

Jurnal Ekonomi dan Bisnis

www.jurnal.unikal.ac.id/index.php/jebi

OPTIMALISASI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL PADA USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) PADA PRODUK ONLINE SHOPPING DI BENGKAYANG

Oktaviani Sela, Usman S., E.M., M

Program Studi Kewirausahaan Institut Shanti Bhauana Bengkulu

Jln. Bukit Karmel no. 1 Bengkulu, Kal-Bar

Email : oktavianisela513@gmail.com, yohanes.usman@shanibhuana.ac.id

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Article history:

Received: 12 July 2024

Received in revised form: 25 July 2024

Accepted: 30 July 2024

Keywords: Fashion Selashop, Social Media, Online Shop

In the current era of globalization, product marketing is not only done directly but can also be done indirectly, which is usually called offline marketing and online marketing. The sophistication of technology now makes it easier for business actors to run a business, but in general, whatever marketing is used by business actors to promote their products comes down to each marketing method that can provide profits. Offline Marketing is marketing that is carried out directly or Face to Face promotion, in this marketing it is easy to do but it only covers that scope and does not get a wide reach. With the Online Shop the reach in marketing will be wider and online promotion will make it easier for Fashion Selashop to promote products to consumers within and outside the scope. Online Shop is online marketing that uses the internet network which can be implemented through social media such as WhatsApp, Instagram and Facebook because these three social media are frequently or widely used by everyone. Fashion Selashop is an MSME which provides products online and is marketed online. Online Shop is a solution for business actors in developing their business because its easy marketing provides smoothness in marketing products to consumers far and near so that many people know about the products being sold. Online Shop products make it easy for consumers who prefer to shop from home because they don't have to come directly to the place, but just by looking at their cellphone, consumers can shop easily.

PENDAHULUAN

Diera globalisasi saat ini kecanggihan teknologi kini mulai banyak bermunculan dan tidak heran banyak orang menciptakan begitu banyak kemudahan dalam bersosialisasi, berinteraksi maupun berbisnis. Didalam dunia bisnis teknologi adalah sarana prasaran dari usaha karena bermodalkan teknologi yang memberikan kemudahan bagi pelaku usaha dalam mengoprasikan usaha yang dijalankan. Banyak strategi-strategi yang dibuat dalam memasarkan produk dengan tujuan memberikan kemudahan serta kelancaran bagi konsumen dalam berbelanja. Saat ini orang-orang lebih suka hal-hal yang praktis dimana mereka bisa mengakses dimana saja. Sebagai daya tarik yang akan ditawarkan oleh konsumen dalam pengalaman berbelanja secara daring (*online*) bagi konsumen diantaranya adalah dalam suatu kemudahan pemesanan. Dalam dunia bisnis internet sebagai media perdagangan jual beli untuk meningkatkan *Business-to-*

businesss atau *bussiness-to-customer* yang pada saat ini menjadi suatu kebutuhan bagi pelaku usaha. Perdagangan online atau disebut dengan online shop menjadi daya tarik bagi konsumen karena melalui online shop mereka dapat berbelanja dengan mudah hal ini memberikan peluang bagi Fashion Selashop dalam memasarkan dan mengembangkan produknya melalui online shop.

Bengkayang merupakan salah satu kota kecil yang berada di Kalimantan Barat, Banyaknya pelaku usaha Mikro yang saat ini mengembangkan usahanya salah satunya adalah usaha online, yang saat ini akan menjadi suatu yang tidak asing lagi bagi Masyarakat, menjadi hal yang disukai dipandangan masyarakat Bengkayang baik itu bagi yang menggunakan internet ataupun tidak. Karena berbelanja secara online kini merupakan salah satu proses yang sangat mudah sehingga menjadi suatu yang sangat disenangi Masyarakat saat ini. Hal ini juga mempermudah Masyarakat dalam melakukan pembelian dimana konsumen melakukan transaksi langsung, kemudian pembelian atau penawaran produk atau jasa juga tentunya dilakukan secara online.

Perkembangan dunia modern saat ini tidak lepas dari dunia teknologi, pada umumnya banyak diperlukan oleh banyak orang apalagi bagi para pelaku usaha. Fashion Selashop adalah salah satu Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dimana akan mempromosikan atau menjual produknya melalui online. Salah satu bidang usaha yang akan berkembang dengan pesat dengan adanya dampingan menggunakan teknologi adalah bidang ritel. Peritel merupakan bagian dari saluran distribusi produk yang dihasilkan oleh pihak produsen yang kemudian disalurkan lagi kepada konsumen. Dalam menjalankan usaha peritel modern tidak perlu menjual produknya dengan membuka toko. Namun dengan memanfaatkan perkembangan teknologi usaha dapat berjalan dengan menyediakan produk melalui online shop. Fashion Selashop adalah usaha yang memberikan penawarannya melalui online shop kepada para konsumennya karena melalui online shop, Fashion Selashop dapat lebih mudah mempromosikan produk kepada konsumen yang dimana jaringan komunikasinya lebih luas sehingga banyak orang mengenal produk Fashion Selashop.

Dalam pemasarannya produk Fashion Selashop menggunakan platfrom media sosial yaitu Whatsapp, Instagram, dan Facebook ketiga platfrom ini sering digunakan oleh orang-orang dalam bermedia sosial. Pemanfaatan media sosial bagi Fashion Selashop menjadi peluang besar dalam memasarkan produk kepada konsumen karena penggunaannya banyak pemasaran produk menjadi lebih efektif. Media sosial memiliki kelebihan salah satunya yaitu adanya potensi untuk kemajuan usaha karena memiliki pangsa pasar yang luas. Pemanfaatan media sosial memberikan keringanan bagi Fashion Selashop dalam mempromosikan produk kepada konsumen karena tidak memerlukan finansial yang banyak dalam mempromosikan produk. WhatsAap, Instagram dan Facebook adalah Platfrom media sosial yang dianggap efektif dalam melakukan komunikasi bisnis dan pemasaran dengan konsumen karena dari ketiga platfrom tersebut kegitan pemasaran produk menjadi mudah disampaikan kepada konsumen karena platfrom media sosial sudah tidak asing lagi bagi masyarakat khususnya masyarakat Bengkayang.

Tujuan penelitian berikut adalah untuk mengenalkan produk-produk UMKM kepada masyarakat luas agar mendapatkan kemampuan pasar yang lebih besar lagi. Penggunaan media sosial tersebut dapat dikatakan efektif bagi pelaku usaha Fashion Selashop, karena dalam melakukan pemasaran seperti mempromosikan produk dan menjual produk dapat menjangkau konsumen secara luas, dan tidak terbatas oleh jarak dan waktu, pada dasarnya facebook, instagram, dan whatsapp merupakan aplikasi yang diperuntukan untuk berbagi informasi

sekaligus sebagai sarana pemasaran produk. Online shop kini menjadi alternatif yang begitu mudah bagi para konsumen yang gemar berbelanja terutama dalam belanja online, namun terhambat aktivitas yang padat, dengan muncul nya online shop dapat memberikan kemudahan bagi konsumen dalam berbelanja, hal ini juga dapat menjadi salah satu strategi agar memberikan kemudahan pada konsumen untuk melakukan transaksi atau pembayaran dimana dan kapan saja seperti dirumah, tempat kerja dan tempat lainnya yang menjangkau jaringan internet hanya dengan melakukan pembayaran melalui transfer M-banking, Rekening Bank, dan DANA.

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) menjadi perhatian Pemerintah yang saat ini perlu di kembangkan, Fashion Selashop menjadi salah satu usaha Mikro yang berada di Bengkayang. Menjadi salah satu pemilik usaha online tentu menjadi suatu kebanggaan bagi pemilik (Oktaviani Sela) dimana usaha yang saat ini digeluti sudah berlangsung sejak 2018 sampai saat ini, semakin berkembangnya teknologi akan semakin mempermudah pelaku usaha online maupun offline dalam memasarkan produk yang dijual dan tentunya dapat menjangkau konsumen lebih banyak, hal inilah yang saat ini dirasakan oleh Oktaviani Sela sebagai pemilik usaha online yang lebih di kenal oleh Masyarakat dengan Fashion Selashop yang berada di Bengkayang.

MATERI DAN METODE PENELITIAN

Di Inonesia UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) adalah salah satu jenis usaha yang memiliki kemampuan sehingga tergolong dalam usaha yang akan berkembang dengan sangat cepat saat ini. UMKM ini memiliki peran yang sangat penting serta tempat yang baik, sehingga hal ini dapat membantu untuk Masyarakat mencapai suatu keberhasilan dalam membangun ekonomi, karena dengan adanya UMKM kini dapat membantu dalam meningkatkan suatu pendapatan bagi masyarakat kecil, bisa membuka lapangan pekerjaan dan menunjang kehidupan Masyarakat. Masyarakat saat ini perlu didukung oleh pemerintah untuk dapat bangkit mengembangkan usaha yang di jalankan sehingga selain menjadi penolong bagi pendapatan Masyarakat hal ini juga tentunya dapat membantu pemerintah dalam mengurangi tingkat pengangguran dan menjadi lapangan pekerjaan bagi Masyarakat kecil. Dengan Perkembangan UMKM yang sangat pesat yang hingga saat ini di dukung oleh dengan adanya informasi serta komunikasi yang terbaik dan hingga pemanfaatan jaringan teknologi sebagai saran yang canggih, tetap memiliki faktor penghambat bagi pelaku UMKM salah satunya modal yang tidak memadai bagi pelaku usaha, hal ini tentu perlu diperhatikan oleh pemerintah sehingga pelaku usaha dapat mendapatkan solusi dalam masalah permodalan usaha.

Bengkayang merupakan salah satu kota kecil yang berada di Kalimantan Barat, Banyaknya pelaku usaha Mikro yang saat ini mengembangkan usahanya salah satunya adalah usaha online, yang saat ini menjadi sesuatu yang tidak asing lagi bagi Masyarakat, menjadi hal yang disukai dipandangan masyarakat Bengkayang baik itu bagi yang menggunakan internet ataupun tidak. Kini berbelanja secara online merupakan salah satu proses yang sangat mudah sehingga menjadi suatu yang sangat disenangi Masyarakat saat ini. Hal ini juga mempermudah Masyarakat dalam melakukan pembelian dimana konsumen melakukan transaksi langsung, kemudian pembelian atau penawaran produk atau jasa juga tentunya dilakukan secara online.

Fashion Selashop adalah salah satu usaha online yang berada di Bengkayang, yang menjual berbagai produk seperti baju, celana, aksesoris, make up dan skincare, hampir 8 tahun usaha ini sudah dijalankan oleh pemilik usaha hingga sampai saat ini usaha ini masih aktif untuk dikembangkan, mlihat minat beli konsumen dan Masyarakat daerah Bengkayang yang mungkin

masih belum banyak mengenal online shop menjadi peluang besar bagi Fashion Selashop untuk dapat menjual produknya di Bengkulu, selain adanya peluang tentu ada pula resiko yang akan dihadapi oleh Fashion Selashop saat ini, seperti yang sudah diketahui pada umumnya saat ini platform dunia internet sudah hampir semua kalangan mengenal dan adanya marketplace tentu akan membuat konsumen lebih mudah untuk membeli produk yang diinginkan, namun hal ini tidak membuat Fashion Selashop berhenti dalam mengembangkan usaha dan menjual produk yang disediakan owner utama, memanfaatkan facebook dan whatsapp untuk aktif mempromosikan produk yang tentunya sesuai dengan perkembangan tren, bukan hanya itu saat ini pusat perbelanjaan juga selain menjual produk secara langsung saat ini pelaku usaha langsung juga menggunakan media online untuk menjual produk.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian yaitu deskriptif kualitatif, deskriptif kualitatif merupakan metode penelitian yang memiliki tujuan untuk menggambarkan dan melihat secara mendalam bagaimana produk yang dijual Fashion Selashop secara online apakah berkembang dan menjadi usaha UMKM kini dapat dikembangkan di Bengkulu, dan menjadi rumusan masalah yang dapat menjadi pemandu penelitian untuk dapat melihat dan mengeksplorasi, memotret masalah dan situasi sosial yang kini akan diteliti secara menyeluruh, mendalam dan luas. Menurut (Arwiedya and Sugiarto 2011). Mendeskripsikan bahwa deskriptif kualitatif adalah suatu strategi yang mendeskripsikan suatu data secara sistematis, akurat, dan faktual dengan berupaya menggali kedalaman atau makna lebih dalam lagi. Sedangkan menurut Sugiyono metode penelitian ini merupakan penelitian yang dilakukan berdasarkan apa yang dilihat secara langsung mengamati pada filsafat postpositivisme yang bisa dipergunakan untuk bisa melihat kondisi objektif (Sumampow, Soepeno, and Raintung 2022).

DATA

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan sumber data yang diperoleh untuk menggunakan data primer dan sekunder, hal ini yang membantu peneliti dapat melakukan penelitian dan penulisan ini dengan adanya data yang diperoleh menggunakan data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh peneliti secara langsung, dimana hal ini peneliti lakukan dengan wawancara langsung dengan beberapa konsumen yang menjadi pelanggan tetap Fashion Selashop, sehingga mempermudah peneliti untuk mengisi data primer yang diperlukan langsung diperoleh dari konsumen tersebut. Data primer adalah suatu sumber data yang memberikan langsung data kepada pengumpul data, atau data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber utama dan objek penelitian yang dilakukan (Maulana 2016). Data sekunder merupakan data yang dihasilkan dari seorang peneliti melalui informasi yang didapatkan melalui perantara, artinya data yang diperoleh bukan langsung didapatkan dari sumber data melainkan data yang sudah ada dalam bentuk penulisan, gambar, dan rekaman yang didapat dari peneliti lain dan tulisan dari hasil penelitian orang lain. Data yang dimaksud adalah data yang didapatkan dari majalah, jurnal dan media lainnya. Data sekunder adalah data yang lebih mengenai pada setiap informasi yang dikumpulkan dari sumber yang sebelumnya sudah ada, data sekunder adalah suatu catatan yang diperoleh dari internet, majalah dan situs web, kemudian peneliti dapat lengkapi penulisan dan mendapatkan data yang diperlukan dari sumber perantara untuk melengkapi data tersebut (Ernawati, Dwi, and Argo 2021).

Berikut adalah hasil dari wawancara dari beberapa konsumen Fashion Selashop :
Yunita Ayusari "Saya mengenal olshop ini berawal dari media sosial Facebook awalnya saya memesan 1 produk yang di jual Fashion Selashop yaitu baju dengan harga yang bisa di katakan murah dan kualitas produk cukup bagus, jadi online shop ini menurut saya baik untuk dikembangkan bahkan lebih baik jika membuat branding sendiri sehingga ini dapat membuka lapangan pekerjaan dan membantu UMKM di Bengkulu, (Djehau, Prihatminingtyas, and Nurhidayat 2022). Endang Sari Eva "Produk online shop tidak jauh berbeda dengan produk import, hal ini membuat saya lebih senang berbelanja online karena kualitasnya bagus dan harga yang relatif panjang murah, sehingga bisa di jangkau dan pemesanan tidak sulit, jadi menurut saya Produk online shop tentunya baik jika dikembangkan di Bengkulu ini, sehingga anak muda dapat menjangkau dan membantu mengurangi tingkat pengangguran (Susilawati, Prastiwi, and Kartika 2022).

METODE ANALISIS

Teknik metode analisis merupakan teknik dimana peneliti melakukan analisis dari data yang dihasilkan peneliti, metode analisis data merupakan sebuah Teknik untuk membahas bagaimana proses pengolahan data dan mengambil informasi yang sebelumnya sudah didapatkan peneliti selama melakukan penelitian dilakukan untuk mendapatkan sebuah hasil yaitu data-data yang diperlukan untuk melengkapi yang diperlukan penulis. Data menjadi hal terpenting dalam melakukan penelitian pada penelitian kualitatif, Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kualitatif. Kualitatif merupakan suatu metode penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan atau menggambarkan suatu fenomena dalam melakukan suatu pemasaran dengan menggunakan teknologi internet. Penelitian kualitatif pendekatan deskriptif dengan pengumpulan data yang akan diambil melalui hasil wawancara, observasi mendalam secara langsung serta melakukan dekomendasi.

Dalam hal ini peneliti menggunakan tahap cara untuk pengambilan data yaitu menggunakan tiga acara reduksi data, penyajian dan yang terakhir adalah verifikasi dan penarikan kesimpulan (Laela 2015).

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Online shop adalah tempat yang menjaul berbagai macam produk yang bervariasi atau bisa dikatakan online shop adalah tempat yang menjual produk lengkap baik secara ukuran, model dan juga lengkap menjual produk, sehingga apa yang tidak dijual pada pusat perbelanjaan akan ada tersedia di online shop. Menurut Iram dan Chopade, (2018) berpendapat bahwa belanja online melalui internet kini layanan jual-beli secara online tanpa harus bertatap muka dengan penjual atau pihak pembeli secara langsung. Karena online shop ini merupakan salah satu toko yang semua transaksinya mudah dilakukan secara digital melalui transaksi yang digunakan oleh pembeli dan penjual. Online shop juga sebagai sistem berbelanja secara online yang dapat mempermudah masyarakat dalam melakukan pencarian kebutuhan fashion dengan mudah dan melakukan transaksi dengan mudah dan cepat.

Fashion Selashop merupakan salah satu pelaku usaha online yang berada di Bengkulu, menjadi seorang reseller adalah salah satu hal yang mungkin dikatakan sesuatu yang tidak mudah banyaknya pesaing dan perkembangan teknologi membuat pelaku usaha terus mencari cara untuk dapat menarik perhatian pelanggan, produk online shop menjadi salah satu produk

UMKM yang perlu dikembangkan di Bengkulu karena produk yang di jual secara online bisa dikatakan lengkap dari pusat perbelanjaan pada umumnya, selain itu hal ini tentunya mempermudah dan juga membantu untuk mendapatkan penghasilan bagi pelaku usaha yaitu Oktaviani sela, “ Menjual produk online di Bengkulu sudah saya lakukan sejak beberapa tahun yang lalu, melihat peluang yang sangat besar ini saya tentunya tidak mengabaikan kesempatan itu, sehingga saya yang bisa dikatakan pecandu sosial media akhirnya memanfaatkan media sosial tersebut sebagai tempat penghasilan bagi saya” . Produk online shop perlu dikembangkan karena harganya lebih murah sehingga bisa dijual pelaku usaha dengan harga yang tidak membuat konsumen merasa harga yang tidak masuk akal.

PEMBAHASAN

Pembahasan kali ini membahas bagaimana produk online menjadi salah satu UMKM yang perlu dikembangkan di Bengkulu, banyaknya pelaku usaha di Bengkulu terutama pada pusat perbelanjaan atau pasar Bengkulu saat ini menjual produk secara online juga karena dengan adanya pemasaran secara online membuat pelaku usaha lebih mudah dalam menjual produk dan berinteraksi dengan konsumen lebih mudah. Fashion Selashop adalah pelaku usaha online yang berada di Bengkulu menjadi salah satu reseller yang aktif menjual produk online adalah kesenangan bagi pemilik usaha, banyak manfaat yang didapatkan beberapa tahun belakangan ini oleh pemilik usaha selain dapat menghasilkan finansial untuk diri sendiri tanpa harus mengeluarkan modal untuk produksi hal ini juga dapat membantu salah satu pengembangan UMKM di Bengkulu.

Produk Online shop pada umumnya sama halnya seperti produk yang di jual pada pusat perbelanjaan yang dapat membedakan adalah kualitas dan harga. Harga yang ditawarkan pada online shop lebih dominan murah sehingga minat beli konsumen pada produk yang di jual secara online lebih besar, bahkan dalam platform lebih mudah bagi pelaku usaha dan konsumen dalam melakukan tawar menawar, dan biasanya dalam marketplace yang di gunakan oleh pelaku usaha sudah banyak promo yang di berikan misalnya pemberian voucher gratis ongkir dan diskon dengan minimal berbelanja dengan harga yang ditentukan sudah bisa mendapatkan diskon potongan harga sehingga hal ini perlu dikembangkan. Hal ini perlu dikembangkan di kota Bengkulu dan mendukung Fashion Selashop untuk terus mengembangkan usaha dan menjual produk secara online karena hal ini terlihat potensinya yang dapat membantu UMKM Bengkulu untuk berkembang.

SIMPULAN

Masyarakat Bengkulu lebih memilih produk yang dijual online shop karena banyaknya pertimbangan yang ada produk online shop lebih mudah didapatkan dan lebih lengkap baik dalam ukuran, maupun harga yang murah membuat Masyarakat Bengkulu lebih senang membeli produk secara online, online shop hadir di Bengkulu membuat Masyarakat merasa lebih mudah dalam melengkapi kebutuhan yang diperlukan, karena pada dasarnya online shop menjual lebih lengkap dari pada pusat perbelanjaan. Fashion Selashop adalah salah satu pelaku usaha online yang menjual produk secara online di Bengkulu banyaknya minat konsumen dengan produk online shop menjadi salah satu peluang bagi Selashop dalam mengembangkan tingkat penjualan produk dan membantu dalam pengembangan UMKM yang ada di Bengkulu. Tentu hal ini perlu dilihat dan didukung oleh oknum yang memiliki peran dalam pengembangan UMKM daerah Bengkulu.

DAFTAR PUSTAKA

- Arwiedya, Mochamad Ridzky, and Sugiarto Sugiarto. 2011. "Analisis Pengaruh Harga, Jenis Media Promosi, Resiko Kinerja, Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko Online (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Fashion Online Yang Bertindak Sebagai Reseller Yang Ada Di Indonesia)."
- Djehau, FRUMENSIUS GEOVANI, B Prihatminingtyas, and M Nurhidayat. 2022. "Pengaruh Citra Merek, Promosi, Kualitas Produk, Dan Harga Terkait Keputusan Pembelian Produk Fashion Melalui Aplikasi Penjualan Online (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang Angkatan 2018)."
- Ernawati, Reni, Anastasia Bernadin Dwi, and Jenji Gunaedi Argo. 2021. "Analisis Pengaruh Promosi, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs E-Commerce Zalora Di Jakarta." *Business Management Analysis Journal (BMAJ)* 4(2): 200–218.
- Laela, Tanti. 2015. "Pengaruh Perilaku Konsumen Dan Merek Produk Terhadap Minat Beli Produk Fashion Zoya." *Jurnal Ekonologi Ilmu Manajemen* 2(2): 131–34.
- Maulana, Ade Syarif. 2016. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI." *Jurnal Ekonomi Universitas Esa Unggul* 7(2): 78663.
- Sumampow, Katoci Zella, Djurwati Soepeno, and Michael Ch Raintung. 2022. "Pengaruh Fashion Involvement, Sales Promotion Dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying Pada Matahari Departement Store Megamall Manado." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 10(2): 809–19.
- Susilawati, Eka, Estik Hari Prastiwi, and Yulyar Kartika. 2022. "Pengaruh Persepsi Harga, Diskon, Dan Customer Experience Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Fashion Shopee." *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis* 5(1): 1–16.