook PERWIRA GrabMerchant Jawa Timur, sehingga mereka kerap kali tertinggal informasi.

Komunikasi elektronik melalui media sosial dapat memungkinkan anggota kelompok untuk berkomunikasi secara cepat, tepat, dan efisien tanpa batasan ruang dan waktu. Namun pada komunitas

Facebook PERWIRA GrabMerchant Jawa Timur memiliki kelemahan dan kelebihan dalam membantu percepatan digitalisasi mitra yang didominasi pelaku usaha UMKM. Kelemahan pada komunitas tersebut terletak aktifitas anggota yang cenderung pasif. Hal ini membuat anggota kurang mengikuti beragam program yang ditawarkan oleh komunitas secara berkelanjutan.

Meskipun demikian, komunitas Facebook PERWIRA GrabMerchant Jawa Timur memiliki beragam kelebihan dibanding dengan komunitas serupa. Diantaranya adalah penyaringan anggota yang ketat, rutinitas kegiatan yang dilaksanakan, beragam program yang ditawarkan ke anggota, hingga apresiasi keaktifan anggota pada komunitas tersebut.

Sehingga, dengan adanya PERWIRA GrabMerchant Jawa Timur, usaha untuk meningkatkan taraf hidup dan mengembangkan UMKM yang telah ada di kalangan masyarakat sangat memiliki potensi untuk lebih berkembang dan berdaya saing tinggi. Dukungan dari pemerintah dan komunitas-komunitas tertentu juga merupakan salah satu faktor pendukung untuk mengoptimalkan pemulihan UMKM pasca pandemi COVID-19 serta membantu dalam pemberdayaan UMKM.

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

Hasil penelitian tentang Komunitas Facebook PERWIRA GrabMerchant Jawa Timur Sebagai Media Pemberdayaan UMKM di Masa Pandemi COVID-19 dapat disimpulkan bahwa terjadinya komunitas virtual di internet tidak lepas dari adanya peran perkembangan teknologi komputer untuk mendukung jalannya akses informasi. Komunitas virtual berfokus pada terjadinya

komunikasi dan interaksi antar individu yang membentuk sebuah kelompok yang memiliki minat dan tujuan yang sama. Adanya komunitas ini dibentuk oleh para partisipan yang memprivasi hubungan antara anggotanya (komunikasi interpersonal) pada komunitas tersebut dengan memanfaatkan peran dari teknologi informasi.

Dalam pemilihan media, media Komunitas Facebook PERWIRA GrabMerchant Jawa Timur yang berupaya menjadi komunitas yang efektif, keberlanjutan, dan selalu mengalami pembaharuan dengan menggunakan media Facebook. Facebook adalah situs microblogging yang mayoritas masyarakat Indonesia sudah memiliki akun dan aktif menggunakannya. Komunitas Facebook PERWIRA GrabMerchant Jawa Timur bukan hanya wadah untuk berbagi informasi seputar pelaku bisnis kuliner di Jawa Timur. Namun komunitas ini memberikan fasilitas kepada anggota berupa program-program penunjang seperti program harian, mingguan, hingga bulanan yang dapat memberikan informasi dan edukasi terkait digital marketing pada UMKM di bidang kuliner yang saat ini terjadi di Jawa Timur khususnya melalui platform Grab.

Peran komunitas dapat menjadi media yang jitu dalam strategi pemasaran. Tujuannya adalah untuk melibatkan anggotanya secara aktif. Ajakan tidak dipaksakan, namun informasi yang diberikan lebih bermanfaat baik bagi pelaku usaha UMKM, konsumen maupun pasar. Komunitas memfasilitasi komunikasi antar anggota dan membantu para pelaku usaha UMKM dengan memberikan kontribusi yang berharga untuk meningkatkan kualitas produk atau layanan mereka. Hal tersebut juga sebagai langkah dan upaya untuk kemajuan bisnis. Namun pada realitanya di lapangan, melalui Komunitas PERWIRA GrabMerchant Jawa Timur diketahui masih terdapat beberapa kendala yang membuat peran komunitas belum maksimal. Kendala tersebut diantaranya :

- Keaktifan anggota yang cenderung pasif membuat mereka kurang mengikuti beragam program yang ditawarkan oleh komunitas secara berkelanjutan.
- Mayoritas dari pelaku usaha atau Mitra Grabfood yang tergabung pada komunitas ini kurang memiliki cukup waktu untuk berkontribusi terkait beragam program yang ada pada Komunitas Facebook PERWIRA GrabMerchant Jawa Timur, sehingga mereka kerap kali tertinggal informasi.
- Beberapa program yang diusung oleh komunitas kurang mendapatkan ketertarikan dari anggota sehingga efektifitas dari program tersebut belum dapat dikategorikan sudah optimal.

Meskipun demikian, komunitas Facebook PERWIRA GrabMerchant Jawa Timur memiliki beragam kelebihan dibanding dengan komunitas serupa. Diantaranya adalah penyaringan anggota yang ketat, rutinitas kegiatan yang dilaksanakan, beragam

program yang ditawarkan ke anggota, hingga apresiasi keaktifan anggota pada komunitas tersebut.

Komunitas bisnis ini seringkali menjadi tempat di mana mereka bisa bertemu dan berbagi ide tentang kemajuan bisnis mereka masing-masing. Hasil komunikasi yang didapat melalui komunitas virtual dapat meningkatkan produktivitas UMKM. Mengandalkan hanya pada kertas akuntansi jurnal atau buku besar, pengelolaan keuangan UMKM sangat rentan terhadap resiko kesalahan manual ataupun resiko fatal lainnya. Namun, ketika pelaku usaha mengadopsi teknologi digital keuangan, proses akuntansi bisnis menjadi lebih modern dan sistematis. Bahkan, penggunaan teknologi digital pada sektor bisnis dapat dilakukan secara otomatis untuk meningkatkan kesejahteraan UMKM. Dengan cara ini, para pelaku usaha UMKM dapat mengakses sistem perusahaan kapan pun dan di mana pun. Salah satunya adalah dengan menggunakan aplikasi Grab.

#### SARAN

Berdasarkan kesimpulan di atas, saran yang dapat diberikan oleh peneliti agar peran Komunitas Facebook PERWIRA GrabMerchant Jawa Timur dalam pemberdayaan UMKM menjadi lebih optimal yaitu :

1. Diharapkan bagi mitra dan anggota Komunitas Facebook PERWIRA GrabMerchant Jawa Timur dapat memberikan kontribusi dan partisipasi aktifnya terhadap komunitas, sehingga dapat memberikan informasi yang lebih dan meningkatkan keeratan persaudaraan yang terjalin dalam Komunitas Facebook PERWIRA GrabMerchant Jawa Timur.
2. Diharapkan untuk anggota dapat selalu mendukung program-program yang ditawarkan oleh komunitas yang dapat membantu pemberdayaan UMKM dengan efektifitas yang didapatkan menjadi lebih terasa manfaatnya.
3. Diharapkan Komunitas Facebook PERWIRA GrabMerchant Jawa Timur dapat mengevaluasi berbagai program yang ada pada komunitas, agar ada inovasi yang lebih baik yang lebih sesuai dengan kebutuhan anggota / Mitra Grabfood yang dimana merupakan pelaku bisnis UMKM.
4. Diharapkan untuk Komunitas Facebook PERWIRA GrabMerchant Jawa Timur selalu mendukung program pemerintah dan melakukan pemberdayaan UMKM berkelanjutan dengan menghadirkan beragam ilmu yang menunjang produk UMKM agar memiliki nilai jual yang tinggi dengan kualitas yang dapat dipertanggung jawabkan dengan baik.

#### DAFTAR PUSTAKA

Ahmad, I., Prastowo, A. T., Suwarni, E., & Borman, I. (2021). *PENGEMBANGAN APLIKASI ONLINE DELIVERY SEBAGAI UPAYA UNTUK MEMBANTU PENINGKATAN PENDAPATAN*. 5(6). <https://doi.org/10.31764/jmm.v5i6.5413>

- Arrizal, Z., & Sofyantoro, S. (2020). *Birokrasi Pancasila: Jurnal Pemerintahan, Pembangunan dan Inovasi Daerah Pemberdayaan Ekonomi Kreatif dan UMKM di Masa Pandemi Melalui Digitalisasi*. 2(1), 39–48.
- Bensa, C. P. (2015). *TIPOLOGI KOMUNIKASI VIRTUAL: STUDI KASUS PADA FACEBOOK PARENTING INDONESIA*.
- Farid, M. (2021). *PKM Digitalisasi Bisnis UMKM*. <https://www.researchgate.net/publication/364278519>
- Husni Awali, F. R. (2020). *URGENSI PEMANFAATAN E-MARKETING PADA KEBERLANGSUNGAN UMKM DI KOTA PEKALONGAN DI TENGAH DAMPAK COVID-19*. *Balance, Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 1–14.
- Kusnandar, V. B. (2021, July 13). *Indonesia Pengguna Facebook Terbesar Kedua di Asia Setelah India*. <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2021/07/13/Indonesia-Pengguna-Facebook-Terbesar-Kedua-Dia-Asia-Setelah-India>.
- Prayugo, D. W. (2018). *PENGARUH KOMUNITAS VIRTUAL TERHADAP MINAT BELI ONLINE PADA GRUP FACEBOOK BUBUHAN SAMARINDA*. 6, 143–157.
- Pujiningsih, R., & Muryanto, S. (2021). *Peran Media Sosial Sebagai Media Pemasaran dan Branding Bisnis UMKM di Era Pandemi Covid-19 di Dusun Ngloram RT01 RW 02, Desa Pilangpayung, Kecamatan Toroh, Kabupaten Grobogan*. 2(1), 21–25. <https://doi.org/10.36596/sh.v2i1.526>
- Risnawati, N., & Studi Manajemen, P. (2021). *Peran Media Sosial Dimasa Pandemi untuk Kemajuan Perekonomian Di Masyarakat*. *Jurnal Simki Economic*, 4(1), 35–46. <https://jipied.org/index.php/JSE>
- Tuwu, D. (2020). *KEBIJAKAN PEMERINTAH DALAM PENANGANAN PANDEMI COVID-19*. *Journal Publicuho*, 3(2), 267. <https://doi.org/10.35817/jpu.v3i2.12535>
- WHO. (2021, September 29). *World Health Organization COVID-Explorer*. <https://Worldhealthorg.Shinyapps.Io/Covid/>.