

PENERAPAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PEMASARAN ONLINE DI ERA GLOBALISASI

Febi Fatlika Nurussufiah¹, Ummul Karimah², Siti Khodijah³, Ulil Hidayah⁴

^{1,2,3,4}Sekolah Tinggi Agama Islam Muhammadiyah Probolinggo

¹febifatlika04@gmail.com ²karimahalhabsyi07@gmail.com

³sitikhodijachh@gmail.com ⁴ulilhidayah31@gmail.com

Abstrak

Di Era Globalisasi ini kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi sangat pesat, terutama media sosial. Media sosial merupakan bagian dari internet yang memiliki fungsi salah satunya sebagai media yang digunakan untuk mempromosikan produk olahan makanan yang digunakan oleh pelaku usaha. Salah satu kunci sukses bagi seluruh bisnis dengan mengenal pelanggannya lebih dekat. Sosial media membuat proses komunikasi ini menjadi lebih mudah dibandingkan dengan masa sebelumnya. Media Sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Adapun tujuan peneliti adalah mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial dalam pemasaran bisnis yang berbasis online serta mengetahui bagaimana penerapan media social sebagai media pemasaran online di era globalisasi. Metode yang digunakan adalah metode pengabdian kepada masyarakat, pengambilan data dilakukan dengan melakukan wawancara serta dokumentasi kepada para pebisnis online bagaimana menerapkan media sosial sebagai sarana promosi produk di kalangan masyarakat terutama masyarakat pedesaan tepatnya di daerah Kecamatan Bantaran Kabupaten Probolinggo pada tahun 2022.

Kata Kunci: Manfaat, Media Sosial, Bisnis Online

Abstract

In this era of globalization, the progress of science and technology is very rapid, especially social media. Social media is part of the internet which has a function, one of which is as a medium used to promote processed food products used by business actors. One of the keys to success for any business is getting to know its customers better. Social media makes this communication process easier than ever before. Social Media uses web-based technologies that turn communication into interactive dialogue. The purpose of the researcher is to find out how to use social media in online-based business marketing and to know how to apply social media as an online marketing medium in the

era of globalization. The method used is the community service method, data collection is carried out by conducting interviews and documentation to online business people how to apply social media as a means of product promotion among the community, especially rural communities, precisely in the Bantaran District, Probolinggo Regency in year two thousand twenty two.

Keywords: Benefits, Social Media, Online Business

LATAR BELAKANG

Era Globalisasi merupakan perubahan global yang melanda seluruh dunia. Dampak yang terjadi sangatlah besar terhadap berbagai aspek kehidupan manusia di semua kalangan masyarakat. Hal ini disebabkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang akan mengubah pola perilaku konsumsi masyarakat. Apa lagi di masa pandemic covid-19 seperti sekarang ini akibatnya teknologi mengalami perkembangan yang sangat pesat.

Covid-19 merupakan penyakit menular yang disebabkan oleh jenis coronavirus baru. Virus ini ditemukan pertama kali di Wuhan, Tiongkok pada akhir tahun 2019. Covid-19 dapat menyebar dari orang ke orang melalui percikan-percikan dari hidung atau mulut yang keluar dari orang yang terjangkit. Covid-19 menyebabkan penyakit saluran pernafasan dan menimbulkan gejala seperti demam, cepat lelah, pegal linu, susah bernafas, sakit tenggorokan, maupun batuk kering. Ada juga dari beberapa kasus bahwa orang yang terjangkit menimbulkan gejala diare, hidung tersumbat atau tidak menunjukkan gejala apapun dan tetap merasa sehat.

Sebab penyebaran virus Covid-19 ini yang cukup cepat, kegiatan kantor serta profesi diluar rumah lainnya menurun, akibatnya jual beli dengan cara offline pun terpaksa wajib dibatasi. Akibat dari wabah Covid-19 ini ternyata tidak hanya dialami oleh masyarakat perkotaan saja, terlebih lagi masyarakat desapun juga menjadi korban keganasan virus ini, kestabilan ekonomi yang tidak dapat lagi seperti ketika kondisi normal (Prayogo & Nurdian, 2020).

Akibatnya dari ketidakstabilan ekonomi yang disebabkan dampak dari pandemi covid-19 ini banyak orang mulai menyadari bahwa internet mampu membantu mereka dalam menambah penghasilan. Pandemi covid-19 ternyata tidak selalu berdampak buruk pada perekonomian masyarakat. Saat ini banyak pebisnis mulai menggunakan cara-cara kreatif untuk mempromosikan bisnis mereka melalui media sosial.

Kondisi seperti ini tidak boleh terus menerus, kita harus mencari cara agar ekonomi kita bisa terpenuhi untuk membantu perekonomian sebagai kebutuhan sehari-hari. Dan salah satu cara untuk menumbuhkan perekonomian adalah dengan mulai bermain sosial media yakni bisnis online. Bisnis online sangat mudah asalkan kita mempunyai komitmen dalam menjalaninya insyaallah bisnis ini akan berkembang terlebih lebih untuk ibu rumah tangga dengan memulai bisnis online ini. Selain ibu rumah tangga para remaja pun bisa menjalaninya karena memang kemudahan yang sosial media berikan itu sangat membantu para pebisnis untuk mempromosikan barang dagangannya.

Media sosial memudahkan kita untuk berkomunikasi jarak jauh dan memudahkan kita untuk mengembangkan perekonomian masyarakat karena media sosial memiliki jaringan global.

Perkembangan periode yang energik dan selalu menampilkan kemajuan begitu cepat dalam semua pandangan aspek kehidupan, seperti pada masa saat ini yang disebut sebagai era kekinian atau modern telah banyak menyebabkan perubahan-perubahan sosial yang aktif dikalangan penduduk. Sejalan dengan perkembangan teknologi, pelaku bisnis pun banyak bermunculan, salah satunya dari para wanita, yaitu para ibu rumah tangga. Hal ini terjadi dikarenakan keinginan akan kepentingan hidup sehari-hari yang semakin besar akhirnya para ibu rumah tangga mencari jalan keluar untuk membantu perekonomian keluarga (Vernia, 2017).

Perkembangan bisnis online di Indonesia sangat baik dimana bisa dilihat dari banyaknya online shop baru yang bermunculan. Hasilnya yang menggiurkan membuat banyak orang rela meninggalkan pekerjaan utamanya demi fokus bisnis online, bahkan ada juga yang menggandakan pekerjaannya.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Participatory Action Research (PAR) dengan cara Pengabdian kepada Masyarakat (PKM), yang mana peneliti melakukan interaksi secara langsung kepada subjek yang ditelitinya. Oleh sebab itu, peneliti butuh untuk turun langsung ke lapangan hingga kategori studi Participatory Action Research (PAR). Penyediaan serta pemaparan pada mitra tentang metode pemanfaatan media sosial selaku media untuk bidang usaha secara online. Kita menggunakan whatsapp, kemudian melangsungkan pertemuan dengan mitra untuk membahas hal-hal apa saja yang rekan perlukan dalam memajukan bisnis online.

Terdapat perihal yang menjadi fokus pembahasan ialah mengenai kemajuan media sosial, peranan media sosial selaku usaha penjualan bisnis online, manfaat wirausaha bagi masyarakat untuk tingkatkan perekonomian masyarakat dalam optimalisasi media sosial untuk bisnis online. Sebab kenapa peneliti memakai tipe studi deskriptif kualitatif merupakan sebab peneliti butuh mencermati, ikut serta dan berperan dalam subjek penelitian.

Untuk mendapatkan informasi di lapangan dicoba dengan konsultasi mendalam pada sebagian informan yang diperoleh dengan cara acak yang aktif dalam melaksanakan promosi bidang usaha online di media sosial seperti di Whatsapp serta media sosial lainnya lewat ponsel atau smartphone. Kemudian pemantauan ataupun observasi langsung kepada pemakaian gadget sebagai media advertensi bidang usaha online di golongan warga di mana peneliti mencermati langsung cara pubilkasikan bidang usaha online di media sosial.

PEMBAHASAN

Indonesia menjadi salah satu negara yang menempati tingkatan teratas pengguna internet di dunia, persisnya terletak di tingkatan keenam serta terletak di tingkatan keempat di Asia Tenggara. Bukan hanya dalam aspek pembelajaran dimana berbagai macam e-Book dapat diperoleh melalui internet, berbagai informasi di dalam negara atau luar negara disajikan secara menarik, berbagai data dunia hiburan yang bisa diakses dengan cara up to date, namun juga pemanfaatan internet dengan cara teliti bisa menambah penghasilan yang amat besar(Rachmawaty & Siagawati, 2019).

Internet sudah melekat di kehidupan sehari hari manusia, ini terlihat dari banyaknya pengguna internet dan sosial media dimana tiada hari tanpa internet dan sosial media. Terutama di Indonesia sendiri internet sangat banyak sekali peminatnya. Tidak hanya di kalangan anak muda saja, melainkan dewasa bahkan orang tua pun juga menggunakan media sosial. Karena internet memiliki banyak kemudahan dalam pemakaiannya.

Informasi-informasi bisa diakses dengan memanfaatkan sarana elektronik gadget semacam smartphone, komputer, laptop, tablet serta e-reader dengan fitur internet. Kejadian yang ada di tengah penduduk, khususnya penduduk perkotaan serta tidak sedikit pula penduduk pedesaan mulai mengubah cara pandang dalam memperoleh informasi yang diperlukan dan berubah mengikuti kemajuan era, masyarakat lebih menggemari hal-hal praktis tanpa harus menghabiskan daya serta materi(Izzati, 2015).

Di era sekarang ini internet dan sosial media tidak menjadi hal asing lagi di kalangan masyarakat, karena banyak kemudahan yang ditawarkan oleh internet. Contohnya kita dengan adanya internet bisa mendapatkan informasi, mengirim pesan bahkan bisa berkomunikasi melalui internet. Ini terbukti dengan banyaknya manusia yang hampir setiap saat bisa berkomunikasi dengan orang lain dan juga keluarga. Bahkan saat ini dalam berbisnis dan pembelajaran sekolah pun membutuhkan internet.

Pesatnya kemajuan dunia teknologi serta informasi dalam beberapa tahun terakhir ini menghasilkan internet selaku alat komunikasi yang banyak disukai oleh publik. Bersumber pada informasi para penelitian badan survey Asosiasi Eksekutor Jasa Internet Indonesia (APJII) melaporkan bahwa pada Januari 2020, statistik pemakai internet di Indonesia terletak pada kisaran 175,1 juta ataupun kurang lebih 64,8% dari keseluruhan jumlah masyarakat. Masih dari studi yang sama, jumlah media sosial di Indonesia telah mencapai 160 juta, bertambah 8,1% ataupun 12 juta pengguna dibandingkan tahun lalu (Nuriawati, 2021).

Di era globalisasi saat ini, teknologi informasi berfungsi sangat penting. Dengan memahami teknologi serta informasi, kita mempunyai modal yang cukup untuk menjadi pemenang dalam kompetisi global. Informasi ialah modal utama dalam meningkatkan ilmu pengetahuan serta teknologi yang jadi senjata utama untuk membangun negeri.

Media sosial sebagai segala bentuk media komunikasi interaktif yang memungkinkan terjadinya interaksi dua arah dan sasaran balik. Maraknya perkembangan media sosial telah menarik minat orang untuk melakukan analisis dari berbagai perspektif yang berbeda (Saputra, 2019).

Media sosial tidak hanya digunakan seseorang untuk mempermudah dalam berkomunikasi saja, bahkan bisa juga sebagai media untuk berbisnis. Sangat menjadi peluang besar bagi pebisnis yang memanfaatkan media sosial dalam mengembangkannya. Beberapa jenis situs media sosial populer saat ini antara lain Instagram, Twitter, Facebook, TikTok, hingga Youtube. Media sosial sangat memudahkan Bagi kita yang mempunyai bisnis untuk promosi karena kebanyakan semua orang menggunakan hp untuk membeli barang-barang kebutuhan seperti pakaian, makanan dll.

Karena saat ini semua yang ada di penjuru dunia sudah mudah untuk di jangkau dengan media yang sudah semakin berkembang dengan seiring berjalannya waktu. Tidak hanya yang ada di dalam negeri, tapi bahkan yang di luar negeripun sangat

mudah untuk menjalin komunikasi saat ini. Dengan adanya teknologi canggih saat ini sejauh apapun dengan seseorang itu tetap bisa berkomunikasi.

Satu penunjang penting perkembangan suatu bangsa merupakan sumber daya manusia (SDM) yang kreatif, inovatif serta agresif. Dengan sumber daya manusia yang seperti ini, masyarakat mampu meningkatkan segala sesuatu yang mereka miliki menjadi hal yang berharga dan berguna (Dwinurmala et al., 2019).

Kegiatan ekonomi adalah aktivitas yang harus dilakukan untuk memenuhi kebutuhan setiap orang seperti berdagang, dan bisnis lainnya. Hal ini tentunya dipengaruhi berbagai faktor. Mulai dari faktor tempat, modal yang diperlukan, barang yang ingin digunakan untuk bahan bisnis itu sendiri. Sehingga menjadikan alasan berat bagi masyarakat yang berada di tengah-tengah faktor-faktor tersebut, karena merupakan pokok utama dalam menjalankan bisnis.

Berdagang ataupun berbisnis ialah kegiatan yang sangat direkomendasikan dalam ajaran Islam. Apalagi Rasulullah SAW sendiri juga disaat remaja telah memulai untuk berdagang ke negara Syam. Jual beli merupakan sesuatu yang diperbolehkan, dengan catatan selama dilakukan dengan benar sesuai dengan tuntunan ajaran Islam. Zaman dulu pada saat orang menginginkan sesuatu ataupun barang maka mereka wajib menggantinya dengan benda (tukar barang/barter), setelah itu berkembang dengan menggunakan uang untuk membeli barang itu. Saat ini dengan seiringnya masa yang terus berjalan serta ilmu teknologi yang semakin canggih sehingga dikenal jual beli dengan metode online serta kedepannya seperti apapun wujud jual beli, bagi Islam boleh dan halal selama memenuhi aturan-aturan yang sudah ditetapkan dalam syariat Islam (Fitria, 2017).

Masyarakat di seluruh penjuru dunia terutama di Indonesia saat ini banyak yang mengembangkan bisnis mereka di media sosial, karena seiring dengan perkembangan zaman yang semakin canggih ini. Dengan adanya media sosial pebisnis memiliki banyak peluang dalam mempromosikan bisnisnya.

1. Pengertian Media Sosial

Media sosial merupakan basis digital yang memudahkan pemakainya untuk saling bersosial, baik itu berinteraksi ataupun membagikan konten berupa catatan, gambar serta video. Seluruh konten, yang dibagikan itu akan terbuka untuk masyarakat dengan cara realtime. Media sosial merupakan sebuah alat yang memungkinkan orang untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu.

Para pelaku bidang usaha membutuhkan sarana penjualan yang efisien dengan tujuan meluaskan pangsa pasarnya. Media sosial sebagai alat perdagangan pastinya berhubungan dengan komunikasi perdagangan. Dalam komunikasi penjualan terdapat bauran perdagangan, salah satunya merupakan promosi. Hal penting dalam promosi adalah membuat catatan yang persuasif yang efisien guna menarik perhatian pelanggan. Strategi catatan yang efisien merupakan sesuatu catatan yang bisa mengantarkan tujuan promosi(Puspitarini & Nuraeni, 2019).

Salah satu cara agar produk-produk jualan kita dikenal lebih banyak orang ialah dengan memanfaatkan sosial media. Caranya pun sangat mudah yaitu dengan mengeshare produk-produk ke sosial media yang kita miliki. Dari situlah para pelanggan mulai mengenali produk kita dan tertarik untuk membelinya. Jadi di masa yang seperti sekarang ini tidak ada alasan bagi masyarakat yang mempunyai alat elektronik serta media sosial dalam menjalankan bisnisnya.

Bisnis Online merupakan bisnis yang bersifat mobile artinya kegiatan bisnis dapat diakses kapan saja dan darimana saja, pembeli dapat memesan produk atau barang online dengan menggunakan media seperti smartphone, laptop, notebook, komputer dan lain sebagainya(Vernia, 2017).

Jadi, bagi pihak penjual dalam proses perdagangannya melalui media sosial akan membantu untuk memperluas wilayah pemasaran produk yang akan dijualnya, sedangkan bagi pembeli, akan mempermudah mendapatkan informasi mengenai produk yang akan dibelinya. Dan keduanya antara penjual dan pembeli akan saling membutuhkan dan saling memenuhi kebutuhan masing-masing individu.

2. Pemanfaatan Media Sosial Dalam Bisnis

Penggunaan media sosial dikala ini sangatlah besar serta besar pengaruhnya, maka apapun informasi akan terasa lebih mudah didapat serta tidak adanya halangan untuk mendapatkan informasi dari pihak manapun. Penggunaan teknologi telah memberikan kemudahan dalam pekerjaan dan juga memberikan dampak yang positif pula untuk berbagai pandangan aspek, salah satunya aspek ekonomi(Harmelia & Edriani, 2021).

Sosial media sangat berpengaruh dalam kehidupan masyarakat karna dengan adanya internet atau sosial media kita bisa mendapatkan informasi lebih mudah. Apapun kegiatan dalam keseharian kita tidak pernah luput dari yang namanya teknolgi dan median sosial.

Peranan Internet dalam dunia bisnis yang sangat penting ialah berubahnya rancangan penjualan yang dilakukan oleh perusahaan. Perusahaan mulai menggunakan Internet sebagai ajang promosi ke seluruh dunia dengan membuat suatu web resmi perusahaan. Web perusahaan biasanya menunjukkan company profile, produk yang dijual serta informasi menyangkut aktivitas perusahaan (Situmorang, 2013).

Pentingnya peran internet bagi perusahaan besar atau kecil itu untuk mempermudah perusahaan tersebut menjangkau konsumen bahkan diseluruh penjuru dunia, karena pesatnya perkembangan teknologi saat ini hampir masyarakat di seluruh dunia mempunyai teknologi dan menggunakan media sosial. Berbisnis melalui media sosial ini sangat memudahkan pebisnis selaku pihak penjual dalam memasarkan bisnisnya atau bahan dagangannya, karena dari media sosial tidak hanya dilihat oleh satu orang saja melainkan semua orang di penjuru dunia yang memiliki media elektronik.

Perkembangan teknologi yang bertambah melesat mendorong pengguna internet Media Sosial dari berbagai penjuru dunia meningkat tidak lain dengan pengguna internet di Indonesia, serta setiap tahun terus berkembang dengan cara signifikan. Manfaat internet terutama media sosial telah memberikan banyak kemudahan dalam mendapatkan akses data, komunikasi, serta hiburan. Namun tidak hanya manfaat positif kehadiran internetpun ikut mengundang berbagai kemungkinan masalah, agar terhindar dari penyalahgunaan media sosial kita harus memanfaatkan media sosial dengan cara bijak.

Pada era pandemi seperti saat ini, dikarenakan banyak hal, seperti terdapatnya PSBB, himbauan untuk dirumah saja, banyak aktivitas beberapa orang dalam bekerja dan juga perkembangan teknologi sehingga fenomena jual beli melalui toko online ataupun online shop menjadi semakin bertambah. Membuat toko online akan menjadi angka tambah untuk tiap orang yang mau memulai usaha tetapi belum bisa mempunyai toko secara fisik. Tidak hanya itu, dengan adanya toko online atau online shop bisa menjadi modal untuk pemilik usaha yang telah memiliki toko fisik agar dapat juga menggunakan toko online untuk meningkatkan pangsa pasarnya (Diningrum et al., 2021).

Saat ini, sosial media berkembang sangat pesat dan memiliki banyak manfaat yang dapat kita gunakan sebagai sarana bisnis. Dapat kita lihat dari banyaknya

masyarakat yang menggunakan hingga mempercayai apa yang ada di dalam sosial media. Tak heran jika banyak entrepreneur yang bermunculan.

Salah satu kelebihan media sosial dibandingkan dengan media lainnya adalah mudah mengakses Informasi apapun, kapanpun, dan dimanapun. Kita dapat mempelajari aktivitas target pasar, mendapat tips-tips untuk usaha hingga mempelajari kompetitor. Pekerjaan ini akan memudahkan dalam melakukan strategi yang tepat untuk menjalankan bisnis.

Media sosial dapat memudahkan dalam menjalin hubungan tanpa batas dengan pelanggan, kita dapat memberikan informasi terbaru terkait program atau promo kepada pelanggan sekalipun di tempat dan waktu yang berbeda. Selain itu juga kita dapat menerima serta mendengarkan kritik dan saran dari pelanggan yang dapat membantu perkembangannya usaha kita. Dengan adanya media sosial memudahkan kita dengan jaringan bisnis yang luas dari dalam maupun luar negeri. Setiap aku website, blog, dan yang lainnya yang kita buat akan membuat kesempatan yang luas bagi para investor untuk berinvestasi pada bisnis kita.

Media sosial tidak hanya media untuk berkomunikasi, melainkan juga media sebagai peluang untuk berbisnis. Jadi, selama kita memanfaatkan media sosial untuk hal-hal baik maka akan menghasilkan hal baik juga.

Sudah bukan rahasia lagi, jika salah satu keuntungan melaksanakan bisnis online adalah modal yang diperlukan terbilang relatif kecil. Jauh berbeda jika dibandingkan dengan bisnis offline yang harus memiliki tempat untuk penyimpanan barang, kantor administrasi, dan toko penjualan. Tidak cuma itu, modal dalam berbisnis online hanyalah gadget dengan fitur mendukung, keahlian, dan kuota internet (Septiani et al., 2021).

Berbisnis online tidak hanya bisnis komplit yang mana menjalankannya itu sudah termasuk tempat untuk kita menjalankan bisnis kita. Dalam berbisnis online kita juga bisa untuk tidak menyimpan barang (stok barang), tetapi kita juga bisa memulai dari hal kecil terlebih dahulu seperti menjadi reseller dengan cara memasarkan produk dari owner atau seller terlebih dahulu.

3. Perkembangan Media Sosial di Indonesia

Sekarang ini internet sudah sangat populer di kehidupan masyarakat. Apapun aktivitas kita, kita sangat membutuhkan yang namanya teknologi dan internet. Dengan adanya internet kita sangat mudah mengirim catatan, file, atau dokumen dan media

lainnya. Internet telah menyatukan dunia seakan-akan dunia tidak mempunyai batas lagi.

Produk yang dijual secara online melalui media sosial serta market place online ini diharapkan dapat membidik pasar lebih besar, aktivitas promosi baik yang berbayar ataupun free dengan metode membagikan gambar produk melalui akun perorangan, maka sahabat sosial media hendak dapat menciptakan produk dengan cukup mudah (Prayogo & Nurdian, 2020).

Tidak dapat dipungkiri saat ini perkembangan bisnis online semakin banyak peminatnya. Karena dengan memanfaatkan media sosial dalam berbisnis akan dapat banyak keuntungan yang didapatkan. Karena berbisnis secara online sangat mudah dijalankan hanya dengan proses pemasaran melalui sosial media maka produk-produk kita sudah tersebar dimana-mana.

Salah satu contoh adalah pemasaran produk atau barang dengan cara online melalui internet seperti yang dilakukan Lazada, Tokopedia, Buka Lapak, Blibli, Elevania, Shopee dan lain-lain. Dalam bidang usaha ini, support serta pelayanan kepada konsumen memakai web ataupun website khusus melalui laptop ataupun computer; atau aplikasi yang bisa diunduh dari gadget ataupun handphone melalui playstore (Fitria, 2017).

Saat ini sudah tersedia banyak aplikasi dari gadget itu sendiri yang dapat membantu untuk pemasaran produk agar lebih dikenal oleh banyak konsumen dan memudahkan bagi konsumen untuk menjangkanya melalui gadget yang mereka miliki.

Seiring dengan kemajuan teknologi informasi serta komunikasi pada era digital sekarang ini membuat perkembangan internet semakin maju pesat. Media sosial dan internet sangat membantu kehidupan khususnya untuk memperoleh informasi, berinteraksi pun jauh lebih mudah. Sehingga untuk para pebisnis online dapat mempromosikan produk jualannya menjadi lebih mudah tanpa menguras tenaga dan modal yang besar.

Kemajuan media saat ini memberikan bermacam pilihan pada masyarakat untuk menikmati informasi dengan metode yang beraneka ragam. Hal ini juga yang mendesak kemajuan suatu media terkini yang dari tahun ke tahun semakin terasa efeknya. Awalnya, kata media sosial bahkan tidak diketahui, yang diketahui hanyalah jaringan sosial untuk berinteraksi antar sahabat saudara serta keluarga (Rachmawaty & Siagawati, 2019).

Jadi media sosial tidak hanya digunakan sebagai sarana untuk mengembangkan bisnis saja, melainkan media untuk saling berinteraksi sesama, bahkan dengan jarak sejauh mungkin juga bisa di jangkau. Namun dengan saling berinteraksi dapat juga saling mengajak sesama untuk berbisnis bersama melalui media sosial tersebut.

Jumlah pemilik perusahaan dan toko online meningkat pesat, faktor yang mempengaruhi pembelian produk onlineshop terutama kepercayaan (trust) dan selanjutnya akan menghasilkan loyalitas (loyalty) pembeli online. Agar pelaku bisnis dapat berhasil sehingga yang utama dilakukan yaitu membangun trust dan komitmen pada pikiran konsumen untuk mendukung bisnis onlineshop itu(Prayogo & Nurdian, 2020).

Tingkat kepercayaan sangat di perlukan oleh setiap penjual dalam berbisnis untuk menarik minat konsumen. Maka dari itu untuk mendapatkan hasil yang terbaik, seorang penjual atau pemilik toko harus memiliki metode pendekatan yang berbeda-beda tergantung kepada siapa calon konsumennya.

Perkembangan internet yang semakin meningkat mempermudah pengguna untuk memanfaatkan e-commerce yaitu perdagangan yang dilakukan dengan cara elektronik menggunakan internet(Wahyuningtyas & Widiastuti, 2015).

Pemasaran melalui social media sendiri terdiri dari usaha menggunakan komunitas online, jaringan sosial, web penjualan serta banyak lagi. Promosi, pemasaran dengan memakai social media mempunyai 3 keuntungan: Pertama, Media sosial menyediakan jendela untuk pemasar yang tidak hanya bermanfaat untuk mempromosikan produk serta pelayanan, namun pula bermanfaat untuk mencermati keluhan serta saran konsumen. Kedua, Media sosial sangat mudah untuk pemasar guna mengidentifikasi konsumen berdasarkan kelompok yang dapat pengaruhi pemikiran mereka tentang sesuatu brand; serta. Ketiga, Media sosial dilakukan tanpa biaya.

Peran penjualan saat ini tidak hanya menyampaikan produk ataupun pelayanan sampai ke tangan pelanggan namun juga gimana produk ataupun pelayanan itu bisa memberikan kebahagiaan pada konsumen dengan menciptakan keuntungan. Target dari penjualan merupakan menarik konsumen baru dengan menjanjikan harga luar biasa, menentukan harga menarik, membagikan produk dengan mudah, mempromosikan dengan cara efektif, dan menjaga konsumen yang sudah ada dengan tetap menggenggam prinsip kepuasan konsumen, oleh karena itu Allah SWT, mengingatkan melalui fiman-Nya: “Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan

janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan”. (QS. asy-Syu‘araa’: 183) (Nuriawati, 2021).

Manusia pada dasarnya merupakan makhluk inovatif sebagai sunnatullah atas rasa, cipta, serta karsa yang diberikan maha pencipta kepadanya. Salah satu teknologi yang sedang mumpuni pada masa sekarang ini salah satunya ialah media sosial.

Media sosial merupakan suatu media online dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, memberi serta menghasilkan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum, serta dunia virtual. Media sosial sendiri bisa memiliki fungsi yang positif ataupun negatif, tergantung dari penggunaannya.

Dengan semakin banyaknya pemakai internet di seluruh dunia, bidang usaha online sebagai salah satu hal yang menjamur akhir- akhir ini. Di Indonesia sendiri banyak sekali terdapat bisnis online, baik dalam skala kecil sampai besar. Kemudian bagaimana pemikiran Islam tentang bidang usaha ini? Pada dasarnya, bisnis online ini serupa dengan bisnis offline seperti biasanya. Yang membedakan keduanya hanya lokasi ataupun tempat bisnis itu dijalani. Dalam bisnis offline, terdapat toko ataupun tempat tetap yang dipakai untuk menjual benda ataupun jasa, sebaliknya bisnis online memanfaatkan media internet sebagai tempat berdagang sekaligus sarana berpromosi. Antara konsumen dan pedagang saling tidak tatap muka serta bisnis dilakukan atas dasar keyakinan (Situmorang, 2013).

Alasannya, beberapa bidang usaha malah mengalami perkembangan positif signifikan. Salah satunya, pelaku bidang usaha pemasaran online.

Bisnis online malah disukai banyak orang serta diduga sebagai solusi terjamin agar bisnis tetap berjalan lancar meskipun di era pandemi, keinginan konsumen tetap terpenuhi, dan lebih aman dari penyebaran covid-19 apabila dibandingkan dengan bidang usaha konvensional ataupun tatap muka secara langsung.

4. Rekomendasi

Adanya marketplace yang meningkat pesat saat ini menyebabkan banyaknya penjual untuk memasarkan produknya dengan cara online. Tetapi, berhasil tidaknya usaha online ini juga didetetapkan dari sedikitnya kesalahan umum online shop yang dilakukan oleh owner. Para penjual atau pebisnis kadang hanya berfokus untuk promosi dan mendapatkan keuntungan dari penjualan saja tanpa memperhatikan kesalahan atau kekurangan yang mungkin terjadi, seperti informasi atau deskripsi barang yang kurang lengkap

Situasi yang kerap membatasi keinginan konsumen untuk membeli dengan cara online merupakan, ketidaksesuaian antara barang yang dikirimkan oleh pedagang dengan yang tercetak pada facebook atau media sosial lainnya, masa pengiriman yang dijanjikan tidak sesuai dengan masa penerimaan barang dengan pelanggan, kerap terjalin penipuan dimana pelanggan telah mengirim sejumlah uang namun barang tidak pernah sampai ke tangan pelanggan. Sehingga untuk kedepannya para pedagang online lebih mencermati point-point persepsi resiko diatas agar keyakinan pelanggan bertambah pada pembelian barang dengan cara online(Wahyuningtyas & Widiastuti, 2015).

Meski Kita sudah memberikan yang terbaik, takdir buruk terkadang tidak bisa diduga. Seperti benda yang cacat dalam ekspedisi sebab kekeliruan pihak pelayanan pengiriman atau kekeliruan Kita sendiri dalam melakukan packaging.

Padahal, benda yang Kamu kirim masih baru dan bagus, serta tidak cacat sama sekali. Tetapi, jika tidak hati-hati, hingga sering- kali barang bisa rusak saat pengiriman. Akhirnya, Kita selaku penjual harus repot untuk meminta ganti rugi pada perusahaan ekspedisi, ataupun kita sendiri yang merugi karena harus mengirim balik pesanan konsumen dengan yang baru.

Perilaku konsumen yang mencerminkan bahwa adanya fenomena rendahnya kepuasan dalam berbelanja online namun pertumbuhan belanja online di Indonesia disetiap tahunnya mengalami peningkatan. Hal ini menunjukkan bahwa berbelanja online itu tidak mudah, karena prosesnya lama. Hal tersebut menjadi tidak menguntungkan bagi konsumen yang melakukan berbelanja online(Basyar & Sanaji, 2016).

Konsumen tidak dapat melihat serta memegang barangnya langsung. Mereka hanya memperhatikan gambar produk yang kita unggah serta meminta penjelasan dari kita mengenai kondisi ataupun kualitas produk. Meskipun kita sudah menjelaskannya sesuai kenyataan, belum tentu nantinya konsumen akan puas saat barang diterima. Terkadang, ekspektasi konsumen juga berlebihan. Akhirnya, mereka kecewa karena bentuk aslinya tidak sesuai gambarannya.

HASIL PENELITIAN

Pemanfaatan media sosial untuk jual beli online dengan memanfaatkan media sosial seperti whatsapp dan media lainnya sangat bermanfaat bagi masyarakat pengguna. Terutama dalam menjalankan bisnisnya, karena pada dasarnya pebisnis online tidak harus dari orang-orang sekolah tinggi, melainkan bisa juga dari kalangan

ibuk-ibuk rumah tangga, siswa yang masih sekolan atau bahkan mahasiswa juga bisa menjalanannkan bisnis ini.



Gambar.1

Media Sosial: Wadah informasi bagi para pengguna internet

Berikut akan dideskripsikan pemanfaatan media sosial untuk bisnis online dengan memanfaatkan media seperti Whatsapp, Facebook, Instagram, dan lain-lain. Dimana dengan mencari beberapa narasumber di beberapa daerah, yang juga memanfaatkan media sosial dengan menjalankan bisnis online.

Penelitian ini melibatkan beberapa narasumber yang telah mulai memanfaatkan media sosial sebagai bisnis online dikalangan masyarakat indonesia. Dengan menjual berbagai macam produk melalui sarana internet dan sosial media, penelitian ini dilakukan pada tahun 2022 dan tempat penelitian dilakukan di toko dan rumah narasumber tepatnya di wilayah kecamatan Bantaran pada hari rabu dan kamis tanggal 2-3 Februari. Data yang diperoleh dari hasil penelitian adalah dengan melakukan proses wawancara dan dokumentasi kepada beberapa narasumber.



Gambar.2

Tahap Wawancara

Dari hasil penelitian, yang dilakukan pebisnis online ini bahwa usaha yang dilakukan tujuannya tidak lain yaitu untuk memenuhi kebutuhan hidupnya misalnya, untuk biaya pendidikan, serta membantu keluarga untuk memenuhi kebutuhan hidup. Masing-masing responden mendeskripsikan bahwa dalam memasarkan produknya pelaku usaha memanfaatkan media sosial baik whatsapp, facebook, dan instagram sebagai salah satu strateginya.



Gambar.3

Melihat Strategi Pemasarannya dengan Media Sosial

Cara ini dilakukan sejak awal memulai bisnis dari hal kecil hingga hal besar seperti sekarang, serta dinilai sangat tepat apalagi ditengah pandemi covid-19 yang mengharuskan segala sesuatunya dikerjakan tanpa pertemuan secara langsung.

Omset pencapaian yang diperoleh dari setiap responden mengalami peningkatan yang diharapkan dan sesuai target pencapaian masing-masing pemilik usaha tersebut. Namun ada kalanya juga mengalami penurunan omset karena berkurangnya minat konsumen.



Gambar.4 dan Gambar.5

Dari hasil penelitian dengan masing-masing pemilik usaha dapat diketahui bahwa pemanfaatan internet dan media sosial untuk mempromosikan produknya sangat cepat dan berguna serta dapat menjangkau daerah jauh sekalipun tanpa ada batas ruang dan waktu. Jadi pemanfaatan internet dan media sosial sebagai bagian dari strategi

pemasaran sangat tepat apalagi di masa yang seperti sekarang ini yang mana teknologi internet sebagai mayoritas utama di kalangan masyarakat.

Dengan menggunakan media sosial dapat memudahkan bagi pebisnis untuk mempromosikan barang jualannya di media sosial dengan waktu yang sangat singkat karena masyarakat di masa sekarang ini mayoritas menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-harinya.

PENUTUP

Media sosial merupakan media elektronik yang mengalami perkembangan yang sangat pesat karena manfaatnya yang sangat membantu mudahnya berkomunikasi di kalangan bahkan dengan jarak yang jauh sekalipun, serta besar manfaatnya bagi pebisnis untuk memperluas jaringan bisnisnya kepada konsumen diseluruh penjuru dunia. 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.

REFERENSI

- Basyar, K., & Sanaji. (2016). *PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI MANFAAT TERHADAP NIAT BELI ULANG SECARA ONLINE DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING*. 8(2), 204–217.
- Diningrum, D. F., Nuraini, E., Anisa, K., & Saputra, D. I. S. (2021). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA PROMOSI PADA BISNIS JAMUR CRISPI FEN CLAIRE*. 2(1), 6–12.
- Dwinurmala, L., Walahe, D., & Arifin, M. (2019). *Pemberdayaan Masyarakat Desa Paris Mootilango Gorontalo Melalui Pendampingan Budidaya Bawang Dayak dan Pembuatan Teh Bawang Dayak*. 1(1).
- Fitria, T. N. (2017). *BISNIS JUAL BELI ONLINE (ONLINE SHOP) DALAM HUKUM ISLAM DAN HUKUM NEGARA* Tira Nur Fitria STIE-AAS Surakarta. 3(01).
- Harmelia, & Edriani, D. (2021). *Pemanfaatan Media Sosial Dalam Melakukan Jual Beli Online melalui Instagram*. 11(1), 24–27.
- Izzati, N. (2015). *MOTIF PENGGUNAAN GADGET SEBAGAI SARANA PROMOSI BISNIS ONLINE DI KALANGAN MAHASISWA UIN SUNAN*. 2(5), 374–380.
- Nuriawati. (2021). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Pemasaran Dalam Bisnis Syariah*. 1(1).

- Prayogo, F., & Nurdian, Y. (2020). *Resureksi Bawang Goreng Produk Unggulan Sumberdadap Tulungagung di Tengah Pandemi*. 6(2).
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House)*. 3(1).
- Rachmawaty, A., & Siagawati, M. (2019). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA MEMBUKA PELUANG BISNIS BAGI WARGA DI DESA SINDANGSARI*. 6(1).
- Saputra, A. (2019). *SURVEI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DI KALANGAN USES AND GRATIFICATIONS*. 207–216. <https://doi.org/10.14203/j.baca.v40i2.476>
- Septiani, J., Widaaattullah, H., Akbar, R., & Sudiarto, B. (2021). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK BISNIS ONLINE DI MASA PANDEMI COVID-19*.
- Situmorang, J. R. (2013). *Pemanfaatan Internet Sebagai New Media Dalam Bidang Politik , Bisnis , Pendidikan Dan Sosial Budaya*. 8(1), 77–91.
- Vernia, D. M. (2017). *OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA PROMOSI BISNIS ONLINE BAGI IBU RUMAH TANGGA UNTUK MENINGKATKAN PEREKONOMIAN KELUARGA Dellia Mila Vernia*. 1(2), 105–118.
- Wahyuningtyas, Y. F., & Widiastuti, D. A. (2015). *ANALISIS PENGARUH PERSEPSI RISIKO, KEMUDAHAN DAN MANFAAT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE (STUDI KASUS PADA KONSUMEN BARANG FASHION DI FACEBOOK*. 23(2), 112–120.