

**EFEKTIVITAS PEMANFAATAN JEJARING
SOSIAL (FACEBOOK) SEBAGAI MEDIA BISNIS
ONLINE DALAM MENINGKATKAN
VOLUME PENJUALAN
(Studi Kasus Pada Toko Furniture
Di Kabupaten Pesisir Barat)**

Skripsi

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi
Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
(S.E) Dalam Ilmu Manajemen Bisnis Syariah**

Oleh

**PIRMANSYAH
NPM. 1851040278**

Jurusan : Manajemen Bisnis Syariah

**Pembimbing 1 : Fatih Fuadi, S.E.I, M.S.I
Pembimbing 2 : Suhendar, S.E.,M.S.Ak.,Akt**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
TAHUN 1444 H/2022**

ABSTRAK

Pada saat ini semakin berkembang pesatnya persaingan bisnis yang memanfaatkan teknologi sebagai pemanfaatan pemasaran bisnis online salah satunya adalah media sosial facebook. Facebook saat ini merupakan media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia dalam melakukan transaksi jual beli secara online. Dengan menggunakan facebook sebagai media promosi bisnis online akan meminimalisir penggunaan biaya, waktu dan tenaga yang dihabiskan oleh penjual.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan jejaring sosial facebook sebagai media bisnis online dalam meningkatkan volume penjualan.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif, cara pengumpulan data yaitu melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap objek penelitian. Hasil penelitian, penelitian ini mengatakan bahwa dengan menggunakan media sosial facebook sebagai media bisnis online lebih efektif dan volume penjualan meningkat dibandingkan hanya berjualan di Toko saja. Dikarenakan media social dapat membantu dalam proses promosi produk karena jangkauannya lebih luas dan mudah diakses, serta dapat meminimalkan biaya yang harus dikeluarkan untuk kegiatan promosi.

Kata Kunci : Efektivitas, Jejaring Sosial Facebook, Media Bisnis Online, Volume Penjualan

ABSTRACT

The Effectiveness of Utilizing Social Networks (Facebook) as Online Business Media in Increasing Sales Volume (Case Study on Furniture Stores on the West Coast). Thesis. Supervised by and the Faculty of Islamic Economics and Business, State University of Raden Intan Lampung. This research was conducted with the aim of finding out how the use of the Facebook social network as an online business medium in increasing sales volume. The research method used is descriptive qualitative research, the method of data collection is through observation, interviews, and documentation of the research object. The results of this study, this study says that using Facebook Social Media as an Online Business Media is more effective and sales volume increases compared to selling only in stores. This is because social media can help in the product promotion process because its reach is wider and easily accessible, and can minimize the costs that must be incurred for promotional activities.

Keywords: Effectiveness, Facebook Social Network, Online Business Media, Sales Volume

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : PIRMANSYAH
NPM : 1851040278
Jurusan/Prodi : Manajemen Bisnis Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **Efektivitas Pemanfaatan Jejaring Sosial (Facebook) Sebagai Media Bisnis Online Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Toko Furniture di Pesisir Barat)** adalah benar-benar hasil karya penulis sendiri, bukan duplikasi atau saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam footnote dan daftar pustaka.

Apabila di lain waktu terbukti ada penyimpangan dalam karya ini, maka tanggungjawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini Saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, 2022
Penulis

PIRMANSYAH
NPM. 1851040278



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung, Tlp. (0721)703289

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **“EFEKTIVITAS PEMANFAATAN JEJARING
SOSIAL (FACEBOOK) SEBAGAI MEDIA
BISNIS ONLINE DALAM MENINGKATKAN
VOLUME PENJUALAN
(Studi Pada Toko Furniture Di Kabupaten
Pesisir Barat)”**

Nama : **Pirmansyah**
NPM : **1851040278**
Program Studi : **Manajemen Bisnis Syariah**
Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis Islam**

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dan dipertahankan dalam sidang Munaqosyah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.

Pembimbing I

Fatih fuadi, S.E.I, M.S.I
NIP. 198512192015031006

Pembimbing II

Suhendar, S.E., M.S.Ak, Akt
NIP.19850302019031004

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen Bisnis Syariah

Dr. Ahmad Habibi, S.E., M.E
NIP. 197905142003121003



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung, Tlp. (0721)703289

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “EFEKTIVITAS PEMANFAATAN JEJARING SOSIAL (FACEBOOK) SEBAGAI MEDIA BISNIS ONLINE DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN (Studi Pada Toko Furniture Di Kabupaten Pesisir Barat)”, disusun oleh Nama: Pirmansyah, NPM. 1851040278 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah, telah diujikan dalam sidang Munaqosyah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal: Rabu, 27 Juli 2022.

TIM DEWAN PENGUJI

Ketua	: Dr.Ali Abdul Wakhid, S.Ag.M.Si	(.....)
Sekretaris	: Nurhayati.M.M	(.....)
Penguji I	: Siska Yuli Anita,M.M	(.....)
Penguji II	: Suhendar, S.E., M.S.Ak., Akt.	(.....)
Penguji III	: Fatih Fuadi,S.E.I, M.S.I	(.....)



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Prof. Dr. Ukh Suryanto, S.E., M.M, Akt, C.A.
NIP. 197009262008011008

MOTTO

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا
أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ
كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٦﴾

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT atas berkat rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan kesehatan, kekuatan dan kesabaran untuk penulis dalam mengerjakan skripsi ini. Sebagai tanda bukti dan kasih sayang yang sangat mendalam, skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Kedua orang tuaku Bapakku Asrawi dan Ibuku Arwati, yang aku sayangi dan aku banggakan selalu menguatkanmu sepenuh jiwa raga, merawatmu, memotivasimu dengan nasehat-nasehat luar biasa, dan mendo'akamu disetiap langkahmu demi tercapai-Nya cita-citaku. Semoga selalu dalam lindungan Allah SWT.
2. Kakak-kakak ku tersayang Aliyantoni,herlina,daman huri,Nur malena dan Mat priyanto yang selalu memberikan semangat dan motivasi serta mendo'akamu untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Dan kakak angkat ku ahmad ramdan,dapriyanto, yang selalu membri semangat dan dukungan dalam hal apa pun serta memotivasi hingga mampu menyelesaikan skripsi ini.
4. Dan rekan-rekan Angga Lestari, Yuni Hertina, Elsa Guspriyati, Oktaviyani, Helda Setiyawati, Mia Purnama Sari, yang selalu bisa memahami dan memberi motivasi selama penyusunan karya ilmiah ini berlangsung.
5. Almamaterku tercinta UIN Raden Intan Lampung,yang telah menyediakan serana belajar untuk menambah pengetahuan dan pemahaman.

RIWAYAT HIDUP

Pirmansyah lahir di Pekon Muara Tembulih, Ngambur, Pesisir Barat pada tanggal 03 Maret 1998, anak ke enam dari enam saudara pasangan Asrawi dan Arwati.

Riwayat Pendidikan Formal yang telah diselesaikan Penulis adalah sebagai berikut :

1. Pendidikan Sekolah Dasar Penulis tempuh di MI Darul Ulum Pesisir Barat tamat tahun 2012,
2. Kemudian melanjutkan ke SMPN 1 Ngambur, Kabupaten Pesisir Barat tamat tahun 2015
3. Penulis menyelesaikan Pendidikan Menengah Atas pada SMAN 1 Ngambur, Kabupaten Pesisir Barat tamat tahun 2018.
4. Pada tahun 2018 Penulis terdaftar sebagai Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Manajemen Bisnis Syariah UIN Raden Intan Lampung.

Demikianlah riwayat hidup Penulis yang dapat dibagikan dari aspek Pendidikan.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat,rahmat dan karunia-Nya kepada seluruh umat manusia dimuka bumi. Shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia dari zaman kegelapan menuju zamanyang penuh dengan cahaya Islam.

Skripsi ini membahas tentang” Efektivitas Pemanfaatan Jejaring Sosial (Facebook) Sebagai Media Bisnis Online Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Toko Furniture di Kabupaten Pesisir Barat)”.

. Penyusunan Skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan,bimbingan,dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu,dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penyusun mengucapkan rasa terimakasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. Dr. Tulus Suryanto, M.M.,C.A.,Akt selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (UIN) Raden Intan Lampung
2. Bapak Dr. Ahmad Habibi, S.E.,M.E selaku Ketua Program Studi Pendidikan Manajemen Bisnis Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung.
3. Bapak Fatih Fuadi, S.E.I.,M.S.I selaku pembimbing pertama yang telah memberikan pengarahan dan bimbingannya yang sangat berharga dalam mengerahkan dan memotivasi dalam kebaikan skripsi ini.
4. Bapak Suhendar, S.E.,M.S.Ak.,Akt selaku Pembimbing kedua yang telah merelakan yang telah memberikan pengarahan dan bimbingannya yang sangat berharga dalam mengerahkan dan memotivasi dalam kebaikan skripsi ini.
5. Bapak dan ibu dosen Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis.
6. Semua pihak yang telah memberikan bantuan baik moril,

materil maupun spiritual sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripis ini.

Penulis menyadari bahwa Skripisi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, besar harapan penulis atas kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan penyusunan selanjutnya. Namun demikian, mudah-mudahan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi dunia pendidikan.Amin.

Bandar Lampung, Juli 2022

Penulis

PIRMANSYAH

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
SURAT PERNYATAAN	iv
PERSETUJUAN.....	v
PENGESAHAN	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
RIWAYAT HIDUP	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Penegasan Judul	1
B. Alasan Memilih Judul.....	2
C. Latar Belakang Masalah	3
D. Identifikasi Masalah	12
E. Fokus Penelitian	13
F. Rumusan Masalah	13
G. Tujuan Penelitian.....	13
H. Manfaat Penelitian.....	13
BAB II LANDASAN TEORI.....	15
A. Konsep Efektivitas	15
1. Pengertian Efektivitas	15
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Efektivitas.....	18
B. Media Bisnis Online	20
1. Pengertian Media Bisnis Online.....	20
2. Karakteristik Media Bisnis Online	21
3. Manfaat Media Bisnis Online	24
C. Jejaring Sosial (Facebook)	24
1. Sejarah dan Pengertian Facebook	24
2. Jejaring Sosial (Facebook)	26
3. Facebook Marketing	28

4. Tiga Sarana Pemasaran Facebook.....	30
5. Manfaat Jejaring Sosial di (Facebook)	31
D. Volume Penjualan	32
1. Pengertian Volume Penjualan	32
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan	33
E. Penelitian Yang Relevan	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
A. Pendekatan dan Jenis Peneliti	37
B. Kehadiran Peneliti	38
C. Lokasi Penelitian	38
D. Data dan Sumber Data.....	39
E. Teknik Pengumpulan Data	39
1. Observasi	40
2. Wawancara	42
3. Dokumentasi	43
F. Teknik Analisis Data	44
1. Reduksi Data.....	45
2. Display Data	45
3. Verifikasi (Kesimpulan)	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
A. Hasil Penelitian	47
B. Pembahasan.....	59
BAB V PENUTUP.....	69
A. Kesimpulan	69
B. Saran	69
DAFTAR RUJUKAN.....	70
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Yang Relevan.....	35
--	----

DAFTAR GAMBAR

1.1 Diagram Data Perbandingan Penggunaan Medsos	9
4.1 Peneliti Bersama Pemilik Toko Intan Furniture	50
4.2 Proses memposting Pemilik Toko Intan Furniture.....	50
4.3 Hasil Postingan Pemilik Toko Intan Furniture	51

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Pedoman Wawancara Informan 1
- Lampiran 2 Pedoman Wawancara Informan 2
- Lampiran 3 Pedoman Wawancara Informan 3
- Lampiran 4 Transkrip Wawancara Informan 1
- Lampiran 5 Transkrip Wawancara Informan 2
- Lampiran 6 Transkrip Wawancara Informan 3
- Lampiran 7 Foto Dokumentasi

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebagai langkah awal untuk memahami judul skripsi ini, dan untuk menghindari adanya kesalahpahaman dalam memahami maksud dan ruang lingkup dalam pembahasan skripsi ini maka terlebih dahulu penulis akan menjelaskan beberapa istilah yang terkait dalam skripsi.

Adanya pembatasan terhadap arti dan makna dalam pembahasan skripsi ini dengan harapan memperoleh gambaran yang jelas dari makna yang dimaksud, skripsi ini yang berjudul : **Efektivitas Pemanfaatan Jejaring Sosial (Facebook) Sebagai Media Bisnis Online Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Toko Furniture di Pesisir Barat).**

Maka perlu adanya penegasan dari judul tersebut. Adapun beberapa istilah yang penulis uraikan dalam skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Efektivitas

Kata efektif berasal dari bahasa Inggris yaitu *effective* yang berarti berhasil atau sesuatu yang dilakukan berhasil dengan baik. Kamus ilmiah populer mendefinisikan efektivitas sebagai ketetapan penggunaan, hasil guna atau menunjang tujuan. Efektivitas adalah suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target (kuantitas, kualitas dan waktu) telah tercapai. Dimana semakin besar presentasi target yang dicapai makin tinggi efektivitasnya.¹

2. Jejaring Sosial

Jejaring sosial adalah suatu struktur sosial yang dibentuk dari simpul-simpul yang umumnya adalah individu atau organisasi) yang diikat dengan satu atau lebih tipe relasi

¹Hidayat, *Efektivitas dalam kinerja karyawan*, (Yogyakarta : Gajah Mada University Press, 2005), h. 30

spesifik seperti nilai, visi, ide, teman, keturunan, dan lain-lain.²

3. **Bisnis Online**

Bisnis online adalah bisnis dengan menggunakan media internet sebagai media pemasaran suatu produk atau jasa. Produk yang dipasarkan berupa produk barang, produk digital, dan jasa.³

4. **Volume Penjualan**

Menurut Lamb volume penjualan adalah pencapaian penjualan yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik dari segi fisik atau volume atau unit suatu produk. Volume penjualan merupakan suatu yang menandakan naik turunnya penjualan dan dapat dinyatakan dalam bentuk unit, kilo, ton, atau liter.⁴

Berdasarkan penjelasan istilah-istilah dari penjelasan judul tersebut, maka dapat diperjelas kembali bahwa yang dimaksud dalam pembahasan skripsi ini adalah penulis ingin melakukan penelitian tentang **Efektivitas Pemanfaatan Jejaring Sosial (Facebook) Sebagai Media Bisnis Online Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Toko Furniture di Pesisir Barat)**.

B. Alasan Memilih Judul

Adapun beberapa alasan yang menyebabkan penulis tertarik dan memilih judul tersebut yaitu:

1. Secara Objektif

Penelitian ini berfokus berdasarkan adanya pemanfaatan jejaring sosial (facebook) dalam suatu perusahaan. Pemanfaatan jejaring sosial (facebook) sangat diperlukan dalam perusahaan yang menjalankan bisnis secara online.

²Hermawan Ricardo, *The Drop Out Billionaire Menjual Ide Ala Mark Zuckerberg*, (Yogyakarta : Bestpublisher, 2009), h. 25

³James Timothy, *Membangun Bisnis Online*, (Jakarta : Pt Elex Media Komputindo, 2010), h.2

⁴Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi Yang Kreatif&Analisis Kasus Integrate Marketing Comunication*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2009), h. 207

Ketika jejaring sosial (facebook) tidak dimanfaatkan dalam pemasaran barang, maka volume penjualan tidak akan mendapatkan hasil yang maksimal.

2. Secara Subjektif
 - a. Pokok bahasan ini relevan dengan disiplin yang penulis pelajari di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Manajemen Bisnis Syariah
 - b. Kemudahan akses data dan informasi yang penulis butuhkan yang berkaitan dengan judul yang akan diteliti

C. Latar Belakang Masalah

Sejak dahulu teknologi telah ada dan terus mengalami perkembangan dari masa ke masa. Sistem komunikasi yang awalnya menggunakan radio (audio) mengalami perkembangan menjadi televisi (audio visual), kemudian muncul *email* yang mempermudah manusia dalam melakukan komunikasi dalam bentuk tulisan, gambar, dan video dalam waktu singkat. Kemajuan teknologi memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi kehidupan manusia. Perkembangan teknologi yang sangat pesat menawarkan fasilitas untuk saling bertukar informasi dalam waktu yang sangat singkat dan mampu menjangkau belahan dunia mana pun, perkembangan teknologi informasi ini sekaligus berpengaruh terhadap segala aspek kehidupan manusia dan menciptakan era globalisasi yang semakin pesat dari waktu ke waktu.

Kemajuan ilmu pengetahuan serta teknologi memudahkan masyarakat untuk mengakses informasi dengan mudah kapanpun dan dimanapun, membuat semakin banyak digunakannya teknologi komunikasi. Berkembangnya teknologi komunikasi di era globalisasi ini telah banyak membantu banyak orang di seluruh dunia untuk dapat saling berkomunikasi dan bertukar informasi secara cepat dan instan. Fenomena seperti ini dapat kita lihat dan rasakan manfaatnya sendiri dalam kehidupan sehari-hari.

Tak dapat dipungkiri, teknologi memegang peranan penting dalam proses dan praktik komunikasi di tengah masyarakat industri yang tengah bertransformasi menjadi masyarakat informasi. Salah satu yang memudahkan manusia untuk berkomunikasi dan mendapatkan

informasi dimanapun dan kapanpun adalah dengan lahirnya *Internet* seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi saat ini.

Perkembangan teknologi informasi saat ini telah membawa dampak yang sangat besar bagi berbagai aspek kehidupan manusia tak terkecuali dalam dunia bisnis dan pemasaran. Di lain pihak dengan kemajuan teknologi informasi membuat para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki peluang lebih besar dalam memasarkan produk. Pemasaran sendiri memiliki pengertian yakni cara untuk mempererat hubungan dengan pelanggan lama dan menarik pelanggan baru pada bisnis yang akan kita bangun.⁵

Menurut Asosiasi Jasa Penyelenggaraan Internet Indonesia (AJPII) di tahun 2018, pengguna internet di Indonesia mencapai 17,17 juta jiwa dari total banyak nya penduduk Indonesia yakni 264,16 juta jiwa. Dewasa ini internet tidak hanya digunakan sebagai alat untuk berkomunikasi. Menurut AJPII, sebanyak 34 persen penggunaan internet dilakukan untuk mencari informasi mengenai produk barang atau jasa. Selain itu, internet juga dapat digunakan dalam berbagai kegiatan sektor bisnis, menunjukkan bahwa industry pengolahan, hotel, dan restoran menggunakan internet dalam kegiatan bisnisnya.

Berdasarkan fenomena tersebut pengguna internet akan terus bertambah dari waktu ke waktu hal ini akan berpengaruh pada pola bisnis dan pemasaran suatu produk. Tuten berpendapat model pemasaran menggunakan media massa konvensional saat ini sudah mulai kehilangan popularitasnya, dan kini fokus utamanya mengarah pada pemasaran Online.⁶

Jenu Widjaja Tandjung berpendapat bahwa dengan internet dapat memberikan efisiensi anggaran pemasaran. Internet memiliki jangkauan yang luas, akses mudah dan biaya murah. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya pengusaha mulai mencoba mempromosikan produknya menggunakan media internet. Pemasaran produk usaha kecil dan menengah melalui e-

⁵ Eko Nur Syahputra, *Melejitkan Pemasaran UMKM melalui Media Sosial*, (Gresik: Caremedia Communication, 2020), h. 2

⁶ *Ibid*, h.3

commerce dapat menguntungkan konsumen dengan memperoleh produk yang lebih murah karena melalui e-commerce usaha kecil dan menengah dapat memangkas saluran distribusi yang otomatis berdampak pada pengurangan harga.

Dalam menjangkau tujuan dari sebuah kegiatan promosi dibutuhkan konsep AIDA yang dimana merupakan, (attention) sebuah perhatian, (interest) ketertarikan pada produk, (desire) menimbulkan rasa keinginan, (action) sebuah tindakan.

Menurut Philip Kotler, Attention harus mampu mendapatkan perhatian dari konsumen ataupun pelanggan bahwasanya sebuah pesan maupun media harus mampu memunculkan sebuah perhatian. Pesan maupun kata-kata yang menarik akan menjadi ingatan tersendiri bagi konsumen dan menjadi langkah awal bagi sebuah perusahaan. Interest, tertarik mengartikan bahwa pesan maupun kata-kata yang disampaikan menimbulkan keingintahuan tentang produk tersebut hal ini terjadi disebabkan adanya minat yang membuat ketertarikan konsumen pada hal-hal yang disampaikan. Desire, sebuah pemikiran muncul disebabkan keinginan dan berkaitan pada motivasi dan motif konsumen.

Motif dibedakan menjadi dua yakni motif rasional dan emosional yang dimana motif rasional lebih mementingkan keuntungan dan kerugian sedangkan motif emosional akibat emosi pada saat pembelian. Action, hal ini terjadi karena adanya tindakan yang menginginkan suatu pembelian pada produk tersebut.⁷

Kegiatan promosi juga tidak lepas dari persaingan yang mana setiap pelaku usaha mikro kecil dan menengah pasti melakukan kegiatan promosi, dengan perkembangan teknologi informasi dan adanya internet sangat membantu para pelaku usaha mikro kecil dan menengah dalam memasarkan produknya. Mengingat perkembangannya yang sangat cepat, sosial media dapat menjadi media yang paling strategis bagi pemasaran sebuah merek ataupun produk suatu perusahaan untuk menjangkau konsumen di masa mendatang. Media sosial menyuguhkan berbagai macam aplikasi yang dapat

⁷ Zulia Khairani, *et. al.*, Sektor Makanan, D A N Minuman, and D I Kota, "Efektivitas Promosi Melalui Instagram Pada Umkm Sektor Makanan Dan Minuman Di Kota Pekanbaru" 3, no. 2 (2018): h. 239–47

membuat penggunaannya modern dalam dunia maya seperti Whatsapp, Twitter, Instagram, Phat, Facebook dan yang lainnya. Dari banyaknya aplikasi yang disuguhkan Facebook menjadi topik pembahasan dalam penelitian ini, Facebook merupakan media sosial yang sudah lama namun eksistensinya sangat berpengaruh sampai saat ini.⁸

Di era globalisasi ini, perkembangan dunia bisnis berlangsung dalam suatu iklim yang sangat kompetitif, cepat, dan tidak terduga. Semua produsen barang maupun jasa dituntut untuk terus menerus melakukan perbaikan, penyempurnaan, dan bahkan inovasi-inovasi baru. Oleh karenanya, perusahaan-perusahaan dituntut untuk mengubah strategi usaha dan pemasarannya untuk lebih dekat dengan konsumen, demi mempertahankan eksistensi usaha yang telah mereka bangun serta mengatasi persaingan dengan para kompetitornya.

Globalisasi pasar telah mempengaruhi perilaku perdagangan yang selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Globalisasi pasar menuntut adanya peningkatan daya saing antar pelaku bisnis, menuntut para pelaku bisnis untuk meningkatkan, mendesain ulang dan memodifikasi strategi bersaingnya. Begitu juga Usaha Kecil Menengah (UKM) yang juga dituntut untuk dapat mengikuti perkembangan pasar agar dapat bertahan dan meningkatkan marketshare. Kemajuan teknologi sangat berpengaruh terhadap pemasaran dalam suatu lembaga atau perusahaan. Salah satu dampak positif dari teknologi dalam kehidupan manusia, terutama di bidang pemasaran yakni proses penyampaian informasi secara cepat.

Dengan kemajuan teknologi informasi para penjual maupun pembeli tidak perlu menunggu lama untuk dapat melihat produk. Karena dapat diakses melalui jaringan internet maupun situs-situs terkait. Dengan teknologi informasi yang terkoneksi dengan jaringan internet global memberikan peluang dalam pemasaran produk atau jasa. Dampak positif yang lain dari perkembangan teknologi adalah proses transaksi yang dapat dilakukan secara cepat. Saat ini

⁸ Ervia Maulidatul Mukkhoyaroh, *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Facebook Terhadap Kepribadian Islam Mahasiswi Fakultas Ushuludin Adab Dan Dakwah Tahun Akademik 2016/2017*, (Skripsi, IAIN, Ponorogo, 2017), h. 3

terdapat dua jenis pemasaran, yaitu offline marketing atau pemasaran tradisional yang dilakukan dengan mencari pelanggan atau klien melalui pertemuan secara langsung berhadapan dengan mereka yang mungkin tertarik menjadi pelanggan atau klien. Pemasaran yang lain menggunakan situs web sebagai media pemasaran yang dikenal sebagai online marketing. Pemanfaatan sosial media merupakan salah satu contoh online marketing.

Online marketing atau lebih dikenal dengan pemasaran online telah merubah beberapa usaha yang memanfaatkan sosial media, karena mereka telah mampu mengurangi beban biaya promosi yang sangat besar untuk mengenalkan dan memasarkan produk layanan yang ditawarkan.

Islam merupakan agama yang sempurna, mengatur semua aspek kehidupan yang berlandaskan dengan Al-Qur'an dan hadits. Salah satunya adalah kegiatan jual beli (muamalah). Kegiatan muamalah diantaranya kegiatan ekonomi, dimana ekonomi adalah cabang ilmu yang membahas aktivitas manusia baik individu maupun kelompok dalam usaha untuk memenuhi kebutuhan hidupnya pelaksanaan kegiatan jual beli harus dilakukan dengan ketentuan Islam dan sesuai dengan konsep Islam.

Dalam Islam promosi sangat dianjurkan tetapi harus berpegang pada kebenaran dan kenyataan, hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam Al-Qur'an surat An-Nisa ayat 29 sebagai berikut :

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا
 أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ
 كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh

dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.⁹

Dari ayat diatas, Allah SWT mengharamkan orang beriman untuk memakan, memanfaatkan, menggunakan, dan (segala bentuk transaksi lainnya) harta orang lain dengan jalan yang batil, yaitu yang tidak dibenarkan oleh syari'at. Islam merupakan agama yang sempurna, mengatur semua aspek kehidupan yang berlandaskan dengan Al-Qur'an dan hadist. Salah satunya adalah kegiatan jual beli.

Dalam Islam, promosi yang sangat dianjurkan oleh Rasullulah adalah menjelaskan kepada konsumen dengan benar, tidak hanya keunggulannya saja yang dijelaskan akan tetapi kekurangan atau efek samping penggunaan produk juga harus dijelaskan. Hal ini juga terdapat dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 172 sebagai berikut:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا

لِلَّهِ إِن كُنْتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ ﴿١٧٢﴾

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rezki yang baik-baik yang kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar kepada-Nya kamu menyembah.¹⁰

Dari ayat diatas, Allah SWT membolehkan melakukan transaksi jual beli dengan menerapkan asas saling ridha, saling ikhlas baik dalam dalam menginformasikan produknya adalah dengan melakukan periklanan media massa, lewat iklan inilah perusahaan berusaha tidak diperbolehkan menghasut konsumen bahwa produknyalah yang paling baik, murah, bermutu dibandingkan dengan

⁹ Mardani, *Ayat-Ayat Dan Hadist Ekonomi Syariah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,2017) h. 87

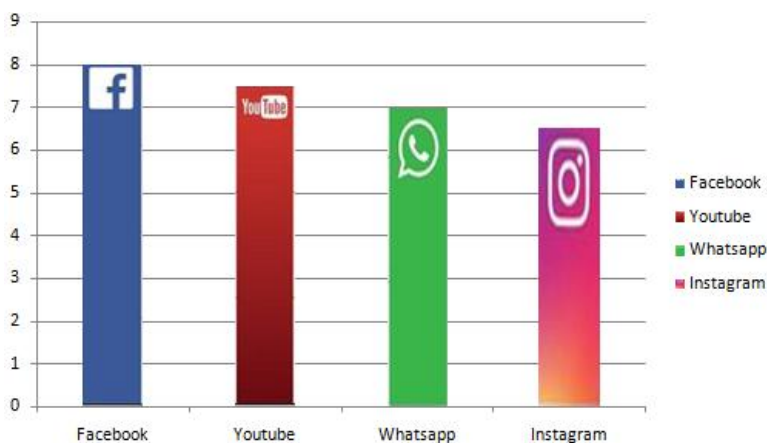
¹⁰ Nur Asnawi dan Muhammad Asnan Fanani, *Pemasaran Syariah Teori, filosofi & isu-isu kontemporer*, (Depok: Rajawali Pers, 2017), h.24

produk lainnya karena hal ini tentunya sesuai dengan ajaran Islam baik dari Al-Qur'an, hal ini sebagai rasa syukur kepada Allah SWT.¹¹

Media promosi yang akhir-akhir ini yang sedang marak dan banyak diminati oleh sebagian besar orang karena pertumbuhannya yang cukup pesat serta mudah digunakan adalah facebook. Facebook menjadi aplikasi media sosial yang semakin populer sebagai alat komunikasi bisnis Onlineshop. Facebook bukan media sosial yang bisa disepelekan saat ini. Berdasarkan Kementrian komunikasi dan informatika (Kemenkominfo) mengungkapkan pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai 63 juta orang.¹²

Facebook merupakan media sosial yang sering digunakan yaitu dengan rincian Facebook 80 %, Youtube 75 % , Whatsapp 70 % , dan Instagram 65 % .

Gambar 1.1 Diagram Data Perbandingan Penggunaan Media Sosial Tahun 2003-2019



Berdasarkan diagram diatas tentang data perbandingan penggunaan media sosial tahun 2003-2019 dengan banyaknya pengguna sosial media, maka potensi dalam memanfaatkan jejaring

¹¹ Syabbul Bahri, Hukum Promosi Produk Dalam Perspektif Hukum Islam, *Jurnal Epistemé*, Vol. 8, No. 1, Juni 2013, h.139

¹²<https://www.kominfo.go.id/content/detail/3415/kominfo-pengguna-internet-di-indonesia-63-juta-orang/0/berita-satker> diunduh di Sukarame pukul10:37 tanggal 20 April2022.

sosial sebagai salah satu sarana dalam rangka meningkatkan taraf hidup dengan menggunakan media online menjadi terbuka, apalagi untuk mengakses sosial media kini terbilang mudah. Salah satu yang dapat dilakukan yakni dengan melakukan kegiatan jual-beli barang secara online dengan menggunakan sosial media seperti *facebook*.

Saat ini fungsi facebook tidak hanya berbagi foto untuk teman dan keluarga tetapi sudah bergeser sebagai media komunitas bisnis.¹³ Facebook adalah salah satu situs pertemanan yang digemari banyak orang dan paling ngetren sejak dari dulu hingga saat ini, dari segi sosial Facebook sangat bermanfaat untuk menjalin hubungan pertemanan, baik teman baru maupun teman lama. Facebook juga memiliki manfaat yang lain yakni Facebook bisa dijadikan sarana atau media mempromosikan produk-produk yang kita miliki.¹⁴

Jaringan Facebook yang luas, menjadi poin tambahan untuk para pemilik UMKM memilih dan melakukan kegiatan pemasarannya dengan tujuan produk mereka dapat dikenal lebih luas dan mendapatkan banyak keuntungan dengan cara tersebut.

Facebook, salah satu jejaring sosial yang populer dan sering diakses oleh pengguna internet ini, mempunyai fitur yang lengkap untuk berkomunikasi satu dengan yang lain. Kelebihan lainnya dari Facebook yakni memiliki jumlah pengguna yang tinggi dari berbagai usia maupun kalangan dan menyebar diseluruh dunia. Selain itu, Facebook sekarang menyediakan tempat sendiri untuk bisa mempromosikan sebuah produk tertentu. Membuat group yang menarik dan bermanfaat di Facebook akan meningkatkan proses promosi, undang sebanyak-banyaknya akun pengguna Facebook untuk dijadikan sebagai anggota group yang telah dibuat. Alangkah sebaiknya untuk banyak bergabung di group-group yang ada di Facebook sesuai minat, kriteria, bidang yang terkait dengan produk yang dipromosikan.

¹³Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia dalam *survey we are social* <https://jelajah.digital.com/data-dan-fakta-instagram-dalam-statistik/> diakses di Sukarame pukul 13:56 pada tanggal 20 April 2022

¹⁴Dedik Kurniawan dan Java Creativity, *Kupas Tuntas Bisnis & Penghasilan Online*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2010), Hal. 145

Langkah-langkah dalam membuat group di Facebook pertama memilih menu Group yang telah disediakan lalu pilih menu + Create a Group. Setelah tahap ini selesai lalu menulis detail dari group yang akan dibuat seperti, nama group, jaringan, deskripsi, tipe group, berita, dan alamat dan mengisi lagi detail terkait foto, website, dan beberapa opsi tertentu, terakhir menentukan siapa saja akun yang diundang dan dapat bergabung di group tersebut. Hal penting yang perlu diperhatikan dalam mempromosikan produk di Group yakni keserasian antara materi iklan dan juga group dan memastikan bahwa promosi produk sesuai dengan jenis group.¹⁵

Dengan banyaknya Pengguna sosial media di Indonesia, maka potensi dalam memanfaatkan jejaring sosial sebagai salah satu sarana dalam rangka meningkatkan taraf hidup dengan menggunakan media online menjadi terbuka, apalagi untuk mengakses sosial media kini terbilang mudah. Salah satu yang dapat dilakukan yakni dengan melakukan kegiatan jual-beli barang secara online dengan menggunakan sosial media seperti facebook.

Fenomena yang ada membuka peluang bagi semua organisasi bisnis baik kecil maupun besar untuk menggunakan media digital dalam melakukan kegiatan penjualan, media promosi, dan pembentuk komunitas. Pengusaha dari perusahaan besar menggunakan media ini dengan tujuan mencari pasar baru dan mempertahankan hubungan dengan konsumen yang sudah ada.

Salah satunya dilakukan oleh Toko Furniture Se Pesisir Barat yang bergerak di bidang bisnis online. Target market dari Toko Furniture Se Pesisir Barat adalah remaja sampai dewasa. Dalam bersaing dengan para kompetitornya, Toko Furniture Se Pesisir Barat harus mempunyai strategi yang berbeda dalam memanfaatkan facebook sebagai sarana promosi online.

Toko Furniture Se Pesisir Barat memanfaatkan facebook dengan banyak fungsi menjadi tempat yang menjanjikan untuk memasarkan dan mempromosikan produk online-nya berupa khusus

¹⁵ Wikan Pribadi, *16 Cara Efektif Mendatangkan Pelanggan Lewat Internet Mempromosikan Bisnis dan Menjaring Pasar Lebih Luas* (Jakarta selatan: Bukune, 2010), 56

alat-alat rumah tangga. Produk yang dijual oleh Toko Furniture Se Pesisir Barat selalu ditawarkan dalam bentuk gambar atau video yang berada di dunia maya.

Toko Furniture Se pesisir Barat juga memudahkan konsumennya untuk melihat produknya yang dijual dan dapat langsung memberi komentar dibawah foto yang diminati dengan respon yang cepat dan ramah.

Berdasarkan permasalahan diatas, maka peneliti tertarik mengambil judul penelitian tentang **“EFEKTIVITAS PEMANFAATAN JEJARING SOSIAL (FACEBOOK) SEBAGAI MEDIA BISNIS ONLINE DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN (STUDI KASUS TOKO FURNITURE DI PESISIR BARAT)”**.

D. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Terdapat banyak usaha-usaha lain yang juga menggunakan strategi promosi dengan penggunaan media facebook dengan sistem penjualan online yang menjadi pesaing di Pesisir Barat yang menawarkan banyak berbagai produk yang berkualitas dan harga yang lebih murah.
2. Semakin berkembangnya usaha-usaha furniture merupakan usaha yang cukup menjamur dikalangan pebisnis online shop dengan berbagai macam corak, warna dan pilihan, hal ini menjadi suatu tantangan bagi Pemilik Toko Furniture dalam mengenalkan produknya diantara banyak pesaing lainnya, tingginya tingkat persaingan promosi usaha online shop untuk menarik minat pelanggan.

E. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan penulis di atas agar penulisan skripsi ini tidak menyimpang dan mengambang dari tujuan yang telah direncanakan sebelumnya, maka penulis menetapkan dan memfokuskan penelitian pada **Efektivitas Pemanfaatan Jejaring Sosial (Facebook) Sebagai Media Bisnis Online Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada Toko Furniture di Pesisir Barat)**.

F. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah :
Bagaimana efektivitas pemanfaatan jejaring sosial facebook sebagai media bisnis online dalam meningkatkan volume penjualan alat-alat rumah tangga pada Toko Furniture di pesisir Barat?

G. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui efektivitas pemanfaatan jejaring sosial facebook sebagai media bisnis online dalam meningkatkan volume penjualan alat-alat rumah tangga pada Toko Furniture di pesisir Barat.

H. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis diantaranya :

- a. Bagi Mahasiswa, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi ataupun bahan rujukan tambahan bagi para mahasiswa pengguna akun media sosial khususnya *Facebook* yang dalam penggunaannya tidak hanya sebagai alat maupun media publikasi kegiatan pribadi tapi juga dapat dimanfaatkan sebagai media promosi dengan kecanggihan fitur-fitur yang disediakan oleh pihak *Facebook* dalam masalah pemasaran produk.

- b. Bagi Masyarakat, dapat menjadi rujukan atau referensi tambahan dalam menggunakan fitur-fitur dan kecanggihan yang diberikan *Facebook* untuk melakukan kegiatan promosi

2. Manfaat Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara praktis diantaranya:

- a. Bagi *Pelaku Usaha Furniture di Kabupaten Pesisir barat*, dapat mengetahui secara langsung bagaimana melakukan promosi lebih optimal dan teratur demi meningkatkan minat beli konsumen pada produk furniture sehingga dapat meningkatkan volume penjualan.
- b. Bagi Konsumen, memberikan tambahan informasi dan masukan dalam membeli produk di *Facebook* khususnya produk furniture alat-alat rumah tangga.
- c. Bagi Masyarakat pengguna *Facebook*, hasil penelitian ini dapat mempermudah pencarian terhadap produk melalui media sosial *Facebook*.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Konsep Efektivitas

1. Pengertian Efektivitas

Kata efektif berasal dari bahasa Inggris yaitu *effective* yang berarti berhasil atau sesuatu yang dilakukan berhasil dengan baik. Kamus ilmiah populer mendefinisikan efektivitas sebagai ketepatan penggunaan, hasil guna atau menunjang tujuan. Pendapat H. Emerson yang dikutip Soewarno Handyaningrat S. yang menyatakan bahwa “Efektivitas adalah pengukuran dalam arti tercapainya tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.” Hal ini sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Hidayat yang menjelaskan bahwa :“Efektivitas adalah suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target (kuantitas,kualitas dan waktu) telah tercapai. Dimana makin besar persentase target yang dicapai, makin tinggi efektivitasnya.

Efektivitas secara umum menunjukkan seberapa jauh tercapainya suatu tujuan yang terlebih dahulu ditentukan. Efektivitas adalah menggambarkan seluruh siklus input, proses dan output yang mengacu pada hasil guna dari pada suatu organisasi, program, atau kegiatan yang menyatakan sejauh mana tujuan (kuantitas, kualitas, dan waktu) telah dicapai, serta ukuran berhasil tidaknya suatu organisasi mencapai tujuan dan mencapai target-targetnya. Efektivitas merupakan hubungan antara output dan tujuan, semakin besar kontribusi output terhadap pencapaian tujuan, maka semakin efektif organisasi, program atau kegiatan.

Menurut Agung Rai efektivitas mengacu pada hubungan antara output dengan tujuan yang ditetapkan. Suatu organisasi, program atau kegiatan dikatakan efektif apabila output yang dihasilkan dapat memenuhi tujuan yang telah

ditetapkan.¹⁶ Dari beberapa pendapat di atas mengenai efektivitas, dapat disimpulkan bahwa efektivitas adalah suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target (kuantitas, kualitas dan waktu) yang telah dicapai oleh manajemen, yang mana target tersebut sudah ditentukan terlebih dahulu. Sedangkan Efektivitas menurut H. Emerson: pengukuran dalam arti tercapainya sasaran atau tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Menurut pendapat Mahmudi mendefinisikan efektivitas, sebagai berikut: “Efektivitas merupakan hubungan antara output dengan tujuan, semakin besar kontribusi (sumbangan) output terhadap pencapaian tujuan, makasemakin efektif organisasi, program atau kegiatan. Efektivitas berfokus pada outcome (hasil), program, atau kegiatan yang dinilai efektif.”¹⁷

Efektivitas menurut Dearden dan Bedford dalam Maulana adalah kemampuan suatu unit untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Sedangkan menurut Kartikahadi efektivitas adalah perbandingan masukan-keluaran dalam berbagai kegiatan, sampai dengan pencapaian tujuan yang ditetapkan, baik ditinjau dari kuantitas (volume) dan hasil kerja, kualitas kerja ataupun batas waktu yang ditargetkan.

Pengertian Efektivitas Menurut Sejathi, efektivitas merupakan “ketepatangunaan, hasil guna, menunjang tujuan.” Ade Gunawan menyatakan bahwa : “Efektivitas merupakan pengukuran dalam arti terperinci sasaran atau tujuan yang telah ditentukansebelumnya”. Ali Muhidin juga menjelaskan bahwa: Efektivitas juga berhubungan dengan masalah bagaimana pencapaian tujuan atau hasil yang diperoleh, kegunaan atau manfaat dari hasil yang diperoleh, tingkat daya fungsi unsur atau komponen, serta masalah tingkatkepuasaanpengguna client.

¹⁶Agung Rai, I Gusti. *Audit Kinerja Pada Sector Public: Konsep, Praktik, Dan Studi Kasus*, Jakarta : Salemba Empat, 2008), h. 12

¹⁷Alvonco, Johnson. *Practical Communication Skill: Sistem Komunikasi model umum dan horensa untuk sukses dalam bisnis, organisasi, dan kehidupan*. (Jakarta: Gramedia, 2014), h. 30

Efektivitas merupakan unsur pokok untuk mencapai tujuan atau sasaran yang telah ditentukan dalam setiap organisasi. Efektivitas adalah keberhasilan dalam suatu aktivitas atau kegiatan yang dalam mencapai tujuan telah ditentukan sebelumnya, baik yang akan dilaksanakan secara individu, kelompok, organisasi, lembaga-lembaga, maupun pemerintah.

Selain itu efektivitas adalah hubungan antara output dan tujuan dimana efektivitas diukur berdasarkan seberapa jauh tingkat output atau keluaran kebijakan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Selanjutnya istilah efektivitas adalah pencapaian tujuan atau hasil yang dikehendaki tanpa menghiraukan faktor-faktor tenaga, waktu, biaya, pikiran, alat-alat dan lain-lain yang telah ditentukan.

Efektivitas adalah komunikasi yang prosesnya mencapai tujuan yang direncanakan sesuai dengan biaya yang dianggarkan, waktu yang ditetapkan dan jumlah personil yang ditentukan. Jadi dapat diartikan bahwa indikator efektivitas dalam arti tercapainya sasaran atau tujuan yang telah ditentukan sebelumnya merupakan sebuah pengukuran dimana suatu target telah tercapai sesuai dengan apa yang telah direncanakan.

Bahwa efektivitas adalah suatu keadaan yang terjadi sebagai akibat dari apa yang dikehendaki. Misalkan saja jika seseorang melakukan suatu perbuatan dengan maksud tertentu dan memang dikehendakinya, maka perbuatan orang itu dikatakan efektif jika hasil yang dicapai sesuai dengan apa yang dikehendakinya dan telah direncanakan sebelumnya.

Berdasarkan beberapa pengertian efektivitas oleh Para Tokoh, dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa Efektivitas adalah suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target (kuantitas, kualitas dan waktu) telah tercapai. Dimana makin besar presentase target yang dicapai, makin tinggi efektivitasnya.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas

Berdasarkan pendekatan-pendekatan dalam efektivitas organisasi yang telah dikemukakan sebelumnya maka dapat dikatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas organisasi adalah sebagai berikut:

- a. Adanya tujuan yang jelas.
- b. Struktur organisasi.
- c. Adanya dukungan atau partisipasi masyarakat.
- d. Adanya sistem nilai yang dianut.

Organisasi akan berjalan terarah jika memiliki tujuan yang jelas. Adanya tujuan akan memberikan motivasi untuk melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya. Tujuan organisasi adalah memberikan pengarahan dengan cara menggambarkan keadaan yang akan datang yang senantiasa dikejar dan diwujudkan oleh organisasi. Struktur dapat mempengaruhi efektivitas dikarenakan struktur yang menjalankan organisasi. Struktur yang baik adalah struktur yang kaya akan fungsi dan sederhana. Selanjutnya, tanpa ada dukungan dan partisipasi serta sistem nilai yang ada maka akan sulit untuk mewujudkan organisasi yang efektif. Faktor-faktor yang mempengaruhi organisasi harus mendapat perhatian yang serius apabila ingin mewujudkan suatu efektivitas.

Empat faktor yang mempengaruhi efektivitas, yang dikemukakan oleh Richard M Steers sebagai berikut :

- a. Karakteristik Organisasi adalah hubungan yang sifatnya relatif tetap seperti susunan sumber daya manusia yang terdapat dalam organisasi. Struktur merupakan cara yang unik menempatkan manusia dalam rangka menciptakan sebuah organisasi. Dalam struktur, manusia ditempatkan sebagai bagian dari suatu hubungan yang relatif tetap yang akan menentukan pola interaksi dan tingkah laku yang berorientasi pada tugas.
- b. Karakteristik Lingkungan mencakup dua aspek. Aspek pertama adalah lingkungan ekstern yaitu

lingkungan yang berada diluar batas organisasi dan sangat berpengaruh terhadap organisasi,terutama dalam pembuatan keputusan dan pengambilan tindakan. Aspek kedua adalah lingkungan intern yang dikenal sebagai iklim organisasi yaitu lingkungan yang secara keseluruhan dalam lingkungan organisasi

- c. Karakteristik Pekerja merupakan faktor yang paling berpengaruh terhadap efektivitas. Di dalam diri setiap individu akan ditemukan banyak perbedaan, akan tetapi kesadaran individu akan perbedaan itu sangat penting dalam upaya mencapai tujuan organisasi. Jadi apabila suatu organisasi menginginkan keberhasilan, organisasi tersebut harus dapat mengintegrasikan tujuan individu dengan tujuan organisasi
- d. Karakteristik Manajemen adalah strategi dan mekanisme kerja yang dirancang untuk mengkondisikan semua hal yang ada di dalam organisasi sehingga efektivitas tercapai. Kebijakan dan praktek manajemen merupakan alat bagi pimpinan untuk mengarahkan setiap kegiatan guna mencapai tujuan organisasi. Dalam melaksanakan kebijakan dan praktek manajemen harus memperhatikan manusia, tidak hanya mementingkan strategi dan mekanisme kerja saja. Mekanisme ini meliputi penyusunan tujuan strategis, pencarian dan pemanfaatan atas sumber daya, penciptaan lingkungan prestasi, proses komunikasi, kepemimpinan dan pengambilan keputusan, serta adaptasi terhadap perubahan lingkungan inovasi organisasi.¹⁸

¹⁸Harmoni & Riyantoro.2013.Efektivitas Iklan Melalui Jejaring Sosial Sebagai Salah Satu Strategi Pemasaran Keripik Pedas Maicih.Proceeding PESAT. Bandung. Vol. 5. ISSN: 1858-2559

B. Media Bisnis Online

1. Pengertian Media Bisnis Online

Danang Sunyoto mendefinisikan penjualan merupakan salah satu kegiatan pemasaran karena dengan adanya penjualan dapat menciptakan suatu proses pertukaran barang atau jasa antara penjual dan pembeli.¹⁹

Bisnis online adalah bisnis yang dijalankan secara online dengan menggunakan jaringan internet sedangkan informasi yang akan disampaikan atau dijual biasanya menggunakan media website atau aplikasi Bisnis Online memiliki prospek yang cukup besar di masa mendatang, Karena kini hampir semua orang menginginkan kepraktisan dan kemudahan dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Kegiatan penjualan secara online disebut juga sebagai E-Commerce yang didefinisikan sebagai satu set dinamis teknologi aplikasi dan proses bisnis (kegiatan penjualan) yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui elektronik dan perdagangan barang, pelayanan dan informasi yang dilakukan secara elektronik.²⁰

Menurut Timothy bisnis online adalah, “bisnis dengan menggunakan media internet sebagai media pemasaran suatu produk atau jasa”. Produk yang dipasarkan berupa produk barang, produk digital, dan jasa, untuk produk barang ialah pakaian, makanan, elektronik dan lain-lain. Sedangkan untuk produk digital adalah ebook, video, audio, dan software. Untuk jenis jasa dapat berupa desain grafis, jasa pemasangan iklan, jasa penerjemah, dan lain sebagainya.

Menurut Afriani media massa online tidak pernah menghilangkan media massa tetapi mensubstitusinya. Media online merupakan tipe baru jurnalisme karena memiliki sejumlah fitur dan karakteristik dari jurnalisme tradisional. Fitur-fitur uniknya mengemuka dalam teknologinya,

¹⁹Hasan Aedy, *Etika Bisnis Islam Teori Dan Aplikasi*, (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 114-115

²⁰Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004) h. 221

menawarkan kemungkinan- kemungkinan tidak terbatas dalam memproses dan menyebarkan berita.

Bisnis online adalah sebuah cara promosi atau menawarkan barang atau jasa yang dilakukan menggunakan jaringan internet dengan saling berkomunikasi. Hal ini sangat berbeda sekali dengan bisnis offline, yang dimana jika ingin mendapatkan barang kita harus pergi ke tempat penjual barang tersebut, Namun dengan menggunakan bisnis online hal itu tidak lagi digunakan karena dengan menggunakan gambar dan artikel sebagai bukti akan bisa terjadi transaksi.

Bisnis online adalah segala upaya ataupun cara yang dilakukan untuk mendatangkan keuntungan berupa uang dengan memanfaatkan jaringan internet untuk menjual suatu produk, jasa, dan informasi . Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), arti dari bisnis online yaitu usaha komersial dalam bidang perdagangan baik menjual produk ataupun jasa, dimana bisnis ini menggunakan internet sebagai wadahnya.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa bisnis online adalah suatu aktifitas yang dilakukan perseorangan atau komunitas untuk mendapatkan keuntungan dan untuk berbagi informasi dengan memanfaatkan jaringan internet yang telah tersedia.

2. Karakteristik Media Bisnis Online

Karakteristik media bisnis online tidak terlepas dari media sosial atau media online itu sendiri. Maka menurut Alo Liliweri, M.S Karakteristik media sosial dapat dilihat dari:

- a. Karakteristik media sosial sebagai media baru dibandingkan dengan media lama:
 - 1) Orang dapat berkomunikasi secara dialogis dengan media sosial sebagai media baru dan mulai mengabaikan komunikasi yang monologis

- 2) Para pengguna media sosial adalah individu, atau individu yang memiliki komunitas, kelompok atau organisasi
 - 3) Inti dari media sosial adalah kejujuran dan transparansi
 - 4) Semua media sosial umumnya lebih merupakan faktor penarik dan daripada pendorong.
 - 5) Media sosial mengemban tugas distribusi konten bukan sentralisasi konten
- b. Dari segi aplikatif maka media sosial mempunyai beberapa karakteristik:
- 1) Meliputi berbagai format konten termasuk teks, video, foto, audio, PDF dan Power point, artinya para pengguna dapat memilih variasi media sosial dalam rangka pembentukan konten
 - 2) Memungkinkan interaksi yang melintasi satu atau lebih platform melalui social sharing, e-mail, dan berbagai feed
 - 3) Melibatkan berbagai tingkat keterlibatan peserta yang dapat membuat komentar atau mengintai melalui jaringan media sosial
 - 4) Memfasilitasi peningkatan kecepatan dan luasnya penyebaran informasi
 - 5) Menyediakan komunikasi one-to-one, one-to-many, and many-to-many
 - 6) Memungkinkan komunikasi dilakukan secara real time atau asynchronous dari waktu ke waktu
 - 7) Sebagai device indifferent dengan bantuan komputer (termasuk laptop dan netbook), tablet (termasuk iPads, iTouch dll) dan ponsel (khususnya smartphone)
 - 8) Memperluas keterlibatan pengguna untuk bersama-sama menciptakan peristiwa

secara real time, juga untuk memperluas interaksi online/office atau menambah live online

Dari beberapa karakteristik tersebut diatas maka secara akademis karakteristik media sosial yaitu:

- a. Engaging, media sosial mempunyai karakter “melibatkan” karena media sosial tidak berorientasi pada layanan bagi pelanggan tetapi melibatkan pelanggan untuk melayani orang lain, saling melayani di antara pelanggan. Dengan melibatkan maka setiap orang yang menggunakan media sosial dapat berbagi cara terbaik untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka. Dalam dunia bisnis, media sosial tidak saja dijadikan sebagai ajang promosi produk tetapi dia memberikan nilai sosial bagi para pengguna, pelanggan, dan konsumen untuk berbagi cara memenuhi kebutuhan sosial
- b. Empati, komunikasi sosial yang efektif memerlukan kemampuan untuk menempatkan diri dalam hati dan benak orang lain. Seorang komunikator yang berempati adalah seseorang yang mempunyai kemampuan menyediakan peluang bagi orang lain untuk menemukan dirinya sendiri. Media sosial selalu mencoba dan terus mencoba untuk menempatkan orang lain sebagai bagian terutama dari komunikasi
- c. Unique, media sosial itu unik. Keunikan media sosial terletak pada kebersamaan antar sumber dan penerima dalam membentuk konten. Media sosial menerapkan strategi komunikasi sesungguhnya karena dia memberikan atau menambahkan nilai tambah pada konten demi membarui dan memberi isi pada gagasan yang dipercekapkan. Salah satu akibatnya adalah para narasumber dan penerima dalam komunikasi bermedia sosial telah menciptakan sebuah media menjadi media sosial atau mengubah media sosial lebih sosial
- d. Analytical, media sosial mendorong sesama pengguna untuk bersama-sama

- e. Relationships-Blok hubungan menunjukkan sejauhmana pengguna dapat berhubungan dengan pengguna lain. Dengan berhubungan berarti bahwa dua atau lebih pengguna memiliki beberapa bentuk hubungan yang membawa mereka untuk berkomunikasi dan berbagi objek sosialita
- f. Reputation-Blok yang menunjukkan sejauh mana pengguna dapat mengidentifikasi status sosial orang lain termasuk menyatakan status diri mereka sendiri
- g. Groups-Blok, kelompok dalam media sosial secara fungsional menunjukkan sejauh mana para pengguna dapat membentuk komunitas, kelompok atau masyarakat baru.

3. Manfaat Media Bisnis Online

Alo Liliwari, M.S dalam dunia bisnis media sosial atau media online dimanfaatkan sebagai penghubung antar pengguna yakni:

- a. Media sosial sebagai alat strategis untuk mengungkapkan wawasan bisnis.
- b. Media sosial bertindak sebagai pengendali yang mengendalikan percakapan sekitar merek tertentu.
- c. Media sosial berfungsi sebagai marketing karena memberikan nilai tambah dari suatu produk.
- d. Media sosial merupakan proses untuk merawat pelanggan.
- e. Media sosial mengubah organisasi dari yang semula tertutup ke situasi yang transparan sehingga memengaruhi harapan para pelanggan.

C. Jejaring Sosial Facebook

1. Sejarah dan Pengertian Facebook

Mark Eliot Zuckerberg yang mendirikan Facebook pada bulan Februari 2004 di sebuah kamar asrama di Harvard. Mark Eliot Zuckerberg lahir pada tanggal 14

Mei 1984 Dobbs Ferry, Wetchester Country, New York, Amerika Serikat dari ayah yang bernama Edward dan ibu bernama Karen Zuckerberg. Mark dari dulu memang telah menunjukkan minatnya terhadap teknologi dan program-program komputer, saat menempuh pendidikan di Exeter High School Mark dan salah satu temanya bernama Adam D'Angelo sering mengerjakan sebuah proyek bersama salah satu diantaranya yakni software pemutar musik MP3 dan mampu menarik perusahaan teknologi saat itu.²¹

Nama Facebook diambil oleh Mark dari buku Facebook, yakni buku yang biasanya berisi daftar anggota komunitas dalam satu kampus. Pada awalnya Facebook hanya beranggotakan teman-teman kuliahnya saja. Tapi saat ini sudah puluhan juta orang di dunia ini sudah menjadi anggota Facebook, bahkan diprediksi akan mencapai ratusan juta pada akahir tahun.²² Dalam kurun waktu satu tahun Facebook menduduki peringkat 7 yang semula berada di peringkat 60, sebagai website yang paling banyak dikunjungi setiap harinya. Tidak hanya itu kepopuleran Facebook dimata dunia, sang pemilik Mark Elliot Zuckerberg menjadi orang terkaya termuda versi majalah bisnis Forbes, kekayaannya disebutkan mencapai 1,5 miliar dolar AS atau biala di rupiahkan 13,6 triliun rupiah.

Menurut hitungan majalah Forbes penghasilan Facebook sekitar 5 miliar dolar AS atau 45 triliun rupiah, sementara Mark memiliki 30 persen saham. Hitungan tersebut dinilai terlalu rendah dari spekulasi bahwa situs Facebook bernilai sekitar 15 miliar dolar AS atau setara dengan 105 triliun rupiah, sementara spekulasi tersebut didasarkan pada pembelian Microsoft seharga 240 juta dolar AS atau sama dengan 2,1 triliun rupiah, atas 1,6 persen saham Facebook tahun 2007 silam. Facebook berasal dari dua kata

²¹ Taufik Hidayat, *Lebih Dekat Dengan Facebook* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2009),h.18

²² Addy Sukma Bharata & Al Kalam, *Ayo Buat Facebook-Mu Menarik!* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2008), h. 21

“Face” yang berarti muka/wajah dan “book” yang berarti buku, sedangkan definisi Facebook yakni sebuah situs jejaring sosial yang memungkinkan penggunaannya dapat saling berinteraksi pengguna Facebook lainnya di seluruh dunia.²³

Facebook memiliki beberapa fitur-fitur yang dapat membantu memberikan makna ataupun informasi serta timbal balik penggunaannya pada saat mengunggah suatu foto-foto produk diantaranya:

a. Judul foto/ caption

Judul foto/ caption biasanya berada di atas foto yang diunggah dan lebih bersifat memberikan pesan yang ingin disampaikan serta mempertegas dari maksud foto yang diunggah/ tampilkan.

b. Geotag/ lokasi

Fitur ini dapat membantu penggunaannya pada saat ingin menjelaskan keberadaan maupun lokasi dari foto yang telah diunggah di Facebook.

c. Like/ suka

Like/ suka yaitu suatu ikon dalam fitur Facebook yang dimaksudkan apabila pengguna lain menyukai foto yang telah diunggah oleh pengguna yang lain.

d. Komentar

Merupakan ikon yang dapat menyampaikan pendapat ataupun pemikiran pengguna lain terhadap foto yang telah diunggah bisa berupa pertanyaan maupun tanggapan.²⁴

2. Jejaring Sosial Facebook

Jaringan social merupakan salah satu dimensi sosial selain kepercayaan dan norma. Konsep jaringan dalam kapital

²³ *Ibid*, h. 23

²⁴ Fauzia Mafiroh, *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Oleh Akun @tamanwisatagenilangit Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Pengunjung Taman Wisata Geni Langit*, (Skripsi, IAIN, Ponorogo, 2019)

sosial lebih memfokuskan pada aspek ikatan antar simpul yang bisa berupa orang atau kelompok (organisasi). Dalam hal ini terdapat pengertian adanya hubungan social yang diikat oleh adanya kepercayaan yang mana kepercayaan itu dipertahankan dan dijaga oleh norma- norma yang ada. Pada konsep jaringan ini, terdapat unsur kerja, yang melalui media hubungan social menjadi kerja sama. Pada dasarnya jaringan social terbentuk karena adanya rasa saling tahu, saling menginformasikan, saling mengingatkan, dan saling membantu dalam melaksanakan ataupun mengatasi sesuatu. intinya, konsep jaringan dalam capital social menunjuk pada semua hubungan dengan orang atau kelompok lain yang memungkinkan kegiatan dapat berjalan secara efisien dan efektif.

Jejaring sosial adalah suatu struktur sosial yang dibentuk dari simpul-simpul (yang umumnya adalah individu atau organisasi) yang diikat dengan satu atau lebih tipe relasi spesifik seperti nilai, visi, ide, teman, keturunan, dan lain-lain. Analisis jaringan sosial memandang hubungan sosial sebagai simpul dan ikatan, simpul adalah aktor individu didalam jaringan, sedangkan ikatan adalah hubungan antar aktor tersebut.

Media sosial memberikan kesempatan untuk berinteraksi lebih dekat dengan konsumen. Media sosial menawarkan bentuk komunikasi yang lebih individual, personal dan dua arah. Melalui media sosial para pemasar dapat mengetahui kebiasaan konsumen mereka dan melakukan interaksi secara personal serta membangun keterikatan yang lebih dalam.

Menurut Hayes Jejaring sosial adalah media berbasis Internet yang memungkinkan pengguna berkesempatan untuk berinteraksi dan mempresentasikan diri, baik secara seketika ataupun tertunda, dengan khalayak luas maupun tidak yang mendorong nilai dari user-generated content dan persepsi interaksi dengan orang lain.

Sedangkan menurut Jacka dan Scott jejaring sosial adalah, “seperangkat teknologi penyiaran berbasis Web yang memungkinkan terjadinya demokratisasi konten sehingga memberikan individu kemampuan untuk menampilkan konten dari konsumen kepada penerbit”. Beberapa contoh jejaring sosial diantaranya myspace, Facebook, twitter dan blog. Fungsi dari penerapan jejaring sosial berfokus pada koneksi yang akan dilakukan oleh satu orang dengan orang lain, dimana dapat berupa hubungan sahabat, keluarga, peristiwa, profesi hingga bisnis dan pekerjaan.

3. Facebook Marketing

Perkembangan Facebook saat ini tidak hanya digunakan sebagai jejaring sosial untuk menambah teman saja melainkan situs ini telah meluas fungsinya sampai pada ranah pasar khususnya untuk pemasaran produk. Dari 72,7 juta orang pengguna aktif internet di Indonesia, 54 juta orang diantaranya aktif pengguna Facebook. Oleh karena itu Indonesia menjadi negara ke-4 sedunia dengan penggunaan Facebook terbanyak. Jika dilihat dari segi bisnis hal ini menjadi sebuah pangsa pasar uang sangat besar dan sangat berpotensi, Facebook dapat digunakan sebagai media iklan yang sangat efektif dan powerful dalam memasarkan produk dan jasa.

Pemasaran adalah sesuatu yang meliputi seluruh sistem yang berhubungan dengan tujuan untuk menentukan harga sampai mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa agar dapat memuaskan kebutuhan pembeli aktual maupun potensial. Pemasaran sendiri pada umumnya merupakan perpaduan antara kegiatan yang saling berhubungan untuk mengetahui kebutuhan konsumen lalu mengembangkan promosi, distribusi, pelayanan, dan harga sehingga kebutuhan konsumen dapat terpuaskan dengan baik. Berikut beberapa keunggulan-keunggulan menggunakan Facebook marketing diantaranya:

- a. Internet mudah dijangkau, internet semakin mudah dinikmati dan pengguna dari internet juga semakin meningkat, saat ini mayoritas masyarakat di seluruh dunia 30,2% menggunakan internet dan jumlahnya akan terus bertambah.
- b. Facebook termasuk website yang sering dikunjungi, pengguna paling banyak mengunjungi Facebook yakni Indonesia sehingga negara Indonesia saat ini menempati posisi pertama pengunjung Facebook. Indonesia juga menempati posisi kedua dalam penggunaan Facebook. Facebook menyediakan fungsi informasi, facebook memberikan banyak keuntungan dalam melakukan pemasaran online yakni memberikan fungsi informasi.²⁵
- c. Facebook menyediakan berbagai kolom untuk bisa diisi oleh penggunanya terkait dengan identitas dari pengguna dan informasi lainnya yang digunakan guna memenuhi segmentasi pasar dalam aktivitas pemasaran online.
- d. Fokus segmentasi pasar, Facebook juga telah menyediakan kolom pencarian yang berfungsi sebagai penyaringan sasaran pasar dengan tepat berdasarkan dengan informasi dari setiap penggunanya. Dengan cara memasukan kata kunci seperti lokasi, hobi, asal sekolah, tempat kerja dan lain sebagainya pada kolom pencarian.
- e. Mudah diakses, kemudahan dalam mengakses juga telah berkembang saat ini, teknologi saat ini juga telah canggih seperti laptop, smartphone, dan tablet PC dan juga telah didukung oleh internet yang mudah dijangkau.²⁶

²⁵ Bambang Suratman, et. al., *Kiat Sukses Pemasaran Online Bagi Petani* (Sidoarjo: Zifatama, 2019), 30

²⁶ *Ibid*, h.31

Ada beberapa orang maupun organisasi yang perlu melakukan Facebook marketing, dan mereka yang memiliki kriteria sebagai berikut:

- a. Pemilik bisnis kecil dan menengah, mereka yang memiliki usaha kecil maupun menengah bisa memanfaatkan Facebook untuk menjaring lebih banyak konsumen maupun pengunjung. Bukan hanya UKM melainkan merek-merek yang telah terkenal pun dapat memanfaatkan Facebook.
- b. Pelaku industri kreatif, contohnya seorang desainer, pencipta lagu, pelukis, seniman, Youtuber dan lain sebagainya maka dapat memanfaatkan Facebook Marketing untuk lebih banyak menjaring para peminat maupun audiens.
- c. Pemilik website, seorang blogger maupun pengelola website dapat memanfaatkan Facebook marketing ini, untuk menghasilkan sumber trafik blog yang dimiliki.²⁷

4. Tiga Sarana Pemasaran di Facebook

Dari ketiga sarana tersebut memiliki karakteristik yang berbeda-beda sehingga harus disesuaikan dengan kebutuhan pemasaran masing-masing berikut tiga sarana pemasaran di Facebook sebagai berikut:

- a. Akun Personal, sarana ini cocok apabila anda ingin menjangkau audiens yang tidak terlalu besar contohnya apabila hanya menjangkau ratusan sampai ribu orang. Akun personal ini cocok untuk pemasaran pelaku usaha bisnis kecil dan menengah. Keunggulan dari akun personal yakni interaksi antara penjual dengan targey pasar bisa lebih akrab dan langsung, menurut aturan Facebook akun personal tidak ditujukan untuk

²⁷ Jefferly Helianthusonfri, *Facebook Marketing* (Jakarta:PT Elex Media Komputindo,2016), h.2

kegiatan jual beli maupun tawar menawar suatu produk, namun kita tetap bisa memakai akun personal untuk digunakan berinteraksi dengan para konsumen.

- b. Grup, grup sangat cocok apabila anda ingin membentuk suatu forum atau komunitas, interaksi yang terjalin di grup lebih akrab dan dekat. Member dan admin memiliki kedudukan yang setara dan dapat berinteraksi satu sama lain.
- c. Halaman Facebook, halaman Facebook cocok digunakan sebagai pemasaran yang menargetkan audiens dalam jumlah besar ribuan sampai jutaan lebih orang. Halaman Facebook cocok dipakai sebagai pemasaran suatu brand baik itu brand yang sudah terkenal maupun yang masih usaha kecil dan menengah. Interaksi yang diberikan memang tidak seakrab dan dekat seperti dua sarana sebelumnya tapi halaman Facebook menyediakan fitur-fitur yang lebih lengkap.²⁸

5. Manfaat Jejaring Sosial Facebook

Dampak yang timbul dari penggunaan situs jejaring sosial adalah sebagai berikut:

- a. Semakin Mudahnya Berinteraksi dengan Orang Lain Karena dapat berkomunikasi secara liveness, Para pengguna jejaring sosial dapat dengan mudah berinteraksi dengan orang lain. Bahkan tak lagi terpengaruh oleh jarak yang sangat jauh. Selain itu, dengan adanya situs jejaring sosial, penyebaran informasi dapat berlangsung secara cepat
- b. Sarana Promosi Kunggulan lainnya media ini dapat digunakan sebagai sarana promosi suatu barang, komunitas, band dan lain-lain

²⁸ *Ibid*,h.3-4

- c. Sarana Sosialisasi Program Pemerintah Di negara Indonesia, pemerintah banyak melakukan sosialisasi dalam berbagai hal pendidikan, kesehatan, politik, penanggulangan bencana, ekonomi, dan informasi yang lain. Selain menggunakan media cetak, pemerintah mensosialisasikan programnya melalui situs jejaring sosial
- d. Sarana Silaturahmi Tak dapat dipungkiri jika jejaring sosial merupakan sarana paling efektif untuk menjalin Komunikasi dan Silaturahmi dengan teman, sahabat maupun keluarga. Tanpa lagi dibatasi jarak, tempat dan waktu, anda bisa terus menjalin silaturahmi dengan mereka, berbagi pengalaman bahkan anda bisa merencanakan sebuah acara pertemuan keluarga dengan mereka
- e. Sarana Hiburan Para pengguna bisa bersenang-senang dan bergaul dengan orang dari seluruh penjuru dunia. Dengan perkembangan pesat dunia internet, maka sarana dan prasarana untuk bisa bersenang-senang dan bergaul di online social networking pun semakin banyak pilihan. Dari mulai maen game dengan teman virtual anda, sampai kepada saling kirim kartu ucapan.²⁹

D. Volume Penjualan

1. Pengertian Volume Penjualan

Volume penjualan merupakan hasil akhir yang dicapai perusahaan dari hasil penjualan produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Volume penjualan tidak

²⁹Utami & Purnama. 2014. Pemanfaatan jejaring sosial (Facebook) sebagai media bisnis online (studi kasus batik solo 85). *SeruniFTIUNSAvol.1.ISSN:2302-1136*

memisahkan secara tunai maupun kredit tetapi dihitung secara keseluruhan dari total yang dicapai.

Seandainya volume penjualan meningkat dan biaya distribusi menurun maka tingkat pencapaian laba perusahaan meningkat tetapi sebaliknya bila volume penjualan menurun maka pencapaian laba perusahaan juga menurun.

Menurut Kotler volume penjualan adalah barang yang terjual dalam bentuk uang untuk jangka waktu tertentu dan di dalamnya mempunyai strategi pelayanan yang baik. Ada beberapa usaha untuk meningkatkan volume penjualan, di antaranya adalah : 1) Menjajakan produk dengan sedemikian rupa sehingga konsumen melihatnya. 2) Menempatkan dan pengaturan yang teratur sehingga produk tersebut akan menarik perhatian konsumen. 3) Mengadakan analisa pasar, 4) Menentukan calon pembeli atau konsumen yang potensial. 5) Mengadakan pameran. 6) Mengadakan discount atau potongan harga.

Volume penjualan merupakan jumlah total yang dihasilkan dari kegiatan penjualan barang. Semakin besar jumlah penjualan yang dihasilkan perusahaan, maka besar kemungkinan laba yang dihasilkan perusahaan. Oleh karena itu, volume penjualan salah satu hal yang penting yang harus dievaluasi untuk memungkinkan perusahaan agar tidak rugi. Jadi, volume penjualan yang menguntungkan harus menjadi tujuan utama perusahaan dan bukannya untuk kepentingan volume itu sendiri.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penjualan

Aktivitas penjualan banyak dipengaruhi oleh faktor yang dapat meningkatkan aktivitas perusahaan, oleh karena itu manajer penjualan perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan. Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan menurut Basu Swastha sebagai berikut :

- a. Kondisi dan Kemampuan Penjual Kondisi dan kemampuan terdiri dari pemahaman atas beberapa masalah penting yang berkaitan dengan produk

yang dijual, jumlah dan sifat dari tenaga penjual adalah: a) Jenis dan karakteristik barang atau jasa yang ditawarkan b) Harga produk atau jasa c) Syarat penjualan, seperti: pembayaran, pengiriman

- b. Kondisi Pasar mempengaruhi kegiatan dalam transaksi penjualan baik sebagai kelompok pembeli atau penjual. Kondisi pasar dipengaruhi oleh beberapa faktor yakni : jenis pasar, kelompok pembeli, daya beli, frekuensi pembelian serta keinginan dan kebutuhannya
- c. Modal atau dana sangat diperlukan dalam rangka untuk mengangkut barang dagangan ditempatkan atau untuk membesar usahanya. Modal perusahaan dalam penjelasan ini adalah modal kerja perusahaan yang digunakan untuk mencapai target penjualan 10 yang dianggarkan, misalnya dalam menyelenggarakan stok produk dan dalam melaksanakan kegiatan penjualan memerlukan usaha seperti alat transportasi, tempat untuk menjual, usaha promosi dan sebagainya
- d. Kondisi Organisasi Perusahaan Pada perusahaan yang besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri, yaitu bagian penjualan yang dipegang oleh orang-orang yang ahli dibidang penjualan
- e. Faktor-faktor lain seperti periklanan, peragaan, kampanye, dan pemberian hadiah sering mempengaruhi penjualan karena diharapkan dengan adanya faktor-faktor tersebut pembeli akan kembali membeli lagi barang yang sama. Menurut Efendi Pakpahan faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi volume penjualan adalah saluran distribusi yang bertujuan untuk melihat peluang pasar apakah dapat memberikan laba yang maksimun. Secara umum mata rantai

saluran distribusi yang semakin luas akan menimbulkan biaya yang lebih besar, tetapi semakin luasnya saluran distribusi maka produk perusahaan akan semakin dikenal oleh masyarakat luas dan mendorong naiknya angka penjualan yang akhirnya berdampak pada peningkatan volume penjualan.

E. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Yang Relevan

No	Nama Penelitian	Judul	Hasil Penelitian
1	Fitriyanitin Dyah Utami dan Bambang Eka Purnama	Pemanfaatan jejaring sosial (facebook) sebagai media bisnis online (studi kasus batik solo 85)	Facebook merupakan jejaring sosial yang kehadirannya semakin di maksimalkan sebagai media berbisnis online
2	BFitriyani Riyantoro dan Ati Harmoni	Efektivitas iklan melalui jejaring sosial sebagai salah satu strategi pemasaran Keripik Pedas Maicih.	Dari skor rata-rata pendapat responden atas pernyataan yang mengukur dimensi empati di dapat hasil sebesar 3,98, dimensi persuasi sebesar 3,99, dimensi dampak sebesar 3,93, dan dari dimensi komunikasi sebesar 3,90 sehingga diperoleh nilai EPI Crate 3,95 tersebut menunjukkan bahwa

			iklan produk keripik pedas Maicih melalui jejaring sosial dinilai sangat efektif.
3	Novita Ekasari	Pengaruh promosi sosial media terhadap keputusan pembelian produk jasa pembiayaan kendaraan PT. BFI FINANCE JAMBI	Promosi sangat berpengaruh terhadap usaha perusahaan untuk mencapai volume penjualan yang maksimal, karena meskipun produk yang ditawarkan sudah baik, relatif murah serta mudah untuk diperoleh, jika tidak disertai promosi yang baik, maka tingkat penjualan tidak akan memadai.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, yaitu suatu proses penelitian yang dilakukan secara wajar dan natural sesuai dengan kondisi objektif dilapangan tanpa manipulasi, serta jenis data yang dikumpulkan terutama data kualitatif/bukan berupa angka-angka.³⁰ Data yang dimaksud berasal dari studi kasus, wawancara, catatan lapangan, foto, video, dokumen pribadi, catatan atau memo dan dokumen resmi lainnya.

Menurut Bogdan dan Taylor dalam buku Zainal Arifin, metode kualitatif adalah prosedur Penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Menurut mereka, pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara utuh.³¹

Berdasarkan pada jenis permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini, maka peneliti menggunakan pola penelitian kualitatif deskriptif. Menurut Arikunto penelitian deskriptif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi atau hal lain-lain yang sudah disebutkan, yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian.³²

Dalam penelitian deskriptif data yang dikumpulkan dalam bentuk kata-kata, gambar dan bukan angka-angka, nyata atau sesuai berdasarkan temuan yang ada di lapangan. Dengan demikian, laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut bisa berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, video, dokumen pribadi, catatan atau memo dan dokumen resmi lainnya.

Penelitian deskriptif dirancang untuk mendeskripsikan dan menjawab persoalan-persoalan suatu fenomena pada saat

³⁰ Zainal Arifin, *Penelitian Pendidikan*. (Bandung: PT Rosdakarya, 2012) . h.140

³¹ *Ibid*,h.141

³² Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta : PT. Rineka Cipta, 2013), h. 3

penelitian dilakukan. Adapun tujuan penelitian deskriptif, yakni untuk menjelaskan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau daerah tertentu.

Berdasarkan penelitian diatas, penelitian deskriptif mengambil masalah atau memusatkan perhatian pada masalah faktual sebagaimana adanya pada saat penelitian dilaksanakan sehingga obyek penelitian menjadi jelas, dalam hal ini berkaitan dengan “Efektivitas Pemanfaatan Jejaring Sosial (Facebook) Sebagai Media Bisnis Online Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Toko Furniture Se Kabupaten Pesisir Barat)”.

B. Kehadiran Peneliti

Sesuai dengan jenis penelitian ini, yaitu penelitian kualitatif, maka peneliti hadir langsung ke lokasi penelitian. Dalam penelitian ini yang peneliti lakukan adalah mencari data-data melalui wawancara, pengamatan secara langsung, mempelajari dokumen-dokumen lain pada lokasi penelitian.

Kehadiran peneliti dalam penelitian ini merupakan unsur utama dan dianggap penting karena seperti yang di ungkapkan sugiyono yaitu penelitian kualitatif instrumennya adalah orang atau human instrument, yaitu peneliti itu sendiri. Sehingga dalam hal ini peneliti bertindak sebagai key instrument atau instrument kunci dan sekaligus pengumpul data. Sebagai instrument kunci atau kunci utama, kehadiran dan keterlibatan peneliti dalam penelitian merupakan suatu keharusan agar dapat memperoleh data yang maksimal.³³

C. Lokasi Penelitian

Tempat yang dipilih sebagai lokasi penelitian adalah Toko Furniture Se pesisir Barat yang terletak di Jl. Lintas Barat Sumatera, Kabupaten Pesisir Barat. Pemilihan lokasi penelitian ini di tentukan secara purposive (sengaja) dengan pertimbangan bahwa pada Toko

³³ Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. (Bandung : CV. Alfabeta, 2013), h. 15

Furniture Se pesisir Barat terdapat ruko menjalankan bisnis online yang menggunakan pemanfaatan media sosial.

D. Data dan Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari orang, peristiwa, dokumentasi. Arikunto mengemukakan bahwa yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data dapat diperoleh.³⁴

Sumber data dalam penelitian ini menggunakan sumber data primer. Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Artinya data ini bisa diperoleh dari hasil wawancara dan observasi secara langsung dilokasi penelitian. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah Pemilik Toko Furniture se Kabupaten Pesisir Barat.

Peneliti menggunakan sumber data tersebut untuk mendapatkan informasi langsung mengenai Efektivitas Pemanfaatan Jejaring Sosial (Facebook) Sebagai Media Bisnis Online Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Toko Furniture Se Kabupaten Pesisir Barat).

E. Teknik Pengumpulan Data

Data penelitian kualitatif dieproleh dari sumber data dengan menggunakan teknik Pengumpulan data yang dapat dikelompokkan ke dalam dua kategori, yaitu metode yang Bersifat interaktif dan non interaktif. Teknik interaktif terdiri dari Wawancara dan pengamatan berperan serta, sedangkan non interaktif meliputi pengamatan Tak berperan serta, analisis isi dokumen, dan arsip. Data inti yang dikumpulkan dalam peneitian kualitatif adalah perilaku yang nyata berupa penglihatan, pendengaran, pengajuan pertanyaan, dan pengumpulan benda-benda. Oleh karena itu peneliti merupakan instrumen kunci yang langsung bertatap muka dengan Orang-orang yang terlibat dalam penelitiannya.

³⁴ Suharsini Arikunto, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik., h. 172

Dalam sebuah penelitian kualitatif instrument utama dalam mengumpulkan data adalah peneliti sendiri. Menurut Nasution peneliti bertindak sebagai instrument kunci atau instrument utama dalam pengumpulan data.

Adapun keuntungan sebagai instrument langsung adalah subjek lebih tanggap dengan maksud kedatangan peneliti, sehingga peneliti langsung dapat menyesuaikan diri terhadap setting penelitian, peneliti juga dapat menjelajah ke seluruh setting penelitian untuk mengumpulkan data.

Pengambilan keputusan juga dapat dilakukan secara tepat, terarah, gaya dan topik pembicaraan dapat berubah-ubah dan jika perlu pengumpulan data dapat ditunda. Keuntungan lain yang didapat dengan menggunakan peneliti sebagai instrument adalah informasi dapat diperoleh melalui sikap dan cara responden memberikan informasi.

Untuk mendapatkan data yang objektif dalam melakukan penelitian, peneliti menggunakan berbagai macam metode antara lain:

1. Observasi

Observasi merupakan cara pengumpulan data melalui proses pencatatan perilaku subjek (orang), objek (benda) atau kejadian yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu-individu yang diteliti. Ada beberapa jenis subjek, objek dan kejadian yang dapat diobservasi oleh peneliti, antara lain perilaku fisik, perilaku verbal, perilaku ekspresif, benda fisik, atau kejadian-kejadian yang rutin dan temporal.

Observasi merupakan suatu kegiatan mendapatkan informasi yang diperlukan untuk menyajikan gambaran riil suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan penelitian, untuk membantu mengerti perilaku manusia, dan untuk evaluasi yaitu melakukan pengukuran terhadap aspek tertentu melakukan umpan balik terhadap pengukuran tersebut. Beberapa bentuk observasi yang dapat digunakan dalam penelitian kualitatif adalah partisipasi, observasi

tidak terstruktur, dan observasi kelompok tidak terstruktur.

- a. Observasi Partisipasi (Participant Observer)
Observasi partisipasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan pengindraan.
- b. Observasi Tidak Terstruktur
Observasi tidak terstruktur adalah observasi yang dilakukan tanpa menggunakan panduan observasi. Dengan demikian observasi ini pengamat harus mampu secara pribadi mengembangkan daya pengamatannya dalam mengamati suatu objek.
- c. Observasi Kelompok
Observasi kelompok adalah observasi yang dilakukan secara berkelompok terhadap suatu atau beberapa objek sekaligus.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis observasi partisipasi. Melalui observasi partisipasi peneliti dapat melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek yang akan diteliti, merasakan serta berada dalam aktivitas kehidupan objek pengamatan. Dengan demikian, peneliti betul-betul menyelami kehidupan objek pengamatan dan bahkan tidak jarang peneliti kemudian mengambil bagian dalam kehidupan budaya mereka.

Kegiatan observasi yang dilakukan peneliti pada dasarnya untuk mendeskripsikan lingkungan yang diamati, aktivitas-aktivitas karyawan yang berlangsung, serta pengamatan langsung oleh peneliti dilokasi penelitian yaitu mengamati kondisi fisik pada Toko Furniture yang ada di Kabupaten Pesisir Barat.

2. Wawancara

Wawancara atau interview merupakan teknik pengumpulan data yang menggunakan pertanyaan secara lisan kepada obyek yang diteliti.³⁵ Wawancara adalah proses memperoleh penjelasan untuk mengumpulkan informasi dengan menggunakan cara tanya jawab bisa sambil bertatap muka ataupun tanpa tatap muka yaitu melalui media telekomunikasi antara pewawancara dengan orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman. Pada hakikatnya wawancara merupakan kegiatan untuk memperoleh informasi secara mendalam tentang sebuah isu atau tema yang diangkat dalam penelitian atau merupakan proses pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang telah diperoleh lewat teknik yang lain sebelumnya.³⁶ Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau setidak-tidaknya pada pengetahuan dan/atau keyakinan pribadi.³⁷

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Wawancara dapat dibedakan menjadi dua macam yaitu wawancara secara terstruktur dan wawancara tidak terstruktur.

a. Wawancara Terstruktur

Wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data, bila peneliti atau

³⁵ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Jakarta : Salemba Empat,2011), h.105

³⁶ V. Wiratna, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, h.31.

³⁷ Rahmat, *Statistika Penelitian*,h. 100.

pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Oleh karena itu dalam melakukan wawancara, pengumpul data telah menyiapkan instrument penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya pun telah disiapkan.³⁸

b. Wawancara Tidak Terstruktur

Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan. Wawancara tidak terstruktur atau terbuka, sering digunakan dalam penelitian pendahuluan atau malahan untuk penelitian yang lebih mendalam tentang responden.³⁹

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan metode pengumpulan data kualitatif yang sebagian besar fakta dan data tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi.

Metode dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data yang digunakan dalam metodologi penelitian sosial. Pada intinya metode dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk menelusuri data historis. Sebagian besar data yang tersedia adalah berbentuk surat-surat, catatan harian, cendera mata, laporan dan sebagainya. Sifat utama dari data ini tak terbatas pada ruang dan waktu sehingga memberi peluang

³⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung : Alfabeta, 2006), 194-195

³⁹ *Ibid*, Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, 197.

kepada peneliti untuk mengetahui hal-hal yang pernah terjadi di waktu silam. Kumpulan data bentuk tulisan ini disebut dokumen dalam arti luas termasuk monument, artefak, foto, tape, microfilm, disc, CD, hardisk, flashdisk, dan sebagainya.⁴⁰

Adapun yang peneliti gunakan pada metode dokumentasi adalah mengumpulkan berbagai sumber data baik itu data sekunder maupun data primer, baik secara pribadi maupun kelembagaan. Data yang dibutuhkan seperti : rekapitulasi personalia, struktur organisasi, peraturan-peraturan, data produksi, riwayat hidup perusahaan, dan sebagainya atau yang telah tersedia di lokasi penelitian. Peneliti tinggal menyalin sesuai kebutuhan.

Pada penelitian ini media dokumentasi yang digunakan peneliti adalah kamera hp. Dokumentasi ini dimaksudkan untuk mengabadikan gambar pada setiap kegiatan yang ada di Toko Farniture yang ada di Kabupaten Pesisir Barat.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan suatu proses sistematis pencarian dan pengaturan transkrip wawancara, observasi, catatan lapangan, dokumen, foto, dan material lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang data yang telah dikumpulkan, sehingga memungkinkan temuan penelitian dapat disajikan dan diinformasikan kepada orang lain. Analisis data diawali dengan penelusuran dan pencarian catatan pengumpulan data, dilanjutkan dengan mengorganisasikan dan menata data tersebut ke dalam unit-unit, melakukan sintesis, menyusun pola, dan memilih yang penting dan esensial sesuai dengan aspek yang dipelajari dan diakhiri dengan membuat laporan dan kesimpulan.

⁴⁰ Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif* (Jakarta:PT. Bumi Aksara, 2013) h. 175

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan model Miles dan Huberman, yang menegaskan bahwa dalam analisis data dilakukan melalui berbagai aktifitas yang sistematis dan terpadu. Penelitian ini lebih banyak menggunakan data yang berasal dari lapangan, maka analisis yang tepat adalah menggunakan model Miles dan Huberman. Dalam melakukan penelitian maka nanti akan diperoleh hasil yang berbeda-beda dari para Pemilik Toko Furniture yang ada di Kabupaten Pesisir Barat. Pengumpulan data yang berbeda-beda dapat diperoleh melalui interview, observasi, kutipan, dan dari dokumen, yang dimana kesemuanya itu dilakukan secara terus-menerus sampai tuntas sehingga data yang terkumpul menjadi terpadu. Terdapat tiga kegiatan dalam analisis data, antara lain :

1. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Proses reduksi data yang dilakukan peneliti dalam analisis data antara lain adalah merangkum atau membuat ringkasan dan membuat kode data.⁴¹

Peneliti pada tahap ini melakukan proses penyeleksian data yang diperoleh selama penelitian yang meliputi hasil wawancara, foto, catatan lapangan, dokumen dan artikel yang erat kaitannya dengan Efektivitas Pemanfaatan Jejaring Sosial (Facebook) Sebagai Media Bisnis Online Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Toko Furniture Se Kabupaten Pesisir Barat).

2. Display Data

Display data merupakan kegiatan penyusunan data atau informasi hasil penelitian. Penelitian kualitatif biasanya dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan atau kategori, flowchart dan sejenisnya. Melalui

⁴¹ *Ibid*,h.338

penyajian data, akan memudahkan peneliti untuk menarik kesimpulan, merencanakan kerja dan pengambilan tindakan.⁴²

Display data dalam penelitian ini data disajikan dalam bentuk teks narasi atau uraian yang menyerupai cerita setelah data terkumpul dan dikelompokkan menurut kategorinya. Bentuk narasi tersebut dimulai dari langkah awal peneliti menuju lapangan sampai mengakhiri kegiatan penelitian.

3. Kesimpulan (Verifikasi)

Langkah berikutnya dalam analisis data menurut Miles dan Huberman dalam Sugiyono adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang disampaikan masih bersifat sementara dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat serta mendukung pada tahap-tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh data yang valid dan konsisten pada saat penelitian kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.⁴³

Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat dijawab rumusan masalah yang telah dirumuskan, tetapi mungkin dapat juga tidak. Karena seperti yang telah di jelaskan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti berada di lapangan.

⁴² Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan, h. 341

⁴³ *Ibid*, h.345

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Penerapan Metode Jejaring Sosial (Facebook)

Salah satu media jejaring sosial terbesar dan banyak dipakai masyarakat dunia adalah facebook. Kepopuleran jejaring sosial facebook telah menjadi daya tarik yang luar biasa bagi pebisnis dan perusahaan untuk memanfaatkannya dalam membangun dan membesarkan kerajaan bisnis.

Metode jejaring sosial facebook digunakan sebagai strategi komunikasi pemasaran yang efektif karena sangat mudah di akses dan mampu mencakup semua kalangan pengguna. Cara memasarkan produk ke media facebook sangatlah mudah cukup masuk ke group dagang facebook, kemudian memposting barang yang hendak di jual yaitu peralatan rumah tangga dan mencantumkan nomor hp agar mempermudah pelanggan untuk bisa lebih jauh berkomunikasi dan memberikan keterangan meliputi harga, kondisi dan kelengkapan barang yang ingin dijual. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara Len Farida (tanggal 11 Juni 2022). Yang mengatakan, bahwa: “Memposting peralatan rumah tangga dengan menggunakan kata-kata yang menarik dan mencantumkan nomor hp agar dapat mempermudah pelanggan untuk bisa lebih jauh berkomunikasi”.⁴⁴

Hal senada juga di sampaikan oleh Fitriyani (Tanggal 13 Juni 2022) yang mengatakan bahwa: “Meposting peralatan rumah tangga di beberapa group dagang facebook dengan mencantumkan spesifikasi lengkap terkait dengan peralatan rumah tangga yang dijual”.⁴⁵

Sementara itu Arzani (Tanggal 14 Juni 2022 juga mengatakan bahwa: “Masuk ke group dagang facebook kemudian memposting gadget dengan keterangan meliputi

⁴⁴ Wawancara dengan Len Farida Pemilik Toko Intan Furniture Anugrah Pertama

⁴⁵ Wawancara dengan Fitriyani Pemilik Toko Cahya Furniture

harga, kondisi dan kelengkapan peralatan rumah tangga yang dijual”.⁴⁶

Agar postingan mudah dilihat oleh pengguna facebook atau anggota group, maka informan sangat sering memposting agar postingannya tidak tenggelam oleh postingan-postingan penjual lainnya. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara Len Farida (Tanggal 11 Juni 2022). yang mengatakan, bahwa: “Sangat sering, apabila kita sudah memposting kemudian postingan kami tenggelam oleh postingan penjual lain maka kami posting lagi”.⁴⁷

Hal senada juga di sampaikan oleh Fitriyani (Tanggal 13 Juni 2022). yang mengatakan bahwa: “Sangat sering karena melalui postingan di facebook dapat menarik pelanggan. Selain itu kita juga harus selalu online di facebook untuk melakukan siaran langsung agar pelanggan lebih tertaring dengan produk kita”.⁴⁸

Sementara itu Arzani (Tanggal 14 Juni 2022). juga mengatakan bahwa: “Sangat sering, karena semakin sering kita memposting peralatan rumah tangga maka semakin banyak pula orang yang akan melihat dan tertarik”.⁴⁹

Kehadiran media facebook memang sangat membantu dalam hal memasarkan produk apalagi dengan hadirnya group facebook yang sangat memudahkan penjual dan pembeli berkomunikasi. Toko Intan Furniture tidak hanya menerima pemesanan dalam Kabupaten saja, tapi juga menerima pemesanan diluar Kabupaten Pesisir Barat itu disebabkan oleh kemampuan masyarakat dalam mengakses media sosial seperti facebook. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara Len Farida (Tanggal 11 Juni 2022), yang mengatakan, bahwa: “kami menerima, karena dengan kemampuan masyarakat

⁴⁶ Wawancara dengan Arzani Pemilik Toko Chintia Furniture

⁴⁷ Wawancara dengan Len Farida Pemilik Toko Intan Furniture
Anugrah Pratama

⁴⁸ Wawancara dengan Fitriyani Pemilik Toko Cahya Furniture

⁴⁹ Wawancara dengan Arzani Pemilik Toko Chintia Furniture

mengakses media sosial seperti facebook, kami dapat menerima pemesanan dari luar Kabupaten”.⁵⁰

Hal senada juga di sampaikan oleh Fitriyani (Tanggal 13 Juni 2022), yang mengatakan bahwa:

Iya menerima. Karena orang-orang yang bergabung dalam group facebook bukan saja hanya orang Kabupaten Pesisir Barat, tapi banyak orang-orang yang diluar Kabupaten Pesisir Barat yang tentunya melihat postingan kami sehingga kami menerima pemesanan diluar Kabupaten Pesisir Barat.⁵¹

Sementara itu Arzani (Tanggal 14 Juni 2022), juga mengatakan bahwa: “Iya tentu saja kami menerima, selama betul-betulingin membeli tentu kami terima”.⁵²

Pemilik Toko Furniture yang ada di Kabupaten Pesisir Barat terus menerus memasarkan produknya pada group facebook agar usahanya dapat terus berkembang. Salah satu caranya adalah dengan menjual dan menerima pemesanan tidak hanya di Kabupaten Pesisir Barat saja namun juga menerima pemesanan diluar Kabupaten Pesisir Barat. Sudah banyak dari luar Kabupaten Pesisir Barat yang pernah membeli peralatan rumah tangga di kami. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara Len Farida (Tanggal 11 Juni 2022), yang mengatakan, bahwa: “Daerah yang pernah memesan peralatan rumah tangga yaitu, Lampung Barat dan Tanggamus”.⁵³

Dari penjelasan informan mengenai penerapan metode jejaring sosial facebook dapat disimpulkan bahwa diperlukannya memposting produk di facebook secara rutin ataupun siaran langsung sebagai salah satu cara dalam menarik pelanggan. Kemudian informan juga menjelaskan bahwa dalam penjualan produk Pemilik Toko Furniture yang

⁵⁰ Wawancara dengan Len Farida Pemilik Toko Intan Furniture Anugrah Pratama

⁵¹ Wawancara dengan Fitriyani Pemilik Toko Cahya Furniture

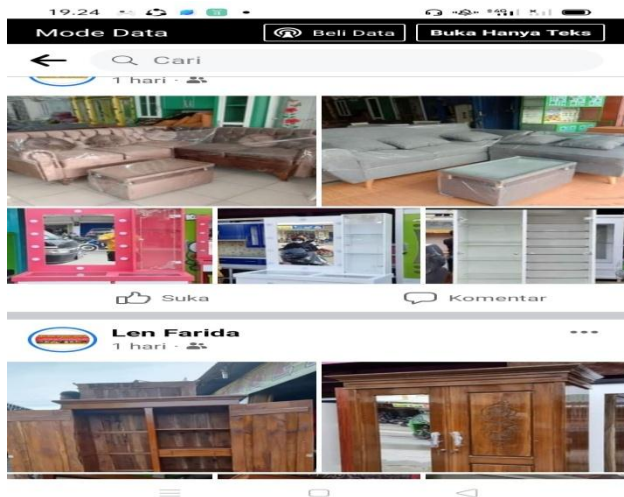
⁵² Wawancara dengan Arzani Pemilik Toko Chintia Furniture

⁵³ Wawancara dengan Len Farida Pemilik Toko Intan Furniture Anugrah Pratama

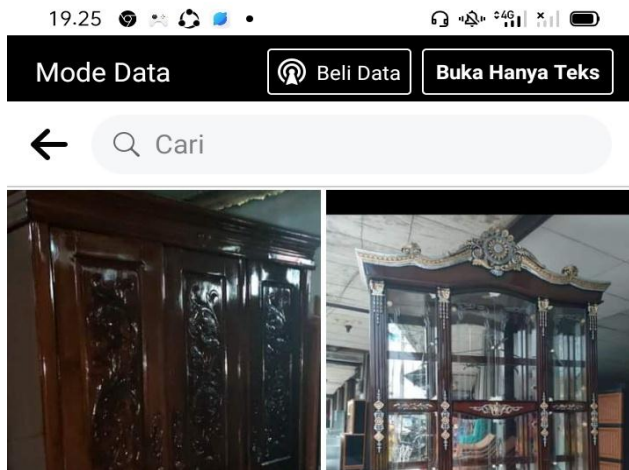
ada di Kabupaten Pesisir Barat melayani pembelian di dalam dan diluar kota dengan jaminan garansi yang dapat membuat pelanggan tetap merasa aman dan nyaman.



Gambar 4.1
Peneliti Bersama Pemilik Toko Intan Furniture Anugrah



Gambar 4.2
Proses memposting barang yang dilakukan Pemilik Toko Intan Furniture Anugrah



Gambar 4.3

Hasil Postingan yang dilakukan Pemilik Toko Intan Furniture Anugrah

2. Faktor Pendukung Penggunaan Media Bisnis Online

Facebook adalah salah satu jejaring sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia, maka tidak mengherankan apabila media facebook dapat menjadi peluang bisnis sekaligus menjadi alat pemasaran produk yang sangat potensial. Facebook memberikan tempat untuk bertemu dan berkomunikasi antara seorang anggota dengan anggota lainnya. Bisnis online facebook sangat mudah di akses dan mampu menjangkau semua pengguna facebook. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara Len Farida (Tanggal 11 Juni 2022). yang mengatakan, bahwa: “Iya tentu saja sangat membantu, karena sangat mudah di akses dan mampu menjangkau semua pengguna facebook”.⁵⁴

Hal senada juga di sampaikan oleh Fitriyani (Tanggal 13 Juni 2022). yang mengatakan bahwa: “Iya

⁵⁴ Wawancara dengan Len Farida Pemilik Toko Intan Furniture Anugrah Pratama

sangat membantu, selain dari kemudahannya kita juga tidak perlu mengeluarkan biaya dalam memasarkan produk”.⁵⁵

Sementara itu Arzani (Tanggal 14 Juni 2022), juga mengatakan bahwa: “Tentu saja sangat membantu, karena kita bisa memasarkan produk kapan saja kita mau dan memiliki target pasar yang sangat luas”.⁵⁶

Sangat banyak kelebihan yang bisa di dapatkan dalam berjualan online di facebook selain karena banyaknya pengguna facebook dan sangat mudah diakses juga sangat membantu kami dalam berkomunikasi dengan pembeli sehingga memudahkan kami dalam memasarkan produk. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara Len Farida (Tanggal 11 Juni 2022), yang mengatakan, bahwa: “Sangat mudah di akses dan banyaknya masyarakat pengguna facebook sehingga memudahkan kami untuk memasarkan produk”.⁵⁷

Hal senada juga di sampaikan oleh Fitriyani (Tanggal 13 Juni 2022), yang mengatakan bahwa: “Banyaknya masyarakat pengguna facebook sehingga memberikan peluang yang sangat besar bagi kami dalam memasarkan produk”.⁵⁸

Sementara itu Arzani (Tanggal 14 Juni 2022), juga mengatakan bahwa: “Tidak terbatasnya waktu dan tempat saat kita ingin memasarkan produk dan sangat memudahkan kita untuk berkomunikasi dengan pelanggan”.⁵⁹

Banyaknya pengguna facebook yang bergabung dalam group facebook makassar dagang khususnya sebagai penjual membuat persaingan yang tidak mudah, sehingga Pemilik Toko atau Pelaku Usaha Furniture yang ada di Kabupaten Pesisir Barat harus memikirkan cara untuk bisa menarik pembeli agar membeli produk yang mereka

⁵⁵ Wawancara dengan Fitriyani Pemilik Toko Cahya Furniture

⁵⁶ Wawancara dengan Arzani Pemilik Toko Chntia Furniture

⁵⁷ Wawancara dengan Len Farida Pemilik Toko Intan Furniture

Anugrah Pratama

⁵⁸ Wawancara dengan Fitriyani Pemilik Toko Cahya Furniture

⁵⁹ Wawancara dengan Arzani Pemilik Toko Chintia Furniture

pasarkan. Kami memberikan kepercayaan dengan cara memberikan garansi dan bonus di setiap pembelian barang. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara Len Farida (Tanggal 11 Juni 2022), yang mengatakan, bahwa: “Memberikan kepercayaan dengan cara memberikan garansi dan bonus di setiap pembelian barang”.⁶⁰

Hal senada juga di sampaikan oleh Fitriyani (Tanggal 13 Juni 2022). yang mengatakan bahwa: “Berkomunikasi dengan sopan dan baik serta mengedapankan sifat jujur kepada pelanggan, seperti menjelaskan secara rinci terkait dengan gadget yang kami jual”.⁶¹

Sementara itu Arzani (Tanggal 14 Juni 2022), juga mengatakan bahwa: “Kita memberikan garansi kepada pelanggan, apabila produk yg di beli itu tidak sesuai dengan keterangan yang kami posting maka silahkan di kembalikan. Ini cara kami agar pelanggan tertarik dan percaya sama kami”.⁶²

Dari penjelasan informan mengenai faktor pendukung penggunaan media bisnis online dapat disimpulkan bahwa dengan adanya media bisnis online facebook sangat membantu dalam memasarkan peralatan rumah tangga karena sangat mudah diakses dan mampu menjangkau semua pengguna facebook serta dapat membantu dalam berkomunikasi dengan pembeli.

3. Faktor Penghambat Penggunaan Media Bisnis Online

Persaingan bisnis online sangat tinggi, kemajuan teknologi membuat sebagian besar orang memasarkan produknya melalui internet. Jadi bisa dipastikan persaingannya sangat berat. Banyaknya anggota dalam group facebook khususnya sebagai penjual tentu menambah pesaing dalam memasarkan peralatan rumah tangga di media

⁶⁰ Wawancara dengan Len Farida Pemilik Toko Intan Furniture Anugrah Pratama

⁶¹ Wawancara dengan Fitriyani Pemilik Toko Cahya Furniture

⁶² Wawancara dengan Arzani Pemilik Toko Chintia Furniture

facebook, sehingga dengan cepat postingan akan berada di bawah postingan-postingan pengguna lain dan sulit untuk dilihat oleh pelanggan. Informan mengatakan bahwa banyaknya kendala dalam memasarkan peralatan rumah tangga ke media facebook mulai dari masalah jaringan sampai dengan masalah postingan yang dengan mudah postingan kami berada di bawah postingan- postingan pengguna lain dan sulit untuk dilihat oleh pelanggan.

Hal ini sesuai dengan dengan hasil wawancara Len Farida (Tanggal 11 Juni 2022). yang mengatakan, bahwa: “Iya pasti ada, apalagi kami berjualan online yang tentunya membutuhkan jaringan. Kalau jaringan lagi tidak stabil tentu membuat kami sulit memposting gadget ke facebook”.⁶³

Hal senada juga di sampaikan oleh Fitriyani (Tanggal 13 Juni 2022), yang mengatakan bahwa: “Iya pasti ada, postingan kami dengan cepat berada di bawah postingan-pengguna yang lain”.⁶⁴

Sementara itu Arzani (Tanggal 14 Juni 2022), juga mengatakan bahwa: “Pasti ada, yang paling sering terjadi adalah postingam kami dengan cepat berada di bawah postingan-postingan pengguna yang lain”.⁶⁵

Masalah yang sering terjadi dalam kegiatan jual-beli online pada group facebook khususnya jual-beli peralatan rumah tangga, salah satunya yakni beberapa pengguna facebook yang bertindak sebagai pembeli, seringkali mempermainkan penjual. Salah satu contohnya yang sering terjadi pelanggan dengan seenaknya membatalkan pembelian tanpa alasan yang jelas, bahkan tanpa ada konfirmasi pembatalan. Informan mengatakan bahwa sangat sering terjadi pembatalan pembelian tanpa ada konfirmasi sebelumnya. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara Len Farida (Tanggal 11

⁶³ Wawancara dengan Len Farida Pemilik Toko Intan Furniture Anugrah Pratama

⁶⁴ Wawancara dengan Fitriyani Pemilik Toko Cahya Furniture

⁶⁵ Wawancara dengan Arzani Pemilik Toko Chintia Furniture

Juni 2022), yang mengatakan, bahwa: “Sering terjadi pembatalan pembelian tanpa ada konfirmasi sebelumnya”.⁶⁶

Hal senada juga di sampaikan oleh Fitriyani (Tanggal 13 Juni 2022), yang mengatakan bahwa: “Banyaknya orang yang php, barang sudah dipersiapkan tapi orangnya batal membeli tanpa ada konfirmasi ke kami”.⁶⁷

Sementara itu Arzani (Tanggal 14 Juni 2022), juga mengatakan bahwa: “Sering terjadi sudah bertanya panjang lebar, menawar sampai harga yang sangat murah dan bahkan sudah deal untuk membeli tpi orangnya tiba-tiba batal membeli tanpa memberikan alasan yang jelas”.⁶⁸

Dengan banyaknya persoalan yang sering terjadi dalam berjualan di media bisnis online facebook seperti pembatalan sepihak oleh pembeli yang sangat merugikan penjual. Informan mengambil langkah dengan cara kami meminta nomor handphonenya kemudian kami mengarahkan ke toko apabila ingin bertanya, pilih-pilih dan membeli peralatan rumah tangga yang di inginkan Hal ini sesuai dengan hasil wawancara Fitriansyah,S.Pd (Tanggal 11 Juni 2022), yang mengatakan, bahwa: “kami meminta nomor handphonenya kemudian kami mengarahkan ke toko kami untuk transaksi”.⁶⁹

Hal senada juga di sampaikan oleh Fitriyani (Tanggal 13 Juni 2022), yang mengatakan bahwa: “Kita mengajak ke toko apabila ingin membeli, agar tidak terjadi hal-hal yang merugikan kami dan agar transaksi lebih aman dan nyaman”.⁷⁰

Sementara itu Arzani (Tanggal 14 Juni 2022), juga mengatakan bahwa: “Kita meminta nomor handphonenya kemudian kita mengarahkan ke toko apabila ingin bertanya,

⁶⁶ Wawancara dengan Len Farida Pemilik Toko Intan Furniture Anugrah Pratama

⁶⁷ Wawancara dengan Fitriyani Pemilik Toko Cahya Furniture

⁶⁸ Wawancara dengan Arzani Pemilik Toko Chintia Furniture

⁶⁹ Wawancara dengan Len Farida Pemilik Toko Intan Furniture Anugrah Pratama

⁷⁰ Wawancara dengan Fitriyani Pemilik Toko Cahya Furniture

pilih-pilih peralatan rumah tangga dan membeli gadget yang di inginkan”.⁷¹

Dalam kegiatan jual beli secara online di facebook, informan mengatakan bahwa dalam menjalankan bisnis online ini tidak menghambat kegiatan sehari-hari. Dengan menjalankan bisnis online tidak sama sekali menghambat kegiatan sehari-hari, karena kita bisa posting kapan pun dan dimana pun. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara Len Farida (Tanggal 11 Juni 2022), yang mengatakan, bahwa: “Tentu tidak. Karena dengan berjualan online, kami bisa posting kapanpun dan dimanapun”.⁷²

Hal senada juga di sampaikan oleh Fitriyani (Tanggal 13 Juni 2022), yang mengatakan bahwa: “Tidak, karena ketika ada pelanggan yang datang ke toko dan pada saat itu juga salah satu dari karyawan sedang sibuk maka kita bisa bergantian”.⁷³

Sementara itu Arzani (Tanggal 14 Juni 2022), juga mengatakan bahwa: “Tidak, karena jika ada pembeli diluar jam kerja maka kita akan memprosesnya pada saat toko terbuka jadi sama sekali tidak mengganggu”.⁷⁴

Dari penjelasan informan mengenai faktor penghambat penggunaan media bisnis online dapat disimpulkan bahwa ada faktor penghambat dalam penggunaan media bisnis online yaitu pengaruh jaringan, apabila jaringan lagi tidak stabil maka sulit memposting peralatan rumah tangga ke facebook. Faktor lain yaitu sering terjadi pembatalan pembelian tanpa ada konfirmasi.

4. Peningkatan Volume Penjualan

Peningkatan volume penjualan media bisnis online disebabkan karena jangkauan yang luas dan menjadi tren

⁷¹ Wawancara dengan Arzani Pemilik Toko Chintia Furniture

⁷² Wawancara dengan Len Farida Pemilik Toko Intan Furniture
Anugrah Pratama

⁷³ Wawancara dengan Fitriyani Pemilik Toko Cahya Furniture

⁷⁴ Wawancara dengan Arzani Pemilik Toko Chintia Furniture

dikalangan masyarakat luas karena kemudahannya serta metode pembayaran yang beragam yang dapat digunakan dalam melakukan transaksi jual beli online. Dengan menggunakan media social produk yang dipasarkan lebih mudah mendapat pelanggan, apalagi dengan menggunakan sosial media facebook yang penggunanya termasuk pengguna terbanyak ke empat di dunia dengan jumlah pengguna 130 juta pengguna fecebook.

Dengan banyak pengguna fecebook di Indonesia informan penelitian memamfaatkan untuk menjual produknya tidak hanya di Toko saja, akan tetapi memanfaatkan media social seperti fecebook.

Dalam penelitian yang telah dilakukan, informan mengatakan bahwa dengan menggunakan media sosial penjualan produk lebih meningkat di bandingkan hanya berjualan di toko saja. Hal ini yang membuktikan bahwa memasarkan produk melalui media online facebook lebih mendapatkan keuntungan lebih besar dibandingkan hanya berjualan di toko saja. Hal ini sesuai denga hasil wawancara dengan Len Farida (Tanggal 11 Juni 2022), yang mengatakan bahwa: “Iya jelas sangat meningkat, karena dampak positif dari penggunaan media sosial oleh masyarakat sangat membantu kami dalam memasarkan dan memberikan informasi seputar peralatan rumah tangga bagi para masyarakat”.⁷⁵

Hal senada juga di sampaikan oleh Fitriyani (Tanggal 13 Juni 2022) yang mengatakan bahwa: “Iya meningkat karena mayoritas masyarakat menggunakan facebook dalam berkomunikasi, maka kami memiliki banyak peluang untuk meningkatkan penjualan”.⁷⁶

Sementara Arzani (Tanggal 14 Juni 2022), juga mengatakan bahwa: “Iya meningkat, karena media sosial

⁷⁵ Wawancara dengan Len Farida Pemilik Toko Intan Furniture Anugrah Pratama

⁷⁶ Wawancara dengan Fitriyani Pemilik Toko Cahya Furniture

seperti facebook sangat membantu dalam penjualan peralatan rumah tangga”.⁷⁷

Setalah bergabung dengan grup facebook, penjualan produk mengalami peningkatan. Adapun produk yang dipasarkan di media sosial facebook biasanya 8-10 unit, dan yang terjual biasanya tidak menentu, minimal 1 unit dan maksimal 2 unit perharinya. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara Fitriansyah,S.Pd (Tanggal 11 Juni 2022), yang mengatakan, bahwa: “Biasanya kurang lebih 8-10 per hari, Tidak menentu, tapi setiap hari pasti ada minimal 1-2 unit”.⁷⁸

Hal senada juga di sampaikan oleh Fitriyani (Tanggal 13 Juni 2022). yang mengatakan bahwa: “Biasanya kurang lebih 5 unit, Tidak menentu tapi setiap hari pasti ada minimal 1 unit”.⁷⁹

Sementara Arzani (Tanggal 14 Juni 2022), juga mengatakan bahwa: “Tidak menentu, biasanya kurang lebih 4-5 unit per hari, Tidak menentu, yang jelas setiap hari pasti ada minimal 1-2 unit”.⁸⁰

Dari penjelasan informan mengenai peningkatan volume penjualan media bisnis online facebook dapat disimpulkan bahwa dengan menggunakan media sosial facebook penjualan peralatan rumah tangga lebih meningkat di bandingkan hanya berjualan di toko saja. Hal ini yang membuktikan bahwa memasarkan produk melalui media online facebook lebih mendapatkan keuntungan lebih besar dibandingkan hanya berjualan di toko saja. Setelah bergabung dengan grup facebook penjualan produk mengalami peningkatan. Adapun peralatan rumah tangga yang dipasarkan di media sosial facebook biasanya 8-10 unit, dan yang terjual biasanya 1-2 unit.

⁷⁷ Wawancara dengan Arzani Pemilik Toko Chintia Furniture

⁷⁸ Wawancara dengan Len Farida Pemilik Toko Intan Furniture
Anugrah Pratama

⁷⁹ Wawancara dengan Fitriyani Pemilik Toko Cahya Furniture

⁸⁰ Wawancara dengan Arzani Pemilik Toko Chintia Furniture

Adapun kesimpulan yang dapat diambil dari hasil wawancara diatas adalah sebagai berikut:

- a. Terjadi peningkatan penjualan yang disebabkan oleh penggunaan media sosial facebook dalam memasarkan dan memberikan informasi seputar peralatan rumah tangga bagi masyarakat sehingga memberikan peluang dalam penjualan.
- b. Meskipun penjualan gadget melalui media sosial facebook tidak menentu, namun pelaku usaha dapat menjual peralatan rumah tangga dalam sehari 1-2 unit.
- c. Diperlukannya memposting produk di facebook secara rutin ataupun siaran langsung sebagai salah satu cara dalam menarik pelanggan
- d. Dalam penjualan peralatan rumah tangga, Pemilik Toko Furniture yang ada di Kabupaten Pesisir Barat melayani pembelian didalam dan diluar Kabupaten dengan jaminan garansi yang dapat membuat pelanggan tetap merasa aman dan nyaman.

B. Pembahasan

Setelah pemaparan hasil penelitian maka pada bagian ini akan dipaparkan pembahasan mengenai Pemanfaatan Jejaring Sosial Facebook Sebagai Media Bisnis Online Dalam Meningkatkan Volume Penjualan.

1. Efektivitas

Efektivitas secara umum menunjukkan seberapa jauh tercapainya suatu tujuan yang terlebih dahulu ditentukan. Efektivitas adalah menggambarkan seluruh siklus input, proses dan output yang mengacu pada hasil guna daripada suatu organisasi, program, atau kegiatan yang menyatakan sejauh mana tujuan (kuantitas, kualitas, dan waktu) telah dicapai, serta ukuran berhasil tidaknya suatu organisasi mencapai tujuan dan mencapai target-

targetnya. Efektivitas merupakan hubungan antara output dan tujuan, semakin besar kontribusi output terhadap pencapaian tujuan, maka semakin efektif organisasi, program atau kegiatan..

Adapun ukuran atau kriteria mengenai pencapaian tujuan efektif atau tidak, sebagaimana dikemukakan oleh S.P Siagian dalam Nadira Satiti yaitu :

- a. Kejelasan tujuan yang hendak dicapai, hal ini dimaksudkan supaya karyawan dalam pelaksanaan tugas mencapai sasaran yang terarah dan tujuan organisasi dapat tercapai
- b. Kejelasan strategi pencapaian tujuan, telah diketahui bahwa strategi adalah pada jalan yang diikuti dalam melakukan berbagai upaya dalam mencapai sasaran-sasaran yang ditentukan agar implementer tidak tersesat dalam pencapaian tujuan organisasi
- c. Perencanaan yang matang, pada hakekatnya berarti memutuskan sekarang apa yang dikerjakan oleh organisasi di masa depan
- d. Penyusunan program yang tepat suatu rencana yang baikmasih perlu dijabarkan dalam program-program pelaksanaan yang tepat sebab apabila tidak, para pelaksana akan kurang memiliki pedoman bertindak dan bekerja
- e. Tersedianya sarana dan prasarana kerja, salah satu indikator efektivitas organisasi adalah kemampuan bekerja secara produktif. Dengan sarana dan prasarana yang tersedia dan mungkin disediakan oleh organisasi
- f. Pelaksanaan yang efektif dan efisien, bagaimanapun baiknya suatu program apabila tidak dilaksanakan secara efektif dan efisien maka organisasi tersebut tidak akan mencapai

sasarannya, karena dengan pelaksanaan organisasi semakin didekatkan pada tujuannya

- g. Sistem pengawasan dan pengendalian yang bersifat mendidik mengingat sifat manusia yang tidak sempurna maka efektivitas organisasi menuntut terdapatnya sistem pengawasan dan pengendalian

Setelah bergabung dengan grup facebook penjualan produk mengalami peningkatan. Adapun produk yang dipasarkan di media sosial facebook biasanya 8-10 unit, dan yang terjual biasanya tidak menentu, minimal 1 unit dan maksimal 2 unit perharinya. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara Len Farida (Tanggal 11 Juni 2022), yang mengatakan, bahwa: “Bisanya kurang lebih 8-10 per hari, Tidak menentu, tapi setiap hari pasti ada minimal 1-2 unit”.⁸¹

2. Jejaring Sosial Facebook

Dampak yang timbul dari penggunaan situs jejaring sosial adalah sebagai berikut:

- a. Semakin Mudahnya Berinteraksi dengan Orang Lain Karena dapat berkomunikasi secara realtime, Para pengguna jejaring sosial dapat dengan mudah berinteraksi dengan orang lain. Bahkan tak lagi terpengaruh oleh jarak yang sangat jauh. Selain itu, dengan adanya situs jejaring sosial, penyebaran informasi dapat berlangsung secara cepat.
- b. Sarana Promosi unggulan lainnya media ini dapat digunakan sebagai sarana promosi suatu barang, komunitas, band dan lain-lain
- c. Sarana Sosialisasi Program Pemerintah di negara Indonesia, pemerintah banyak

⁸¹ Wawancara dengan Len Farida Pemilik Toko Intan Furniture Anugrah Pratama

- melakukan sosialisasi dalam berbagai hal pendidikan, kesehatan, politik, penanggulangan bencana, ekonomi, dan informasi yang lain. Selain menggunakan media cetak, pemerintah mensosialisasikan programnya melalui situs jejaring sosial
- d. Sarana Silaturahmi Tak dapat dipungkiri jika jejaring sosial merupakan sarana paling efektif untuk menjalin Komunikasi dan Silaturahmi dengan teman, sahabat maupun keluarga. Tanpa lagi dibatasi jarak, tempat dan waktu, anda bisa terus menjalin silaturahmi dengan mereka, berbagi pengalaman bahkan anda bisa merencanakan sebuah acara pertemuan keluarga dengan mereka
 - e. Sarana Hiburan Para pengguna bisa bersenang-senang dan bergaul dengan orang dari seluruh penjuru dunia. Dengan perkembangan pesat dunia internet, maka sarana dan prasarana untuk bisa bersenangsenang dan bergaul di online social networking pun semakin banyak pilihan. Dari mulai maen game dengan teman virtual anda, sampai kepada saling kirim kartu ucapan.

Facebook dimanfaatkan secara maksimal oleh penggunaanya dalam menciptakan peluang bisnis. Selain itu, dengan meningkatnya jumlah pengguna layanan facebook dari tahun ke tahun, membuat situs jejaring sosial ini menjadi tempat yang menarik bagi orang-orang yang senang menggali peluang bisnis.

Fenomena yang ada membuka peluang bagi semua organisasi bisnis baik kecil maupun besar untuk menggunakan media digital dalam melakukan kegiatan penjualan, media promosi, dan pembentuk komunitas. Pengusaha dari perusahaan besar

menggunakan media ini dengan tujuan mencari pasar baru dan mempertahankan hubungan dengan konsumen yang sudah ada.

Target Market dari Pemilik Toko atau Pelaku Usaha Furniture yang ada di Kabupaten Pesisir Barat adalah usia remaja sampai dewasa. Dalam bersaing dengan para kompetitornya, Pemilik Toko atau Pelaku Usaha Furniture yang ada di Kabupaten Pesisir Barat harus mempunyai strategi yang berbeda dalam memanfaatkan facebook sebagai sarana promosi online. Sesuai dengan hasil wawancara bahwa salah satu strategi yang digunakan ialah dengan memberikan garansi dan bonus di setiap pembelian produk. Disamping itu sangat perlu mengedapankan sifat jujur kepada pelanggan sebagai bentuk kepercayaan.

Facebook adalah salah satu jejaring sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia, maka tidak mengherankan apabila media facebook dapat menjadi peluang bisnis sekaligus menjadi alat pemasaran produk yang sangat potensial. Facebook memberikan tempat untuk bertemu dan berkomunikasi antara seorang anggota dengan anggota lainnya. Bisnis online facebook sangat mudah di akses dan mampu menjangkau semua pengguna facebook. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara Len Farida (Tanggal 11 Juni 2022). yang mengatakan, bahwa: “Iya tentu saja sangat membantu, karena sangat mudah di akses dan mampu menjangkau semua pengguna facebook”.⁸²

3. Media Bisnis Online

Bisnis online adalah bisnis yang dijalankan secara online dengan menggunakan jaringan internet sedangkan informasi yang akan disampaikan atau dijual biasanya menggunakan media website atau aplikasi Bisnis Online

⁸² Wawancara dengan Len Farida Pemilik Toko Intan Furniture Anugrah Pratama

memiliki prospek yang cukup besar di masa mendatang, Karena kini hampir semua orang menginginkan kepraktisan dan kemudahan dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Sangat banyak kelebihan yang bisa di dapatkan dalam berjualan online di facebook selain karena banyaknya pengguna facebook dan sangat mudah diakases juga sangat membantu kami dalam berkomunikasi dengan pembeli sehingga memudahkan kami dalam memasarkan produk. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara Len Farida (Tanggal 11 Juni 2022), yang mengatakan, bahwa: “Sangat mudah di akses dan banyaknya masyarakat pengguna facebook sehingga memudahkan kami untuk memasarkan produk”⁸³

Dalam dunia bisnis media sosial atau media online dimanfaatkan sebagai penghubung antar pengguna yakni:

- a. Media sosial sebagai alat strategis untuk mengungkapkan wawasan bisnis
- b. Media sosial bertindak sebagai pengendali yang mengendalikan percakapan sekitar merek tertentu
- c. Media sosial berfungsi sebagai marketing karena memberikan nilai tambah dari suatu produk
- d. Media sosial merupakan proses untuk merawat pelanggan
- e. Media sosial mengubah organisasi dari yang semula tertutup ke situasi yang transparan sehingga memengaruhi harapan para pelanggan.

⁸³ Wawancara dengan Len Farida Pemilik Toko Intan Furniture Anugrah Pratama

Dari penjelasan informan mengenai faktor pendukung penggunaan media bisnis online dapat disimpulkan bahwa dengan adanya media bisnis online facebook sangat membantu dalam memasarkan gadget karena sangat mudah diakses dan mampu menjangkau semua pengguna facebook serta dapat membantu dalam berkomunikasi dengan pembeli.

4. Volume Penjualan

Volume penjualan merupakan jumlah total yang dihasilkan dari kegiatan penjualan barang. Semakin besar jumlah penjualan yang dihasilkan perusahaan, maka besar kemungkinan laba yang dihasilkan perusahaan. Oleh karena itu, volume penjualan salah satu hal yang penting yang harus dievaluasi untuk memungkinkan perusahaan agar tidak rugi. Jadi, volume penjualan yang menguntungkan harus menjadi tujuan utama perusahaan dan bukannya untuk kepentingan volume itu sendiri.

Adapun indikator volume penjualan menurut Basu Swasta yaitu :

- a. Mencapai volume penjualan
- b. Mendapatkan laba
- c. Menunjang pertumbuhan perusahaan

Dalam penelitian yang telah dilakukan, informan mengatakan bahwa dengan menggunakan media sosial penjualan produk lebih meningkat di bandingkan hanya berjualan di toko saja. Hal ini yang membuktikan bahwa memasarkan produk melalui media online facebook lebih mendapatkan keuntungan lebih besar dibandingkan hanya berjualan di toko saja. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Len Farida (Tanggal 11 Juni 2022), yang mengatakan bahwa: “Iya jelas sangat meningkat, karena dampak positif dari penggunaan media sosial oleh masyarakat sangat membantu kami dalam memasarkan

dan memberikan informasi seputar peralatan rumah tangga bagi para masyarakat”.⁸⁴

Dari penjelasan informan mengenai peningkatan volume penjualan media bisnis online facebook dapat disimpulkan bahwa dengan menggunakan media sosial facebook penjualan peralatan rumah tangga lebih meningkat di bandingkan hanya berjualan di toko saja. Hal ini yang membuktikan bahwa memasarkan produk melalui media online facebook lebih mendapatkan keuntungan lebih besar dibandingkan hanya berjualan di toko saja. Setelah bergabung dengan grup facebook penjualan produk mengalami peningkatan. Adapun peralatan rumah tangga yang dipasarkan di media sosial facebook biasanya 8-10 unit, dan yang terjual biasanya 1-2 unit.

Sesuai dengan penelitian terdahulu dengan menggunakan media sosial facebook volume penjualan mengalami peningkatan, dengan melakukan penjualan melalui media sosial facebook pembeli dapat dengan mudah diakses untuk memilih dan mencari gadget yang diinginkan. Promosi sangat berpengaruh terhadap usaha perusahaan untuk mencapai volume penjualan yang maksimal, karena meskipun produk yang ditawarkan sudah baik, relatif murah serta mudah untuk diperoleh, jika tidak disertai promosi yang baik, maka tingkat penjualan tidak akan memadai. Sebagaimana hasil wawancara yang menunjukkan bahwa banyaknya masyarakat yang menggunakan media online facebook memberikan peluang yang sangat besar dalam memasarkan gadget. Selain itu tidak terbatasnya tempat dan waktu dalam menggunakan media online facebook sehingga memudahkan untuk berkomunikasi secara langsung.

⁸⁴ Wawancara dengan Len Farida Pemilik Toko Intan Furniture Anugrah Pratama

5. Kelebihan dan Kelemahan Penelitian Yang Dilakukan

Media sosial merupakan alat komunikasi berbagai informasi yang paling tepat dan mudah untuk digunakan masyarakat. Sejak awal di bangun, media sosial diperuntukkan sebagai wadah bagi para penggunanya agar dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan bertukar informasi dan ide dikomunitas dan jejaring *virtual*.

Dengan berkembangnya waktu media sosial tidak hanya digunakan sebagai media komunikasi saja, akan tetapi media sosial sudah berkembang untuk dijadikan sebagai media promosi online dibidang bisnis.

Para pelaku usaha yang menggunakan media sosial untuk sarana promosi ini mayoritas banyak dilakukan untuk memasarkan potensi-potensi usaha mereka. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi ini sering juga mendorong konsumen untuk mengupload foto dan video dengan menambahkan *hashtag* identitas usaha, sehingga dalam waktu cepat usaha yang ada akan tersebar dan dilihat oleh banyak orang dan semua itu tanpa biaya apapun alias gratis.

Sifat media sosial yang terbuka kemudian dimanfaatkan dengan mudah oleh pelaku usaha untuk memasarkan produknya. Mereka dapat memulainya dengan memajang foto-foto serta detail mengenai produknya melalui media sosial seperti facebook.

Facebook merupakan *website* jaringan sosial dimana para pengguna dapat bergabung dalam komunitas seperti kota, kerja, sekolah, dan daerah untuk melakukan koneksi dan berinteraksi dengan orang lain. Facebook umumnya cocok digunakan untuk pesan yang lebih santai dan ringan, namun sekali waktu tidak ada salahnya mem-*posting* hal-hal yang lebih serius dan mendalam serta pesan yang lebih variatif. Tidak hanya untuk berkomunikasi, facebook juga memiliki peluang sebagai aktivitas marketing yang bertujuan untuk

memperkenalkan, meningkatkan serta menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan.

Dengan dijadikannya media sosial facebook sebagai media promosi bertujuan agar memudahkan para konsumen untuk membeli produk secara *online*, di mana setelah dilakukan pembelian, barang akan langsung diantar ke tempat tujuan. Melihat presentase pengguna serta pembelian produk pakaian yang rata-rata paling banyak di Indonesia yang diperjualbelikan dalam toko *online* adalah di facebook. Konsumen toko furniture yang ada di facebook cukup membuka koleksi (katalog) yang telah diunggah oleh pengelola.

Kelebihan	Kekurangan
<ol style="list-style-type: none"> 1. Facebook menjadi <i>platform</i> media sosial yang paling banyak penggunanya 2. Beriklan di Facebook juga dipermudah 3. Lebih murah dalam fitur facebook <i>ads</i> 4. Gampang dipahami oleh para pemula 5. Bisa menentukan tujuan, wilayah, usia, ketertertarikan hingga jenis kelamin untuk mendapatkan sasaran promosi yang ditarget 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Matriks laporan kinerja iklan yang belum <i>real time</i> 2. Terlalu banyak jenis fitur 3. Banyaknya akun <i>cloning</i> (<i>fake</i>) yang di gunakan untuk <i>spamming</i> 4. Facebook adalah media yang sangat sensitif sehingga sangat rawan terkena blokir 5. Para pembisnis online di facebook masih banyak memakai cara brutal yaitu main tag yang bisa ratusan dalam sekali posting

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian pada Toko Furniture yang ada di Kabupaten Pesisir Barat, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa dengan menggunakan Media Sosial Facebook Sebagai Media Bisnis Online, kegiatan atau transaksi jual beli lebih efektif dan volume penjualan meningkat dibandingkan hanya berjualan di Toko saja, dikarenakan media sosial dapat membantu dalam proses promosi sehingga dapat meminimalkan biaya yang harus dikeluarkan untuk kegiatan promosi. Selain itu juga lebih memudahkan dalam proses jual beli peralatan rumah tangga, karena jangkauannya lebih luas dan mudah diakses.

B. Saran

Dengan mengacu pada kesimpulan yang dikemukakan diatas, maka saran- saran yang dapat peneliti berikan sebagai bahan pertimbangan pada Pemilik Toko yang bergerak di bidang Furniture yang ada di Kabupaten Pesisir Barat adalah sebagai berikut :

1. Pengusaha bisnis online harus selalu update dan mengikuti perkembangan teknologi yang ada sehingga dapat mengembangkan bisnisnya
2. Perlu pula untuk membangun kepercayaan yang kuat antara konsumen dan penjual online. Sehingga bisa menjadikan reputasi bisnis online lebih baik lagi
3. Kesiapan dan kemampuan dalam menjalankan bisnis online pula harus kuat agar tidak terjadi kerugian yang tidak terduga. Baik yang disebabkan oleh ketidakjujuran, kesalahan faktor manusia atau kesalahan elektronik.

DAFTAR RUJUKAN

- Adi Kunto, Menciptakan Penjualan Melalui Sosial Media, Jakarta, Pt Elex Computindo, 2011.
- Agung Rai, I Gusti, Audit Kinerja Pada Sector Public :Konsep, Praktik, dan Studi Kasus, Jakarta : Salemba Empat, 2008.
- Alvonco, Johnson, Practical Communication Skill: Sistem Komunikasi model umum dan horensio untuk sukses dalam bisnis, oragnisasi, dan kehidupan. Jakarta: Gramedia, 2014.
- Elvinaro Ardianto dan Bambang Q-Aness, Filsafat Ilmu Komunikasi, Bandung, Simbiosis Rekatama Media, 2009
- Freddy Rangkuti, Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kasus Integrate Marketing Comunication, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2009.
- Harmoni & Riyantoro. 2013. Efektivitas Iklan Melalui Jejaring Sosial Sebagai Salah Satu Strategi Pemasaran Keripik Pedas Maicih. Proceeding PESAT. Bandung. Vol. 5. ISSN: 1858-2559.
- Hasan, M., Musa, C.I., Arismunandar, Tahir, T., Azis, M. 2019. Entrepreneurship Education, Family Capital, and Family Business Performance in Makassar, South Sulawesi, Indonesia. International Journal of Science & Engineering Development Research, 4(6), 269-272.
- Hidayat, Efektivitas dalam kinerja karyawan, Yogyakarta : Gajah Mada University Press, 2005.
- James Timothy, Membangun Bisnis Online, Jakarta : Pt Elex Media Komputindo, 2010.
- Nurita, Prima. (2012). Tesis : Efektivitas Promosi Pemasaran Internet (I Marketing) dalam Meningkatkan Share Konsumen (Studi Kasus Pada UMKM Bahan Organik Bumi Ganesha). Universitas Indonesia.
- Pusat Pengkaji dan Pengembang Ekonomi Islam, Ekonomi Islam, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada, 2009.
- Hermawan Ricardo, The Drop Out Billionaire Menjual Ide Ala Mark Zuckerberg, Yogyakarta : Best Publisher, 2009.

- Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D, Bandung: Alfabeta,2017.
- Suprayogi,Imam, Metode Penelitian Sosial Agama, Bandung: Remaja Rosda Karya, 2010.
- UseinUmar,MetodeRisetBisnis,Jakarta:PT.GramediaPustakaUtama,2002
- Utami & Purnama. 2014. Pemanfaatan jejaring sosial (Facebook) sebagai media bisnis online (studi kasus batik solo 85). Seruni FTIUNSA vol.1.ISSN:2302-1136.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara Informan 1

PEDOMAN WAWANCARA (INFORMAN 1)

Narasumber : Pemilik Toko

Nama : Len Farida

Hari/Tgl wawancara : Sabtu/11 Juni
2022

Lokasi wawancara : Toko Intan Furniture Anugrah Pratama

Tujuan Wawancara :

Peneliti ingin mengetahui pemanfaatan jejaring sosial facebook sebagai media bisnis online dalam meningkatkan volume penjualan peralatan rumah tangga pada group facebook furniture Kabupaten Pesisir Barat.

Peneliti berharap Pemilik Toko dapat meluangkan waktunya untuk mendiskusikan masalah ini. Atas waktu yang Pemilik Toko luangkan peneliti ucapkan terima kasih.

Fokus Penelitian	Deskripsi Fokus	Daftar Pertanyaan
1. Bagaimana Efektivitas pemanfaatan jejaring sosial (facebook) sebagai media bisnis online dalam meningkatkan volume penjualan (Studi Kasus Pada Toko Furniture di Pesisir Barat)	1. Penerapan metode jejaring sosial (facebook)	1. Bagaimana cara anda memasarkan peralatan rumah tangga ke media facebook? 2. Seberapa sering anda memposting peralatan rumah tangga melalui media facebook? 3. Apakah anda menerima pemesanan di

		<p>luar Kabupaten Pesisir Barat?</p> <p>4. Dari daerah mana saja diluar Kabupaten Pesisir Barat yang pernah memesan peralatan rumah tangga yang dijual di Toko anda melalui media facebook?</p>
	<p>2. Faktor pendukung penggunaan media bisnis online</p>	<p>1. Apakah dengan menggunakan media facebook dapat membantu anda dalam memasarkan peralatan rumah tangga?</p> <p>2. Menurut anda apa yang menjadi kelebihan dalam memasarkan peralatan rumah tangga melalui media facebook?</p> <p>3. Bagaimana cara anda menarik minat pelanggan untuk dapat membeli peralatan rumah tangga di</p>

		Toko anda?
	3. Faktor penghambat penggunaan media bisnis online	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah anda memiliki kendala dalam memasarkan peralatan rumah tangga ke media facebook? 2. Hal apa saja yang sering terjadi dalam berjualan online di facebook? 3. Bagaimana cara anda mengatasi kendala- Kendala dalam berjualan online di facebook? 4. Apakah dalam menjalankan bisnis online ini tidak menghambat kegiatan Anda sehari-hari.?
	4. Peningkatan volume penjualan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah dengan menggunakan media sosial facebook dapat meningkatkan volume penjualan? 2. Berapa peralatan rumah tangga yang biasa anda jual

		<p>secara online di jejaring soial facebook dalam sehari?</p> <p>3. Berapa peralatan rumah tangga yang terjual dari keseluruhan peralatan rumah tangga yang anda pasarkan di jejaring sosial facebook?</p>
--	--	--

Lampiran 2 Pedoman Wawancara Informan 2

PEDOMAN WAWANCARA (INFORMAN 2)

Narasumber : Pemilik Toko

Nama : Fitriyani

Hari/Tgl wawancara : Senin/13 Juni
2022

Lokasi wawancara : Toko Cahya Furniture

Tujuan Wawancara :

Peneliti ingin mengetahui pemanfaatan jejaring sosial facebook sebagai media bisnis online dalam meningkatkan volume penjualan peralatan rumah tangga pada group facebook furniture Kabupaten Pesisir Barat.

Peneliti berharap Pemilik Toko dapat meluangkan waktunya untuk mendiskusikan masalah ini. Atas waktu yang Pemilik Toko luangkan peneliti ucapkan terima kasih.

Fokus Penelitian	Deskripsi Fokus	Daftar Pertanyaan
1. Bagaimana Efektivitas pemanfaatan jejaring sosial (facebook) sebagai media bisnis online dalam meningkatkan volume penjualan (Studi Kasus Pada Toko Furniture di Pesisir Barat)	1. Penerapan metode jejaring sosial (facebook)	1. Bagaimana cara anda memasarkan peralatan rumah tangga ke media facebook? 2. Seberapa sering anda memposting peralatan rumah tangga melalui media facebook? 3. Apakah anda menerima pemesanan di

		<p>luar Kabupaten Pesisir Barat?</p> <p>4. Dari daerah mana saja diluar Kabupaten Pesisir Barat yang pernah memesan peralatan rumah tangga yang dijual di Toko anda melalui media facebook?</p>
	<p>2. Faktor pendukung penggunaan media bisnis online</p>	<p>1. Apakah dengan menggunakan media facebook dapat membantu anda dalam memasarkan peralatan rumah tangga?</p> <p>2. Menurut anda apa yang menjadi kelebihan dalam memasarkan peralatan rumah tangga melalui media facebook?</p> <p>3. Bagaimana cara anda menarik minat pelanggan untuk dapat membeli peralatan rumah tangga di</p>

		Toko anda?
	3. Faktor penghambat penggunaan media bisnis online	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah anda memiliki kendala dalam memasarkan peralatan rumah tangga ke media facebook? 2. Hal apa saja yang sering terjadi dalam berjualan online di facebook? 3. Bagaimana cara anda mengatasi kendala- Kendala dalam berjualan online di facebook? 4. Apakah dalam menjalankan bisnis online ini tidak menghambat kegiatan Anda sehari-hari.?
	4. Peningkatan volume penjualan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah dengan menggunakan media sosial facebook dapat meningkatkan volume penjualan? 2. Berapa peralatan rumah tangga yang biasa anda jual secara online di

		<p>jejaring soial facebook dalam sehari?</p> <p>3. Berapa peralatan rumah tangga yang terjual dari keseluruhan peralatan rumah tangga yang anda pasarkan di jejaring sosial facebook?</p>
--	--	---

Lampiran 3 Pedoman Wawancara Informan 3

PEDOMAN WAWANCARA (INFORMAN 3)

Narasumber : Pemilik Toko

Nama : Arzani

Hari/Tgl wawancara : Selasa/14 Juni
2022

Lokasi wawancara : Toko Chintia Furniture

Tujuan Wawancara :

Peneliti ingin mengetahui pemanfaatan jejaring sosial facebook sebagai media bisnis online dalam meningkatkan volume penjualan peralatan rumah tangga pada group facebook furniture Kabupaten Pesisir Barat.

Peneliti berharap Pemilik Toko dapat meluangkan waktunya untuk mendiskusikan masalah ini. Atas waktu yang Pemilik Toko luangkan peneliti ucapkan terima kasih.

Fokus Penelitian	Deskripsi Fokus	Daftar Pertanyaan
1. Bagaimana Efektivitas pemanfaatan jejaring sosial (facebook) sebagai media bisnis online dalam meningkatkan volume penjualan (Studi Kasus Pada Toko Furniture di Pesisir Barat)	1. Penerapan metode jejaring sosial (facebook)	1. Bagaimana cara anda memasarkan peralatan rumah tangga ke media facebook? 2. Seberapa sering anda memposting peralatan rumah tangga melalui media facebook? 3. Apakah anda menerima pemesanan di

		<p>luar Kabupaten Pesisir Barat?</p> <p>4. Dari daerah mana saja diluar Kabupaten Pesisir Barat yang pernah memesan peralatan rumah tangga yang dijual di Toko anda melalui media facebook?</p>
	<p>2. Faktor pendukung penggunaan media bisnis online</p>	<p>1. Apakah dengan menggunakan media facebook dapat membantu anda dalam memasarkan peralatan rumah tangga?</p> <p>2. Menurut anda apa yang menjadi kelebihan dalam memasarkan peralatan rumah tangga melalui media facebook?</p> <p>3. Bagaimana cara anda menarik minat pelanggan untuk dapat membeli peralatan rumah tangga di</p>

		Toko anda?
	3. Faktor penghambat penggunaan media bisnis online	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah anda memiliki kendala dalam memasarkan peralatan rumah tangga ke media facebook? 2. Hal apa saja yang sering terjadi dalam berjualan online di facebook? 3. Bagaimana cara anda mengatasi kendala- Kendala dalam berjualan online di facebook? 4. Apakah dalam menjalankan bisnis online ini tidak menghambat kegiatan Anda sehari-hari.?
	4. Peningkatan volume penjualan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah dengan menggunakan media sosial facebook dapat meningkatkan volume penjualan? 2. Berapa peralatan rumah tangga yang biasa anda jual secara online di

		<p>jejaring soial facebook dalam sehari?</p> <p>3. Berapa peralatan rumah tangga yang terjual dari keseluruhan peralatan rumah tangga yang anda pasarkan di jejaring sosial facebook?</p>
--	--	---

Lampiran 4 Transkrip Wawancara Informan 1

TRANSKIP WAWANCARA

INFORMAN 1

Identitas Pemilik Toko

Nama : Len Farida

Hari/Tgl wawancara : Sabtu/11 Juni 2022

Lokasi wawancara : Toko Intan Furniture Anugrah Pratama

Peneliti	Bagaimana cara anda memasarkan peralatan rumah tangga ke media facebook?
Pemilik Toko	Cukup dengan memposting produk dengan kata-kata yang menarik dan mencantumkan nomor hp agar dapat menarik minat dan mempermudah pelanggan untuk bisa lebih jauh berkomunikasi
Peneliti	Seberapa sering anda memposting peralatan rumah tangga melalui media facebook?
Pemilik Toko	Sangat sering, apabila kita sudah memposting kemudian postingan kami tenggelam oleh postingan penjual lain maka kami posting lagi.
Peneliti	Apakah anda menerima pemesanan diluar Kabupaten Pesisir Barat?
Pemilik Toko	Tentu kami menerima, karena dengan kemampuan masyarakat mengakses media sosial seperti facebook, kami dapat menerima pemesanan dari luar Kabupaten.
Peneliti	Dari daerah mana saja diluar Kabupaten yang pernah memesan peralatan rumah tangga anda melalui media facebook?
Pemilik Toko	Lampung Barat dan Tanggamus
Peneliti	Apakah dengan menggunakan media facebook dapat membantu anda dalam memasarkan peralatan rumah tangga?
Pemilik Toko	Iya tentu saja sangat membantu, karena sangat mudah di akses dan mampu menjangkau semua pengguna facebook .

Peneliti	Menurut anda apa yang menjadi kelebihan dalam memasarkan peralatan rumah tangga melalui media facebook?
Pemilik Toko	Sangat mudah di akses dan banyaknya masyarakat pengguna facebook sehingga memudahkan kami untuk memasarkan produk.
Peneliti	Bagaimana cara Anda menarik minat pelanggan untuk dapat membeli peralatan rumah tangga anda?
Pemilik Toko	Memberikan kepercayaan dengan cara memberikan garansi dan bonus di setiap pembelian h peralatan rumah tangga.
Peneliti	Apakah anda memiliki kendala dalam memasarkan peralatan rumah tangga ke media facebook?
Pemilik Toko	Tentu ada tapi tidak terlalu berpengaruh
Peneliti	Hal apa saja yang sering terjadi dalam berjualan online di facebook?
Pemilik Toko	Postingan sangat cepat tenggelam oleh postingan-postingan pengguna yang lain
Peneliti	Bagaimana cara anda mengatasi kendala-kendala dalam berjualan online di facebook?
Pemilik Toko	Kita harus sering memantau postingan yang sudah kita posting, apabila postingan kami tenggelam maka kita cepat untuk memposting kembali agar postingan kami cepat dilihat oleh pengguna facebook atau pelanggan
Peneliti	Apakah dalam menjalankan bisnis online ini tidak menghambat kegiatan Anda sehari-hari.?
Pemilik Toko	Tentu tidak. Inilah kelebihan berjualan online, kita bisa posting kapanpun dan dimanapun.
Peneliti	Apakah dengan menggunakan media sosial facebook dapat meningkatkan volume penjualan?
Pemilik Toko	Iya jelas sangat meningkat, karena dampak

	positif dari penggunaan media sosial oleh masyarakat sangat membantu kami dalam memasarkan dan memberikan informasi seputar peralatan rumah tangga bagi para masyarakat.
Peneliti	Berapa peralatan rumah tangga yang biasa anda pasarkan secara online di jejaring sosial facebook dalam sehari?
Pemilik Toko	Bisanya kurang lebih 8-10 per hari.
Peneliti	Berapa peralatan rumah tangga yang terjual dari keseluruhan peralatan rumah tangga yang anda pasarkan di jejaring sosial facebook?
Pemilik Toko	Tidak menentu, tapi setiap hari pasti ada minimal 1-2 unit.

Lampiran 5 Transkrip Wawancara Informan 2

TRANSKIP WAWANCARA

INFORMAN 2

Identitas Pemilik Toko

Nama : Fitriyani
Hari/Tgl wawancara : Senin/13 Juni 2022
Lokasi wawancara : Toko Cahya Furniture

Peneliti	Bagaimana cara anda memasarkan peralatan rumah tangga ke media facebook?
Pemilik Toko	Meposting peralatan rumah tangga ke beberapa group dagang facebook dengan mencantumkan spesifikasi lengkap terkait dengan peralatan rumah tangga yang dijual
Peneliti	Seberapa sering anda memposting peralatan rumah tangga melalui media facebook?
Pemilik Toko	Sangat sering karena melalui postingan di facebook dapat menarik pelanggan. Selain itu kita juga harus selalu online di facebook untuk melakukan siaran langsung agar pelanggan lebih tertaring dengan produk kita.
Peneliti	Apakah anda menerima pemesanan diluar Kabupaten Pesisir Barat?
Pemilik Toko	Iya menerima. Karena orang-orang yang bergabung dalam group dagang bukan saja hanya orang Pesisir Barat saja, tapi banyak orang-orang yang diluar Pesisir Barat yang tentunya melihat postingan kami sehingga kami menerima pemesanan diluar Pesisir Barat.
Peneliti	Dari daerah mana saja diluar Kabupaten yang pernah memesan peralatan rumah tangga anda melalui media facebook?
Pemilik Toko	Lampung Barat dan Tanggamus
Peneliti	Apakah dengan menggunakan media facebook dapat membantu anda dalam memasarkan peralatan rumah tangga?

Pemilik Toko	Iya sangat membantu, selain dari kemudahannya kita juga tidak perlu mengeluarkan biaya dalam memasarkan produk.
Peneliti	Menurut anda apa yang menjadi kelebihan dalam memasarkan peralatan rumah tangga melalui media facebook?
Pemilik Toko	Banyaknya masyarakat pengguna facebook sehingga memberikan peluang yang sangat besar bagi kami dalam memasarkan produk.
Peneliti	Bagaimana cara Anda menarik minat pelanggan untuk dapat membeli peralatan rumah tangga anda?
Pemilik Toko	Berkomunikasi dengan sopan dan baik serta mengedapankan sifat jujur kepada pelanggan, seperti menjelaskan secara rinci terkait dengan peralatan rumah tangga yang kami jual.
Peneliti	Apakah anda memiliki kendala dalam memasarkan peralatan rumah tangga ke media facebook?
Pemilik Toko	Iya pasti ada, apalagi kita berjualan online berhadapan dengan orang-orang yang tidak kita tahu betul karakternya
Peneliti	Hal apa saja yang sering terjadi dalam berjualan online di facebook?
Pemilik Toko	Terkadang ada yang php, barang sudah dipersiapkan tapi orangnya batal membeli tanpa ada konfirmasi ke kita
Peneliti	Bagaimana cara anda mengatasi kendala-kendala dalam berjualan online di facebook?
Pemilik Toko	Kita mengajak ke toko apabila ingin membeli, agar tidak terjadi hal-hal yang merugikan kami dan agar transaksi lebih aman dan nyaman
Peneliti	Apakah dalam menjalankan bisnis online ini tidak menghambat kegiatan Anda sehari-hari.?
Pemilik Toko	Tidak, karena ketika ada pelanggan yang datang

	ke toko dan pada saat itu juga salah satu dari karyawan sedang sibuk maka kita bisa bergantian.
Peneliti	Apakah dengan menggunakan media sosial facebook dapat meningkatkan volume penjualan?
Pemilik Toko	Iya meningkat karena mayoritas masyarakat menggunakan facebook dalam berkomunikasi, maka kami memiliki banyak peluang untuk meningkatkan penjualan.
Peneliti	Berapa peralatan rumah tangga yang biasa anda pasarkan secara online di jejaring sosial facebook dalam sehari?
Pemilik Toko	Biasanya kurang lebih 5 unit
Peneliti	Berapa peralatan rumah tangga yang terjual dari keseluruhan peralatan rumah tangga yang anda pasarkan di jejaring sosial facebook?
Pemilik Toko	Tidak menentu tapi setiap hari pasti ada minimal 1 unit.

Lampiran 6 Transkrip Wawancara Informan 3

TRANSKIP WAWANCARA

INFORMAN 3

Identitas Pemilik Toko

Nama : Arzani
Hari/Tgl wawancara : Selasa/14 Juni 2022
Lokasi wawancara : Toko Chintia Furniture

Peneliti	Bagaimana cara anda memasarkan peralatan rumah tangga ke media facebook?
Pemilik Toko	Cukup masuk ke group dagang facebook kemudian memposting peralatan rumah tangga dengan keterangan meliputi harga, kondisi dan kelengkapan peralatan rumah tangga yang dijual
Peneliti	Seberapa sering anda memposting peralatan rumah tangga melalui media facebook?
Pemilik Toko	Sangat sering, karena semakin sering kita memposting peralatan rumah tangga maka semakin banyak pula orang yang akan melihat dan tertarik.
Peneliti	Apakah anda menerima pemesanan diluar Kabupaten Pesisir Barat?
Pemilik Toko	Iya tentu saja kami menerima, selama betul-betul ingin membeli tentu kami terima.
Peneliti	Dari daerah mana saja diluar Kabupaten yang pernah memesan peralatan rumah tangga anda melalui media facebook?
Pemilik Toko	Lampung Barat dan Tanggamus
Peneliti	Apakah dengan menggunakan media facebook dapat membantu anda dalam memasarkan peralatan rumah tangga?
Pemilik Toko	Tentu saja sangat membantu, karena kita bisa memasarkan produk kapan saja kita mau dan memiliki target pasar yang sangat luas.
Peneliti	Menurut anda apa yang menjadi kelebihan

	dalam memasarkan peralatan rumah tangga melalui media facebook?
Pemilik Toko	Tidak terbatasnya waktu dan tempat saat kita ingin memasarkan produk dan sangat memudahkan kita untuk berkomunikasi dengan pelanggan.
Peneliti	Bagaimana cara Anda menarik minat pelanggan untuk dapat membeli peralatan rumah tangga anda?
Pemilik Toko	Kita memberikan garansi kepada pelanggan, apabila peralatan rumah tangga yg di beli itu tidak sesuai dengan keterangan yang kami posting maka silahkan di kembalikan. Ini cara kami agar pelanggan tertarik dan percaya sama kami.
Peneliti	Apakah anda memiliki kendala dalam memasarkan peralatan rumah tangga ke media facebook?
Pemilik Toko	Pasti ada, saya pikir setiap usaha pasti ada kendalanya. Apalagi usaha seperti kami berjualan online, banyak orang dari berbagai daerah yang kami tidak kenal sebelumnya dan tidak mengetahui seperti apa karakternya
Peneliti	Hal apa saja yang sering terjadi dalam berjualan online di facebook?
Pemilik Toko	Sering terjadi sudah bertanya panjang lebar, menawar sampai harga yang sangat murah dan bahkan sudah deal untuk membeli tpi orangnya tiba-tiba batal membeli tanpa memberikan alasan yang jelas
Peneliti	Bagaimana cara anda mengatasi kendala-kendala dalam berjualan online di facebook?
Pemilik Toko	Kita meminta nomor handphonenya kemudian kita mengarahkan ke toko apabila ingin bertanya, pilih-pilih gadget dan membeli

	peralatan rumah tangga yang di inginkan
Peneliti	Apakah dalam menjalankan bisnis online ini tidak menghambat kegiatan Anda sehari-hari.?
Pemilik Toko	Tidak, karena jika ada pembeli peralatan rumah tangga diluar jam kerja maka kita akan memprosesnya pada saat toko terbuka jadi sama sekali tidak mengganggu.
Peneliti	Apakah dengan menggunakan media sosial facebook dapat meningkatkan volume penjualan?
Pemilik Toko	Iya meningkat, karena media sosial seperti facebook sangat membantu dalam penjualan peralatan rumah tangga.
Peneliti	Berapa peralatan rumah tangga yang biasa anda pasarkan secara online di jejaring sosial facebook dalam sehari?
Pemilik Toko	Tidak menentu, biasanya kurang lebih 4-5 unit per hari
Peneliti	Berapa peralatan rumah tangga yang terjual dari keseluruhan peralatan rumah tangga yang anda pasarkan di jejaring sosial facebook?
Pemilik Toko	Tidak menentu, yang jelas setiap hari pasti ada minimal 1-2 unit.







KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
PUSAT PERPUSTAKAAN

Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Sukarame I, Bandar Lampung 35131
Telp.(0721) 780887-74531 Fax. 780422 Website: www.radenintan.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor: B- 4502 / Un.16 / P1 /KT/VII / 2022

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : **Ahmad Zarkasi, S.Ag., M.Sos. I**
NIP : 197308291998031003
Jabatan : Kepala Pusat Perpustakaan UIN Raden Intan Lampung

Menerangkan Bahwa Artikel Ilmiah Dengan Judul:

**EFEKTIVITAS PEMANFAATAN JEJARING SOSIAL (FACEBOOK) SEBAGAI
MEDIA BISNIS ONLINE DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN
(Studi Kasus Pada Toko Furniture di Pesisir Barat)**

Karya :

NAMA	NPM	FAK/ PRODI
PIRMANSYAH	1851040278	FEBI/ MBS

Bebas Plagiasi sesuai dengan hasil pemeriksaan tingkat kemiripan sebesar 22 %. Dan dinyatakan ***lulus*** dengan bukti terlampir.

Demikian Keterangan ini kami buat, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Bandar Lampung, 25 Juli 2022

Kepala Pusat Perpustakaan



Ahmad Zarkasi, S.Ag., M.Sos. I
NIP. 197308291998031003

Ket:

1. Surat Keterangan Cek Turnitin ini Legal & Sah, dengan Stempel Asli Pusat Perpustakaan.
2. Surat Keterangan ini Dapat Digunakan Untuk Repository
3. Lampirkan Surat Keterangan Lulus Turnitin & Rincian Hasil Cek Turnitin ini di Bagian Lampiran Skripsi Untuk Salah Satu Syarat Penyebaran di Pusat Perpustakaan

Efektivitas Pemanfaatan Jejaring Sosial (Facebook) Sebagai Media Bisnis Online Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Toko Furniture di Pesisir Barat)

ORIGINALITY REPORT

22%

SIMILARITY INDEX

21%

INTERNET SOURCES

10%

PUBLICATIONS

11%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	digilib.unila.ac.id Internet Source	2%
2	teknomatika.stmikayani.ac.id Internet Source	2%
3	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	1%
4	repository.ut.ac.id Internet Source	1%
5	wuriretianingrum.blogspot.com Internet Source	1%
6	ejournal-binainsani.ac.id Internet Source	1%
7	repositori.dinamika.ac.id Internet Source	1%
8	doni6392pradana.wordpress.com Internet Source	1%
9	repo.iain-tulungagung.ac.id Internet Source	1%
10	repository.uinbanten.ac.id Internet Source	1%
11	Submitted to UIN Raden Intan Lampung Student Paper	1%
12	eprints.umpo.ac.id Internet Source	1%

13	repository.stieipwija.ac.id Internet Source	1 %
14	Submitted to UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Student Paper	1 %
15	www.mfferdiansyah.com Internet Source	1 %
16	kumpuljurnalp1.blogspot.com Internet Source	1 %
17	e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id Internet Source	1 %
18	eprints.ums.ac.id Internet Source	1 %
19	p3m.sinus.ac.id Internet Source	1 %
20	prosiding.arab-um.com Internet Source	1 %
21	repository.umpalopo.ac.id Internet Source	1 %
22	Submitted to Universitas Tidar Student Paper	<1 %
23	repository.uinsu.ac.id Internet Source	<1 %
24	www.diedit.com Internet Source	<1 %

Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches < 5 words