

**OPTIMALISASI PLATFORM MEDIA SOSIAL FACEBOOK
SEBAGAI SARANA BERWIRAUSAHA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Syarat syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S.1)
Dalam Ilmu Dakwah**



OLEH :

FERI FADLI

NIM. 17521034

**PRODI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI**

IAIN CURUP

2021

Hal : Pengajuan Skripsi

Kepada

Yth. Bapak Rektor IAIN Curup

Di

Tempat

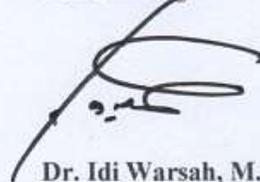
Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Setelah mengadakan pemeriksaan dan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat skripsi saudara **Feri Fadli** Nim **17521034** mahasiswa IAIN Curup berjudul "**Optimalisasi Platform Media Sosial Facebook Sebagai Sarana Berwirausaha**" sudah dapat diajukan dalam siding munaqasyah Institut agama islam Negeri (IAIN) Curup.

Demikian permohonan ini kami ajukan, Terimah Kasih.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Pembimbing I



Dr. Idi Warsah, M.Pd.I
NIP. 197504152005011009

Pembimbing II



Anrial, M.A
NIDN. 160802016



PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **Feri Fadli**
Nomor Induk Mahasiswa : **17521034**
Fakultas : **Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah**
Program Studi : **Komunikasi Penyiaran Islam**

Dengan ini menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan penulis juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi.

Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar saya bersedia menerima hukuman atau sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya semoga dapat dipergunakan sebagai mestinya.

Curup, 21 Mei 2021

Penulis,



Feri Fadli
NIM. 17521034



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP
FAKULTAS USHULUDIN ADAB DAN DAKWAH**

Jalan Dr. AK Gani NO. 01 Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-21759 Fax 21010
Homepage: <http://www.iaincurup.ac.id> Email: admin@iaincurup.ac.id Kode Pos 39119

PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA

Nomor : **230** /In.34/FT/PP.00.9/09/2021

Nama : **Feri Fadli**
NIM : **17521034**
Fakultas : **Ushuludin Adab dan Dakwah**
Prodi : **Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)**
Judul : **Optimalisasi Platform Media Sosial Facebook sebagai Sarana Berwirausaha**

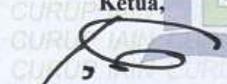
Telah dimunaqasyahkan dalam sidang terbuka Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, pada:

Hari/Tanggal : **Rabu, 28 Juli 2021**
Pukul : **08.00 s/d 09.00 WIB**
Tempat : **Gedung Ujian Skripsi Fakultas Dakwah IAIN Curup**

Dan telah diterima untuk melengkapi sebagai syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam bidang Dakwah.

TIM PENGUJI

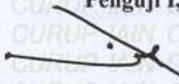
Ketua,


Dr. Idi Warsah, M.Pd.I
NIP. 19690504 199803 1 006

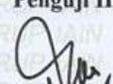
Sekretaris,


Anrial, MA
NIDN. 160802016

Penguji I,


Dr. Hariya Toni, S. Sos. I, MA
NIP. 19820510 200912 1 003

Penguji II,


Yuyun Yumiarty, MT
NIP. 19800814 200901 2 009

Mengetahui,
Dekan



Dr. Idi Warsah, M. Pd. I
NIP. 19750415 200501 1 009

KATA PENGANTAR

Engkau hidupkan jiwa yang mati karena ditelan egoisme diri dengan limpahan Nur yang meresap perlahan namun pasti dalam hati. Engkau yang patut untuk dicintai melebihi cinta daripada selain-Mu. Karena yang lain dari-Mu hakikatnya adalah mati dan Engkau adalah yang Maha Hidup dalam kesejatian diri. Yang menggerakkan dengan Iradat-Mu sehingga skripsi yang berjudul “*Optimalisasi Platform Media Sosial Facebook Sebagai Sarana Berwirausaha*” dapat diselesaikan. Shalawat dan salam kita mohonkan agar kiranya selalu disampaikan kepada kekasih-Nya yaitu Nabi Muhammad Saw beserta keluarga dan sahabat.

Adapun tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat kurikuler guna mendapatkan gelar sarjana strata satu (S1) Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) pada fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah (FUAD) di Sekolah Tinggi Agama Islam (STAIN) Curup.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa adanya dorongan dan bantuan berbagai pihak, maka tidaklah mungkin penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Untuk itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan ucapan terimakasih kepada semua pihak yang memberikan sumbangsi serta motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Dr. Rahmat Hidayat, M.Ag., M.Pd selaku Rektor IAIN Curup.
2. Bapak Dr. H. Beni Azwar, M.Pd., selaku Wakil Rektor I.
3. Bapak H. Hamengkubuwono, M.Pd selaku Wakil Rektor II.
4. Dr. H. Kusen, S.Ag., M.Pd selaku Wakil Rektor III.
5. Bapak H. Muhammad Abdu, S.Pd., MM selaku Kepala Biro AUAK.
6. Bapak Dr. Idi Warsah M.Pd.I selaku Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Curup
7. Bapak Hariya Toni S.Sos.I MA Selaku Wakil Dekan I

8. Bapak Nelson S.Ag, M.Pd.I selaku Wakil Dekan II
9. Bapak Savriansya, selaku Ketua Prodi Komunikasi Penyiaran Islam IAIN Curup.
10. Bunda Yuyun Yumiarty, MT selaku Penguji Sripsi II.
11. Seluruh Narasumber yang telah membantu kelancaran penulis melakukan penelitian dan bersedia untuk di wawancarai oleh penulis.
12. Teman-teman seperjuanganku angkatan tahun 2017 di Prodi KPI.
13. Dan Almamaterku IAIN Curup.

Demikian, semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Curup, 21 Mei 2021

Feri Fadli
NIM. 17521034

PERSEMBAHAN

Sujud syukurku sebagai ungkapan bahagia atas nikmat dan karunia-Mu yang tak terhingga ini. Yaa Allah yang Maha Pengasih dengan Kasih Sayang-Mu Hamba dapat menyelesaikan karya kecil ini. Semoga dengan bertambahnya ilmu ini bertambah pula Iman Hamba. Yaa Allah, Hamba mohon jadikanlah hamba ini termasuk orang yang selalu bersyukur kepada-Mu.

Karya tulis ini kupersembahkan untuk orang-orang yang selalu ku cintai dan yang telah membantuku dalam menyelesaikan studi ini:

- Terkhususnya untuk kedua orang tuaku, kepada Ayahanda tercinta Riswanto dan Ibunda tercinta Lisdayanti, tak akan pernah aku mendapatkan arti sebuah perjuangan untuk meraih sebuah keberhasilan. Terimakasih atas kasih sayang dan untaian do'a yang telah diberikan kepadaku.
- Untuk Bibikku (Dewi Mairani) dan Pamanku (Bambang Hidayat) yang selalu memberikan masukan terbaik untuk diriku beserta doa yang kau berikan selama ini.
- Teman-teman seperjuanganku angkatan tahun 2017 di Prodi KPI yang tak henti-hentinya memberikan motivasi dan kebaikan kepadaku.
- Kedua pembimbingku bapak Dr. Idi Warsah, M.pd.I dan bapak Anrial, M.A, yang telah meluangkan waktu dan perhatiannya dalam memberikan bimbingan, bantuan dan arahan padaku sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini.
- Dan untuk keluargaku yang tak sedarah namun bisa membuat diriku mengerti akan kekeluargaan yaitu teman-teman KKN 46 IAIN Curup, Abdul Fikri, Fitri

Nur Azizah, Dinda Me, Melani Sesaria, Nofii, Rita Mukodilah, Rizky Anisa putri, Siska, Tika Gustari.

- Terakhir untuk semua yang telah memberikan bantuan dan dorongan yang tak dapat disebutkan satu per satu. Semoga semua kebaikan serta doa'a yang telah diberikan dibalas oleh Allah SWT (Amin).

MOTTO

“ Bila ingin menjadi orang dalam hidup,
Bila ingin menghasilkan sesuatu,
bila ingin menang,
Dengarkan kata hatimu dan bilah tidak ada jawaban tutup matamu
Dan sebut nama ayah dan ibumu, dan lihatlah kau akan mencapai tujuan,
Semua kesulitan akan menjadi mudah,
Kau akan menang
Hanya Kau.

ABSTRAK

OPTIMALISASI PLATFORM MEDIA SOSIAL FACEBOOK SEBAGAI SARANA BERWIRAUSAHA

OLEH:

Feri Fadli

Nim. 17521034

Semakin pesatnya perkembangan teknologi dan informasi saat ini, akan semakin mempermudah kehidupan masyarakat, salah satunya adalah berwirausaha melalui media sosial. Sehubungan dengan hal itu penelitian ini dilakukan untuk mengetahui peran media sosial terutama *facebook* sebagai sarana berwirausaha. Mengingat perkembangan teknologi sudah semakin maju, sehingga media sosial yang awalnya untuk berkomunikasi bisa dijadikan tempat bertransaksi, yang nantinya diharapkan semakin banyak orang yang berani mencoba berwirausaha tanpa harus memiliki toko fisik. Maka tujuan adalah untuk mengetahui peran dan seberapa optimalnya media sosial facebook dalam menjadi sarana untuk berwirausaha. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang tata peran media sosial facebook serta pengoptimalan media sosial facebook sebagai sarana berwirausaha. Jenis Penelitian ini adalah kualitatif dengan metode Deskriptif Kualitatif. Yaitu mengumpulkan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Narasumber dalam hal ini berjumlah 15 orang pelaku usaha yang memanfaatkan media sosial facebook sebagai sarana berwirausaha. Teori yang digunakan adalah teori Digital Marketing menurut Chaffey. Hasil dari skripsi ini menggambarkan tentang peran media sosial sebagai sarana berwirausaha serta pengoptimalan media sosial facebook sebagai sarana berwirausaha yang demikian dapat memudahkan bagi pelaku usaha selain banyak manfaat yang didapatkan dan juga hasilnya pun bisa lebih dari mereka yang tidak menggunakan atau memanfaatkan media sosial facebook tersebut dalam sarana mereka berwirausaha atau memasarkan usaha yang mereka jalankan. Kata Kunci : Media Sosial, Facebook, Teori Digital Marketing.

Kata Kunci : Optimalisasi, Media Sosial, Teori Digital Marketing.

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Surat Pernyataan Bebas Plagiasi	iii
Kata Pengantar	iv
Halaman Persembahan	vi
Motto	viii
Abstrak	ix
Daftar Isi	xii
Daftar Tabel	
Daftar Gambar	
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	5
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	6
F. Penelitian Relevan	7
G. Metodologi Penelitian	8
H. Sistematika Penulisan	14
BAB II LANDASAN TEORI	16
A. Optimalisasi	16
1. Pengertian Optimalisasi	16
B. Platform	18

1. Pengertian Platform	18
2. Syarat – Syarat Platform	19
3. Manfaat Platform	20
4. Jenis Platform	21
C. Media Sosial	23
1. Pengertian Media Sosial	23
2. Karakteristik Media Sosial	25
3. Keuntungan Penggunaan Media Sosial	26
4. Resiko Penggunaan Media Sosial	28
D. Facebook	32
E. Sarana	33
F. Berwirausaha	34
G. Optimalisasi Facebook Sebagai Sarana Berwirausaha.....	34
BAB III. METODE PENELITIAN	37
A. Jenis Penelitian	37
B. Subjek Penelitian	38
C. Tempat Penelitian	38
D. Sumber Data	39
E. Teknik Pengumpulan Data	40
F. Teknik Analisis Data	43
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
A. Gambaran Umum Tentang Wirausaha	47
1. Sejarah Singkat Wirausaha di Dunia	47
2. Sejarah Singkat Wirausaha di Indonesia	47
B. Hasil Penelitian	50
1. Penerapan Metode Jejaring Media Sosial Facebook	50
2. Faktor Pendukung Pemanfaatan Facebook Sebagai Sarana Berwirausaha	52

3. Faktor Penghambat Penggunaan Media Sosial	56
C. Pembahasan Penelitian	60
1. Cara Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Sarana dalam Berwirausaha	63
2. Optimalisasi Media Sosial Facebook dalam Menjadi Sarana Berwirausaha	65
BAB V. PENUTUP	68
A. Kesimpulan	78
B. Saran	79
Daftar Kepustakaan	81
D. Lampiran-Lamp.....	86
.....	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan teknologi tidak bisa kita hindari lagi, Perkembangan teknologi ini akan berkembang sejalan dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Salah satu jenis dari perkembangan teknologi yaitu *Smartphone*. Dengan adanya *Smartphone* membuat para penggunanya merasa termudahkan. Tentunya memudahkan para penggunanya membaca dan meninjau informasi dan situs yang tersedia di internet melalui berbagai macam sosial media. Menurut Kevin Keller dan Philip Pengertian sosial media adalah tumpuan bagi penggunanya untuk berbagi kabar atau berita baik kata, video, audio dan foto dengan satu sama lainnya maupun sebaliknya.

Tahun 2002 *Friendster* datang untuk menyambut masyarakat yang menjadi perintis atau asal mulah adanya sosial media. Setelah kehadiran *Friendster* kemudian disusul dengan adanya Facebook. Facebook termasuk jejaring sosial yang di resmikan pada february 2004, Facebook memberikan kemudahan untuk berinteraksi bagi penggunanya dengan orang lain.¹ dimana setiap pengguna Facebook dapan menambahkan jumlah pertemanan dengan pengguna facebook lainnya, mengirim pesan desan sesama teman,dan memperbaruhi profil diri dan orang lain bisa melihatnya.

¹Osa Rosita, "Sejarah Sosial Media", (Yogyakarta : Jalasutra, 2009), h. 15

Facebook termasuk menjadi salah satu Platform yang sangat penting dimanfaatkan jika kita ingin berwirausaha dengan melakukan pemasaran online. Kita bisa menggunakan facebook untuk berhubungan dengan pelanggan ataupun sasaran kita. Facebook juga bisa kita gunakan untuk berwirausaha dengan memperkenalkan barang atau bisnis kita.

Wirausaha artinya orang – orang yang masuk ke dalam bentuk ekonomi dengan mengenali barang maupun jasa yang ia geluti. Dalam berwirausaha lewat media sosial facebook dapat dilakukan pada orang – orang yang merupakan pemilik usaha kecil atau menengah. Seperti usaha restoran, toko online, penjual properti ataupun yang lainnya, Maka kita bisa menggunakan media sosial facebook untuk menarik lebih banyak pembeli.²

Berwirausaha tidak lepas dari sistem proses pemasaran, pemasaran sendiri merupakan aktivitas manusia yang menuntun usaha untuk memuaskan membahagiakan hasrat dan keinginan dan kebutuhan lewat cara pertukaran. Dalam pemasaran sendiri ada tiga saran pemasaran yang harus dipenuhi, dan ketiganya punya keistimewaan yang berbeda, Oleh karena itu penggunaan ketiganya harus disesuaikan dengan kebutuhan pemasaran kita.³

Adapun tiga sarana pemasaran tersebut adalah : Akun personal, Grup Facebook, dan halaman Facebook.

² Arif Yusuf Hamali, ”*Pemahaman Kewirausahaan*”, (2017): 33.

³Jefferly Helianthsonfri, ”*Facebook Marketing*, (2016): 3.

Akun personal dalam sosial media facebook sangat cocok digunakan untuk menjangkau audiens yang tidak terlalu luas, misalnya hanya beberapa ratus orang atau beberapa ribu orang saja. Karena di akun media sosial facebook hanya dibatasi pertemanan hanya cukup 5.000 teman. Lewat akun personal ini sangat cocok digunakan untuk media berwirausaha lewat pemasaran bisnis atau usaha kecil dan menengah, karena lewat akun personal ini mempunyai keunggulan untuk berinteraksi antara kita dengan target pasar bisa langsung dan terasa akrab.

Kedua Group, group juga sangat cocok untuk berwirausaha lewat pemasaran ini, apabila kita hendak membuat sebuah komunitas ataupun kumpulan maka kita bisa memanfaatkan group sebagai wadah untuk berinteraksi supaya lebih dekat dan lebih akrab, karena sesama anggota sudah tidak merasa canggung lagi dan bisa berinteraksi sesama lagi.⁴

Yang terakhir Halaman Facebook, Halaman Facebook juga cocok digunakan jika kita ingin menarik peminat atau audiens dengan jumlah yang lebih besar (Ribuan, jutaan hingga tak terjangkau). Karena Halaman Facebook sangat cocok dipakai untuk media berwirausaha lewat media sosial facebook dengan memasarkan usahanya, baik itu usaha besar ataupun masih usaha kecil dan menengah.⁵ Lewat halaman facebook kita dapat menjumpai fitur yang lebih lengkap.

Pada saat ini media sosial selain facebook juga bisa digunakan untuk berwirausaha seperti Whatsaap, Instagram dll. Akan tetapi lewat media Facebook sendiri

⁴ *Ibid.*

⁵ *Ibid.*

meiliki kelebihan yang sangat besar dibandingkan media sosial lainnya selain jumlah penggunanya lebih banyak setiap tahun dan juga untuk berwirausaha lewat media sosial facebook kebanyakan barang atau produk yang di pasarkan lebih real atau lebih nyatakondisi barangnya dibandingkan media sosial lainnya dan kelebihan yang paling utama lewat facebook seluruh kalangan bisa dengan mudah untuk menjangkau dibandingkan media sosial lainnya, mulai dari kanak - kanak, remaja, dewasa, ibu – ibu bahkan orang tua pun bisa menjangkaunya.

Pelaku usaha juga mengutarakan pendapatnya dalam kelebihan media sosial facebook sebagai wadah yang cukup valid dibandingkan dengan media sosial lainnya, karena menurut mereka facebook merupakan aplikasi yang lebih mudah dan untuk menjangkau audiens atau konsumen itu lebih luas bahkan orang – orang yang tidak berteman sekalipun dan yang pasti lebih tepat sasaran.⁶

Dibandingkan dahulu, sekarang kebanyakan orang dari setiap kalangan sudah sedikit bijak dalam menggunakan media sosial seperti pelaku usaha yang sekarang sudah dapat memanfaatkan facebook sebagai platform atau wadah mereka untuk merintis usaha yang mereka geluti hingga dapat menimbulkan hasil yang maksimal tanpa harus sibuk mengurus tenaga dan biaya.

Sekarang hampir semua orang telah menggeluti berbagai bidang – bidang usaha yang mereka pasarkan lewat media sosial facebook, seperti usaha kuliner orang – orang memerlukan sesuatu cukup dengan melihat postingan yang tertera di facebook, dan jika mereka menarik mereka akan merespon dari postingan yang mereka

⁶ Reli Kusmanto, Wawancara, Tanggal 29 Maret 2021, Pukul 11.11 Wib

sukai dan langsung memesan tanpa harus keluar rumah.

Setelah peneliti mengamati hal tersebut peneliti memutuskan dengan adanya media sosial facebook tersebut merupakan platform atau wadah yang paling valid untuk digunakan para pelaku usaha, karena hal tersebut terdapat banyak sekali kelebihan yang dapat didapatkan dan hasilnya juga sangat terjamin. Maka dengan demikian peneliti menarik meneliti untuk melakukan penelitian tentang “**Optimalisasi Platform Media Sosial Facebook Sebagai Sarana Berwirausaha**”.

B. Focus Penelitian

Penelitian ini berjudul Optimalisasi Platform Media Sosial Media Sosial Facebook Sebagai Sarana Berwirausaha.

Berlandaskan Latar Belakang Masalah tersebut, oleh karena itu peneliti memfokuskannya menjadi :

1. Peran Media Sosial Facebook Sebagai Platform Atau Wadah Bagi Para Pelaku Usaha Untuk Berwirausaha.
2. Media Sosial Facebook merupakan Media yang Sangat Optimal Untuk Dijadikan Wadah Bagi Para Pelaku Usaha Dengan Memasarkan Usahanya Lewat Facebook.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Peran Media Sosial Facebook sebagai Sarana Berwirausaha?

2. Seberapa Optimal Media Sosial Facebook Sebagai Sarana dalam Berwirausaha ?

D. Tujuan Penelitian

Berlandaskan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui Peran Media Sosial Facebook Sebagai Platform atau Wadah Para Pelaku Usaha Untuk Berwirausaha.
2. Untuk mengetahui Seberapa Optimal Media Sosial Facebook Sebagai Platform atau Wadah bagi Para Pelaku usaha.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian yang dilakukan, adalah manfaat secara teoritis maupun praktis, sebagai berikut:

1. Secara teoritis
 - a. Menambah wawasan dan pengetahuan tentang pemanfaatan media sosial terutama Facebook sebagai wadah untuk berwirausaha.
 - b. Sebagai patokan untuk penelitian berikutnya.

2. Secara Praktis

Memberikan kontribusi untuk menambah kemajuan dalam meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang Pemanfaatan media sosial terutama facebook agar lebih berkualitas

F. Penelitian yang Relevan

Penelitian terdahulu disertakan di penelitian ini sebagai bentuk perumpamaan yang dilakukan dengan penelitian sebelumnya, agar tidak mengulang kembali dari penelitian-penelitian sebelumnya. Untuk menghubungkan topik yang sedang dibahas, sehingga peneliti dapat menentukan di mana letak dan posisi penelitian tersebut. Sepanjang penelaah peneliti, ditemukan ada juga penelitian yang berkaitan dengan apa yang ingin diteliti namun informasi atau pesan yang diambil berbeda.

Pertama Penelitian yang dibuat oleh Novia Kusumawati, Universitas Sebelas Maret Surakarta dengan judul “penelitian fungsi sosial media facebook berkenaan dengan penjualan online pada kelompok Lolshoes shop tahun 2011” Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa sosial media facebook menjadi sosial media yang kemunculannya semakin ditingkatkan sebagai media berwirausaha secara online. Peran sosial media facebook baginya adalah sebagai media usaha untuk melakukan memperkenalkan secara online dalam hal mengoptimalkan kapasitas penjualan. Facebook berfungsi sebagai media komunikasi dengan para pelanggan agar tercipta hubungan secara langsung dan memberikan komentar di facebook.

Kedua Penelitian yang dibuat oleh Andi Paba'mari Mirsah dengan judul “daya guna pemanfaatan social media (facebook) sebagai media berwirausaha online dalam meningkatkan kapasitas penjualan” hasil penelitian ini menunjukkan bahwa memanfaatkan Facebook Sebagai Media usaha Online lebih efisien dan kapasitas

penjualan naik dibandingkan hanya berjualan di tempat saja. Dikarenakan dapat membantu dalam proses mengenalkan produk karena liputannya lebih luas dan mudah dicapai, dan dapat mengurangi biaya yang wajib dikeluarkan. Dalam penelitian ini tujuannya untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan jejaring sosial facebook menjadi media usaha online dalam menaikkan kapasitas penjualan Ketiga penelitian yang dibuat oleh Fauzan Janitika Abror dengan judul “Kelebihan media sosial facebook sebagai media berwirausaha online” Penelitian ini Hasil penelitian ini membuktikan secara meyakinkan bahwa anak muda facebook dalam forum jual beli handphone secara online di Cirebon cenderung memilih facebook sebagai sarana komunikasi jual beli dengan alasan facebook sesuai dengan fungsi komunikasi melalui media komunikasi. efektifitas, efisiensi, konkret, memotivasi dan juga seperti tata letak yang bersih, tanpa iklan, jaringan, grup, album foto, penjualan, event, update status, akses mobile, mobile browsing, tag foto, dan game..

G. Metodologi Penelitian

Metodologi Penelitian adalah “ilmu yang berkaitan dengan penelitian, sedangkan penelitian merupakan aktivitas pelaksanaan berdasarkan metodologi penelitian. Pelajaran yang mengungkapkan mengenai metode-metode ilmiah untuk telaah tersebut disebut Metodologi Penelitian. Penelitian merupakan penyebaran hasrat ingin tahu manusia dalam kualitas keilmuan”.⁷

⁷ Teguh Prasetyo, “*Keadilan Bermartabat perspektif teori hukum*, (Yogyakarta, Setara Press 2011), hal. 57

1. Jenis penelitian

Penelitian ini, data yang digunakan merupakan jenis Penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah suatu strategi yang menekankan pada inkuiri, yaitu mencari makna, pemahaman, ciri, gejala, konsep, lambang atau gambaran suatu fenomena; memfokuskan pada berbagai metode, secara alamiah mengedepankan kualitas keseluruhan pada awalnya, menggunakan beberapa metode. dan mengusulkan satu cerita. Disisi lain, secara sederhana dapat diungkapkan bahwa tujuan penelitian ini merupakan untuk menemukan jawaban atas kejadian atau untuk secara sistematis menerapkan prosedur ilmiah dalam penyelidikan.⁸

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis studi kasus yang menggunakan metode kualitatif yaitu analisis deskriptif. Dengan kata lain, data yang terkumpul muncul dalam bentuk teks, bukan angka, yang disebabkan oleh penggunaan metode kualitatif. Selain itu, semua konten yang dikumpulkan mungkin menjadi kunci studi.⁹

Menurut Moleong, penelitian kualitatif adalah tingkah laku yang bertujuan untuk memahami secara komprehensif fenomena yang dipahami oleh objek penelitian dalam konteks alamiah tertentu, seperti tingkah laku,

⁸ Dinul Fitrah Mubaraq, *AnalisisTeks Media*, (Sulawesi Selatan, IAIN Pare – Pare Nusantara Press), hal. 329

⁹ Lexy. J Moleong. *Metode Penelitian Kualitatif: Edisi Revisi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007). hal 11

persepsi, motivasi, tindakan, keseluruhan, dan deskripsi melalui kata-kata dan bentuk-bentuk bahasa dan penggunaan berbagai metode ilmiah. Menurut Kirl dan Miller, penelitian kualitatif merupakan tradisi khusus dalam ilmu sosial, yang secara fundamental bergantung pada pengamatan manusia dalam bidang dan aspek.¹⁰

Menurut Dr. Mandalis Metode deskriptif adalah mencoba menggambarkan kondisi yang sedang terjadi atau yang ada.¹¹ Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan realitas empiris secara rinci dan menyeluruh berdasarkan fenomena, dan mengumpulkan data dari lingkungan alam dengan menggunakan peneliti sebagai sarana kunci untuk mengungkapkan gejala dalam konteks keseluruhan.

2. Subyek Data

Subyek Data yang menjadi sasaran pada penelitian yang akan saya lakukan ini adalah para pelaku usaha yang menggunakan media sosial facebook di Kabupaten Rejang Lebong, Bengkulu. Adapun peneliti mengambil sasaran ini sebagai obyek penelitian adalah untuk mengetahui seberapa optimal Media sosial facebook sebagai wadah untuk berwirausaha.

3. Teknik Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti

¹⁰ Lexy Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), hal. 6

¹¹ Mandalis, *Metode Penelitian Proposal* (Jakarta: Bumi Aksara, 1993), hal. 26

harus memiliki metode atau teknik untuk memperoleh data atau informasi yang terstruktur dengan baik dan keakuratan isi penelitian sehingga dapat diketahui kebenaran informasi data yang diperoleh.

Dalam penelitian ini ada beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti yaitu :

a) Wawancara

Wawancara termasuk teknik untuk mengumpulkan data penelitian. Secara sederhana, wawancara (*interview*) merupakan suatu peristiwa atau proses interaktif antara pewawancara (*interviewer*) dengan narasumber atau interaksi melalui komunikasi langsung. Dapat juga dikatakan bahwa wawancara adalah dialog tatap muka antar pewawancara, yang menanyakan secara langsung tentang sumber informasi tentang objek pra penelitian dan desain.¹²

Dalam penelitian ini peneliti sebagai pewawancara memberikan beberapa usulan pertanyaan langsung kepada informan yang dapat memberikan informasi tersebut. Terkait data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

b) Observasi

Observasi merupakan studi lapangan, karena studi ini didasarkan

¹² Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan Penelitian Gabungan*, (Jakarta: Prenada Media, 2016), hal. 372

Pada data yang diperoleh dari observasi lapangan secara langsung.¹³

c) Dokumentasi

Menurut KBBI, dokumentasi merupakan proses pengumpulan, pemilihan, pengelolaan, dan penyampaian informasi pada bidang pengetahuan, pengumpulan bukti dari keterangan seperti gambar, kutipan dan bahan referensi lainnya.¹⁴

4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan teknis Model analisis data Miles dan Huberman dalam Yusuf, Data penelitian kualitatif dikumpulkan melalui berbagai teknik pengumpulan Data yang berbeda, seperti wawancara, pengamatan, kutipan dan dokumentasi, catatan pada tape, tampaknya sebagian besar ditulis dengan kata-kata Dari pada angka. Oleh karena itu, data tersebut harus "diolah" dan dianalisis Tiga aktivitas analisis data harus dilakukan sebelum dapat digunakan Sekaligus, yaitu :

a. Reduksi data

Reduksi data berarti menentukan, memperhatikan, Sederhanakan, pisahkan, dan ubah data "mentah" yang terlihat Di catatan lapangan tertulis, Oleh karena itu reduksi data terjadi selama. aktivitas penelitian berlangsung Dalam mereduksi data, peneliti

¹³ Husaini Usman dan Purnomo Setiady, *Metodelogi Penelitian Sosial*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2008). hal 52

¹⁴ <https://kkbi.web.id/dokumentasi>. Diakses pada tanggal 13 Maret 2021, Pukul 09.25

menentukan data mana akan diberi kode, mana yang ditarik keluar, dan pola rangkuman sejumlah potongan atau apa pengembangan ceritanya merupakan pilihan analitis.

Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang dapat ditingkatkan, dipilih, memusatkan, membuang, dan mengatur data dengan cara, dimana kesimpulan akhir dapat dideskripsikan dan diverifikasi.¹⁵

b. Data display atau Penyajian data

Penyajian data merupakan kegiatan analisis data yang kedua, yaitu penyajian data. Dalam hal ini, konten yang ditampilkan adalah kumpulan informasi yang dikumpulkan, dan kesimpulan dapat diambil serta tindakan dapat diambil. Bentuk tampilan data yang paling umum dalam penelitian kualitatif adalah teks naratif dan peristiwa atau peristiwa masa lalu.¹⁶

c. Kesimpulan/verifikasi

Kegiatan ketiga menganalisis data adalah menarik kesimpulan atau verifikasi. Menarik kesimpulan yaitu melakukan verifikasi terus menerus (memeriksa kebenaran laporan) selama proses penelitian (yaitu sejak awal memasuki lokasi penelitian dan selama proses

¹⁵ Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*, (Jakarta : Prenada Media, 2016). hal 408

¹⁶ *Ibid.*

pengumpulan data). Dalam penelitian ini menganalisis data dan mencari pola, tema, persamaan, dan hal-hal yang sering muncul serta menarik kesimpulan, dan menarik kesimpulan dari rangkaian hasil penelitian berdasarkan hasil observasi, wawancara dan literatur hasil penelitian.

H. Sistematika Penulisan

Dalam BAB I peneliti akan menguraikan mengenai latar belakang masalah, focus penelitian, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian. Penelitian yang relevan agar penelitian ini sesuai dengan apa yang di maksud.

Lalu pada BAB II terdiri dari kajian teori penelitian mengenai strategi Digital Marketing untuk memasarkan dengan menggunakan Media Digital untuk berwirausaha salah satunya facebook.

Selanjutnya pada BAB III penulis akan memuat tentang tempat dan waktu penelitian, metode penelitian, populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data dari Pelaku usaha yang menggunakan media Facebook.

Pada BAB IV akan berisikan jawaban dari rumusan masalah yang telah disebutkan. pada BAB I, diantaranya:

- d. Bagaimana Pemanfaatan media sosial Facebook sebagai platform atau wadah para pelaku usaha untuk berwirausaha?

- e. Seberapa efektif media sosial Facebook sebagai platform atau wadah bagi para pelaku usaha ?

Selanjutnya pada BAB V penulis akan memberikan kesimpulan dari hasil penelitian serta saran.

BAB II

KERANGKA TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA

A. KERANGKA TEORI

A. Optimalisasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kata optimasi diambil dari kata optimal yang artinya tertinggi atau terbaik. Dan pengoptimalan mengacu pada proses, metode, atau tindakan (ke tertinggi atau terbaik).¹⁷ pengoptimalan. Oleh karena itu, pengoptimalan adalah sejenis sistem atau pekerjaan, yang dapat memberikan efek tertinggi atau terbaik.

Optimasi juga merupakan suatu proses mencari solusi terbaik, bukan keuntungan tertinggi yang dapat dicapai jika tujuan optimasi adalah untuk memaksimalkan keuntungan, sebaliknya selalu biaya terkecil yang dapat dikurangi ketika tujuan optimasi adalah untuk mengurangi biaya.¹⁸

Optimasi dilakukan dengan memaksimalkan fungsi tujuan tanpa melanggar batasan yang ada. Melalui optimasi, sistem dapat meningkatkan keefektifannya, seperti meningkatkan keuntungan dan mengurangi waktu

¹⁷ Pusat Bahasa, *Kamus besar bahasa indonesia (Edisi ke Empat)*, (Jakarta : PT, Gramedia Pustaka Utama, 2008) hal. 45

¹⁸ Hotniar Siringoringo, "Program Linear : Seri Teknik Riset Operasi, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2005) hal. 4

pemrosesan.¹⁹ Pengoptimalan didasarkan pada hasil yang diharapkan, sehingga pengoptimalan menjadi efektif dan efisien untuk mencapai hasil yang diharapkan. Optimasi juga dapat diartikan sebagai ukuran agar semua kebutuhan dari kegiatan yang dilakukan dapat terpenuhi.²⁰

Menurut Winardi Menurut Winardi, dalam makalah Eva Lutfia, "Optimalisasi Pembinaan Manasik Bagi Jamaah, Kelompok Bimbingan Jamaah Al-Awwabin, Merupakan ukuran pencapaian tujuan dari perspektif bisnis, Dengan kata lain optimasi merupakan upaya untuk memaksimalkan kegiatan untuk mencapai tujuan, memperoleh manfaat, atau hal lain yang dibutuhkan.

Menurut Singiresu S Rao, John Wiley dan Sons Optimalisasi juga dapat didefinisikan sebagai proses untuk mendapatkan keadaan yang memberikan nilai maksimum atau minimum dari suatu fungsi.²¹

Penjelasan tersebut diketahui bahwa optimalisasi hanya dapat direalisasikan secara efektif dan efisien. Selalu diarahkan pada pencapaian hasil secara efektif dan efisien agar menjadi optimal.

Oleh karena itu, optimasi juga dapat dikatakan sebagai metode atau langkah optimasi. Dalam penelitian ini tentunya merupakan upaya, langkah atau

¹⁹ (<http://repository.usu.ac.id/bitstream/3/Chapter%20II.pdf>) Diakses pada tanggal 10 Juni 2016 Pukul 11.46

²⁰ Untung Rahardjah, " *TMJ (Tehcnomedia Journal) Vol. 5 No.1Agustus 2020*

²¹ (<http://thesis.binus.ac.id/doc/Bab2/2012-1-00531-MTIF%202.pdf>) Diakses pada tanggal 10 Juni 2016 Pukul 12.41.

metode yang digunakan untuk mengoptimalkan media sosial (khususnya facebook) sebagai wadah berwirausaha.

B. Platform

1. Pengertian Platform

Platform atau rencana kerja merupakan susunan pengelolaan yang dapat menetapkan siapa saja yang turut berperan sesuai dengan peran yang dimainkan, bagaimana cara mereka berhubungan, dan bagaimana menyelesaikan masalah dan untuk memudahkan hubungan, koordinasi dan menjalin kerjasama.

Dalam menjalankan suatu kegiatan, organisasi membutuhkan suatu acuan buat mengatur dan mengawas seluruh kegiatan yang dilakukan dalam perusahaan tersebut. Oleh lantaran itu, setiap perusahaan baik itu swasta juga pemerintah hendaknya mempunyai planning kerja yang terstruktur menggunakan baik, buat menunjang kelancaran operasional didalam perusahaan tersebut. Dengan adanya planning kerja yang terstruktur menggunakan baik maka pengendalian dan tujuan yang akan dicapai pada suatu organisasi atau perusahaan bisa berjalan menggunakan baik.

Platform atau Rencana kerja merupakan sebuah proses yang tidak pernah ada akhirnya, jika planning sudah ditetapkan, maka dokumen tentang perencanaan yang terkait wajib diimplementasikan. Lantaran perencanaan atau

planning kerja merupakan pemilihan sekumpulan aktivitas dan pengambilan keputusan mengenai apa yg wajib dilakukan, kapan, bagaimana, dan oleh siapa.²²

Menurut M. Narafin Platform merupakan tindakan yang dibentuk dari fakta dan dugaan tentang citra aktivitas yang dilakukan pada waktu yang akan tiba dalam menggapai tujuan yang diinginkan.

Platform merupakan output dari proses perencanaan berbentuk daftar ketetapan mengenai langkah tindakan dalam masa depan berkaitan aktivitas apa, siapa yang melaksanakan, di mana, kapan jadwalnya & berapa sumber daya yang akan dimanfaatkan, dan berbagai liputan tentang tolak ukurnya, pada rangka mencapai output. Rencana dipakai manajemen untuk panduan pengarahannya aktivitas dan jua menjadi titik tolak proses pengendalian.²³

Dari beberapa keterangan tadi diatas bisa disimpulkan bahwa planning kerja merupakan upaya tindakan hati-hati sebelum melakukan sesuatu supaya apa yg dilakukan berhasil menggunakan baik dan sinkron yang diharapkan. Atau planning kerja merupakan upaya buat merumuskan apa sesungguhnya yg ingin dicapai oleh sebuah perusahaan atau organisasi dan bagaimana sesuatu yang ingin dicapai tadi bisa diwujudkan melalui deretan rumusan planning aktivitas tertentu.

2. Syarat-Syarat Platform atau Rencana Kerja

Berikut ini merupakan beberapa syarat-syarat perencanaan atau planning kerja, antara lain merupakan :

²² Indra Bastian, *Metodelogi Penelitian Sosial*, (Yogyakarta : Erlangga, 2007). hal 30

²³ Rulyanti Susi Wardhani, "*Tata Kelola Perguruan Tinggi*" (Surabaya : Scopindo Media Pustaka, 2020). Hal. 106

- a). Logis dan masuk akal.
- b). Realistik atau konkret bukan imajenasi atau khayalan.
- c). Obyektif.
- d). Sistematis dan ilmiah.
- e). Bermanfaat.
- f). Optimasi dan efisiensi.
- g). Fleksibel.
- h). Sederhana tidak berlebihan.

3. Manfaat Platform atau Rencana Kerja

Platform atau perencanaan bisa menyediakan beberapa manfaat diantaranya :

- a). Perencanaan menjadi pengarah buat meraih atau menerima sesuatu secara lebih terkoordinasi.
- b). Perencanaan meminimalisasi ketidakpastian, lantaran dalam dasarnya pada global ini tidak terdapat yang tidak mengalami perubahan. perubahan yang terjadi membawa ketidakpastian bagi organisasi atau perusahaan.
- c). Perencanaan meminimalisasi pemborosan sumber daya, setiap organisasi atau perusahaan niscaya membutuhkan sumber daya. Dengan adanya perencanaan sebuah organisasi atau perusahaan diawal telah melakukan perencanaan melalui penggunaan sumber daya. Sehingga diharapkan tidak terjadi pemborosan pada hal penggunaan asal daya yg terdapat sehingga organisasi tersebut, mampu menaikkan taraf efisiensinya.

4. Perencanaan menjadi penetapan baku pada supervisi kualitas Perencanaan berfungsi menjadi penetapan baku pada supervisi kualitas yang wajib dicapai oleh organisasi dan diawasi pelaksanaannya, pada fungsi supervisi manajemen. Dalam perencanaan, perusahaan memilih tujuan dan planning-planning buat mencapai tujuan tersebut. Dalam supervisi, perusahaan berusaha membandingkan antara tujuan yang sudah ditetapkan menggunakan realita pada lapangan, dan mengevaluasi defleksi-defleksi yg mungkin terjadi, sebagai akibatnya sanggup mengambil tindakan-tindakan yang diharapkan buat memperbaiki kemampuan kerja diperusahaan.

4 Jenis Platform atau Rencana Kerja

Jenis perencanaan dapat dibedakan menjadi :

a. Perencanaan Strategis

Perencanaan strategis adalah planning jangka panjang (lebih berdasarkan lima tahun) buat mencapai tujuan strategis. Fokus perencanaan ini merupakan organisasi secara keseluruhan.²⁴ Rencana strategis bisa dipandang menjadi planning secara generik yg mendeskripsikan alokasi sumberdaya, prioritas, dan langkah yg diharapkan buat mencapai tujuan strategis. Tujuan strategis umumnya ditetapkan oleh manajemen puncak.

²⁴ Mamik, *Manajemen Mutu Pelayanan Kesehatan Dan kebidanan*, (Sidoarjo : Zifatama Jawara, 2017) hal. 46

b. Perencanaan Taktis

Perencanaan taktis Perencanaan taktis bertujuan untuk mencapai tujuan taktis, yaitu untuk melaksanakan bagian tertentu dari rencana strategis. Rencana ini memiliki durasi yang lebih pendek (1 sampai 5 tahun) dibandingkan dengan rencana strategis. Perencanaan taktis biasanya dilakukan oleh manajemen puncak dan manajer menengah. Tujuan taktis biasanya berasal dari tujuan strategis. Misalnya, perusahaan memiliki rencana strategis untuk menstabilkan pasokan bahan baku. Kemudian rencana taktis dikembangkan dengan membeli bahan baku dari perusahaan penyedia bahan baku.

c. Perencanaan Operasional

Perencanaan operasional ditetapkan berdasarkan perencanaan taktis, memiliki fokus yang lebih sempit, jangka saat yang lebih pendek (kurang berdasarkan 1 tahun) dan melibatkan manajemen taraf bawah.²⁵

Ada 2 jenis rencana operasional:

1. Rencana Tunggal (sekali pakai) Rencana tunggal merupakan planning yang dilakukan sekali pakai, sebagai model waktu

²⁵ *Ibid* hal. 47

perusahaan merencanakan ekspansi, pembuatan pabrik baru, penarikan energi kerja baru dan lainnya.²⁶

2. Rencana Standing merupakan planning yang mampu digunakan berulang-ulang. Rencana standing mampu menghemat saat dan energi lantaran planning ini mampu diterapkan dalam situasi yang sama.

C. Media Sosial

1. Pengertian Media Sosial

Media sosial sendiri diartikan menjadi media yang berbasis online, yang pemakainya sanggup menggunakannya dengan gampang berpartisipasi, berbagi, dan berinteraksi. Menurut definisi Kaplan dan Haenlin, dalam "Jurnal La Moriansyah" berjudul "Pemasaran melalui Media Sosial: Antecedents dan Konsekuensi", media umum diartikan menjadi sekumpulan pelaksanaan berbasis internet, Dimana pengguna bisa membuat atau bertukar warta menurut pelaksanaan ini.²⁷

Media sosial merupakan media yang membantu hubungan sosial. dengan memanfaatkan teknologi berbasis web yang mengganti hubungan biasa

²⁶ Arif Yusuf Hamali, "Pemahaman Praktis Administrasi, Organisasi, dan Manajemen Strategi Mengelola Kelangsungan Hidup Organisasi", (Jakarta : Prenada Media, 2019). Hal. 84

²⁷ La Moriansyah, "Pemasaran Melalui Media Sosial: Antecedents Dan Consequences", Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik, vol.19 no.3, Desember 2015, hal.188

menjadi dialog yang aktif. adapun situs media sosial yang sering digunakan sekarang ini antara lain : Facebook, Instagram, Twitter, Facebook, Wikipedia dll. Definisi lain dari media sosial juga di jelaskan oleh Van Dijk media sosial adalah platform media yang memusatkan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun kerja sama.²⁸ Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai penyedia fasilitas online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.

Alo Liliweri (2015:288-289) dalam bukunya yang berjudul *Komunikasi Antar Personal*, menyebutkan ada beberapa pengertian media sosial menurut para ahli, di antaranya:

- a. Michelle Chmielewski mengatakan media sosial adalah media yang mencangkup tentang yang dilakukan dan dikatakan tentang suatu dan diperuntukan untuk orang lain, atau media yang dapat mengkomunikasikan sesuatu pada saat yang sama ke segala arah karena dukungan teknologi digital.²⁹
- b. Menurut Sally Falkow, media sosial adalah media yang mengubah pasar dari komunikasi diri sendiri menjadi dialog dengan orang lain, ini terjadi karena di media sosial menyediakan platform online bagi

²⁸ Rulli Nasrullah, *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositoteknologi*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2017), hal. 11

²⁹ Allo liliweri, "*Komunikasi antar personal*", (Jakarta : Prenada Media, 2017). Hal. 288

pengguna untuk berhubungan secara aktif dan interaktif.³⁰ Misalnya seseorang dapat terhubung dengan individu, kelompok, atau organisasi lain yang mempunyai pengetahuan tertentu. Melalui media sosial juga dapat ikut aktif dan antar hubungan secara terbuka dalam menyampaikan, menerima dan mendiskusikan ide-ide baru sebagai dasar keputusan usaha yang lebih baik.

- c. Media sosial menjadi platform yang bisa membuat para pengguna menjalin hubungan dan ikut serta dalam pembuatan konten lalu menanggapi sesuai dengan keadaan mereka maupun masyarakat umum.³¹

2. Karakteristik Media Sosial

Dari segi penerapan media sosial memiliki kedudukan beberapa karakteristik, pada antaranya:

- a. Ini mencakup berbagai format konten, termasuk teks, video, audio, PDF, dan Power Point. Artinya, pengguna dapat memilih dari berbagai platform media sosial untuk membuat konten..³²
- b. Memungkinkan hubungan yang terlintas satu atau lebih platform melalui berbagi pengalaman, email, dan berbagi feed.

³⁰ *Ibid*,

³¹ *Ibid* hal. 289

³² *Ibid* hal. 290

- c. Melibatkan keterlibatan peserta yang bisa menciptakan tanggapan atau mengintai melalui jaringan media social.
- d. Menyediakan peningkatan kecepatan dan luasnya untuk penyebaran informasi.
- e. Menyediakan komunikasi orang perorang,orang kebanyak orang,dan banyak orang ke banayak orang.
- f. Memungkinkan komunikasi secara nyata atau sinkron dari waktu ke waktu.
- g. Sebagai perangkat yang berbeda dengan bantuan komputer, tablet, dan handphone.
- h. Memperluas keterlibatan pengguna buat membangun peristiwa secara waktu yang nyata, juga buat memperluas hubungan online/offline atau menambah program liveonline.

3. Keuntungan Penggunaan Media Sosial

Dalam program World Economic Forum dijabarkan beberapa keuntungan bagi individu dan pada penggunaan media sosial, menjadi berikut :

- a. Medial Sosial menyediakan hubungan sosial dan memberdayakan mereka. Media sosial juga menyatukan mereka menggunakan cara-cara yang sebelumnya sangat tidak terfikirkan yang terlintasi waktu

dan jarak.³³ Media sosial pula menyediakan hubungan yang melintasi aspek sosial, ekonomi, budaya, politik, agama, dan ideologi yang memungkinkan mereka buat saling dimengerti.

- b. Media sosial sanggup menunjang partisipasi mereka dan menyediakan kreativitas sekumpulan orang-orang. Contohnya saat terjadi bala gempa bumi pada Nepal 2015 melalui media digital pengguna pada semua media berhasil mengumpulkan dana donasi sebanyak dua juta dolar hanya pada ketika dua hari.
- c. Media sosial mengganti cara kerja dalam proses produktivitas pada perusahaan dan mempertinggi kemampuan karyawan. Di era digitalisasi , teknologi komunikasi sudah membuka kesempatan buat kapan,dimana,cara, bagi pekerja buat melakukan hal tersebut. Ini adalah perubahan norma bekerja yg selama ini dilakukan oleh para pekerja.
- d. Media sosial bisa menyediakan pendidikan jangka panjang buat membangun sumber keterampilan pada masa berikutnya. Acara The world Economic Forums New Vision for Education, menentukan krisis keterampilan yang terjadi dalam abad 21 dan membuat cara mengatasinya melalui digital platform.

³³ Ilyas Ismail, "Menggagas Paradigma Baru Dakwah Era Milenial" (Kencana : Prenada Media, 20118). Hal. 241

4. Resiko Penggunaan Media Sosial

Pada acara The World Economic Forum ditjabarkan beberapa resiko berat yang akan diperoleh dalam memakai media digital, di antaranya sebagai berikut³⁴ :

- a. Bisa saja digunakan untuk menyebarkan propaganda, serta menggerakkan follower untuk tindakan negative.
- b. Hasil mekanisme persaingan konten dapat mempengaruhi pengambilan keputusan manusia. Mekanisme persaingan ini dapat menargetkan informasi tertentu dan membuat orang mengubah pandangannya.
- c. Berubah ketrampilan sosial dan welas asih, seringkali melakukan intimidasi terhadap seseorang melalui media sosial
- d. Jika digunakan secara tidak benar akan mempengaruhi kesehatan fisik dan mental.

Menurut Shirky media sosial menjadi alat untuk menunjang kemampuan pengguna untuk berbagi (to share), bekerja sama (tocooperate) diantara pengguna dan melakukan tindakan secara bersama atau bergabung yang semuanya berada diluar kerangka institusional maupun organisasi. Media sosial merupakan mengenai menjadi manusia biasa. Manusia biasa yang saling membagi ide, bekerjasama, dan untuk menciptakan karya, berpikir, berdebat, menemukan seseorang untuk menjadi teman baik, berwirausaha dan menjadikan sebuah

³⁴ *Ibid* hal. 245

komunitas. Intinya, menggunakan media sosial menjadikan kita sebagai diri sendiri.³⁵

Media sosial juga merupakan kegiatan komunikasi pemasaran yang menggunakan media elektronik (online) untuk menarik konsumen atau perusahaan dalam berbagai bentuk (gambar, teks, dll) untuk meningkatkan visibilitas, citra perusahaan dan meningkatkan penjualan.³⁶

Media sosial memiliki beberapa ciri khusus, antara lain:³⁷

1. Liputan: Liputan media sosial Penonton berkisar dari kecil hingga global.
2. Aksesibilitas: Masyarakat dapat menggunakan media sosial dengan lebih nyaman dengan harga yang terjangkau kapan pun dan di mana pun.
3. Kegunaan: Media sosial relatif mudah digunakan karena tidak memerlukan keterampilan dan pelatihan khusus.
4. Atuality (kesegeraan): Media sosial dapat menyebabkan respons audiens lebih cepat.

³⁵ *Ibid*, 11

³⁶ Deru R.Indika dan Cindy Jovita, “*Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen*”, Jurnal Bisnis Terapan, vol.01 no.01, Juni 2017, h.25

³⁷ Hadi Purnama, *Media Sosial Di Era Pemasaran 3.0 Corporate and Marketing Communication*, (Jakarta : Pusat studi Komunikasi dan Bisnis, 2011), h.116

Jenis media sosial itu berbeda-beda. Menurut Ron Jones, ada empat jenis media sosial, yaitu berita sosial, media sosial, jejaring sosial, dan penjualan tiket sosial.³⁸ :

- a. *Sosial News* menyediakan fungsi berita Pembaca dapat memilih dan mengomentari berita. Berita sosial termasuk Digg, Sphinn, Newsvine dan BallHype.
- b. *Sosial Sharing* memberikan kemampuan untuk membuat, mengunggah dan berbagi foto dan video dengan orang lain. Contoh platform berbagi sosial adalah Flickr dan Youtube.
- c. *Sosial Network* Jejaring sosial memberikan kesempatan bagi orang untuk terhubung satu sama lain Agar bisa tetap berhubungan dengan orang lain, mereka bisa saling mengikuti update informasi satu sama lain. Media ini merupakan media paling populer di media sosial. Contoh jejaring sosial antara lain Facebook, Twitter dan Instagram.
- d. *Sosial Bookmaning* merupakan jenis yang didedikasikan untuk menyimpan, mengatur, mengelola, dan mencari informasi atau berita onlinu. ada situs yang populer dan berkembang termasuk Delicious, Faves, dan Blogmarks.

³⁸ Nuning Kurniasih, “*Optimalisasi Penggunaan Media Sosial untuk Perpustakaan*”, Dalam *Prosiding Makalah Seminar Nasional Komunikasi, Informasi, dan Perpustakaan di Era Global*, (Program Studi Ilmu Perpustakaan Fakultas Ilmu Komunikasi, UNPAD, 2016), hal.2

Penggunaan media sosial sebagai media pemasaran merupakan tren baru yang berkembang pesat, dan pemasaran menggunakan media sosial dapat dengan cepat dan mudah menjangkau target pelanggan.

Secara teori, sebagaimana dikatakan Paramitha dalam pakuningjati teknis pengelolaan media sosial yang paling penting pada dasarnya adalah pengelolaan perencanaan, pengaktifan dan pengawasan yang terbaik.

Media sosial atau jejaring sosial memiliki fungsi dan keunggulan sebagai berikut: ³⁹

- 1) Menetapkan identitas (merek atau produk baru)
- 2) Mempromosikan bentuk baru
- 3) Fasilitas penelitian: termasuk penelitian kuantitatif dan kualitatif. Penelitian kuantitatif berbentuk jajak pendapat, sedangkan penelitian kualitatif berbentuk pernyataan. Sumber kuantitatif dapat berupa unduhan, penggemar / pengikut, pendapatan online, bookmark sosial, tampilan halaman. Sumber kualitatif dapat mencakup diskusi online, reputasi online, hubungan, dan interaksi dengan pengikut.
- 4) Sarana komunikasi audiens
- 5) Kelola reputasi (semakin positif parameteranya, semakin baik reputasinya)

³⁹ Feri Sulianta, Dominikus Juju, *Data Mining Meramalkan Bisnis Perusahaan*, (Jakarta:Elex Media Komputindo, 2015), hal 67

D. Facebook

Facebook termasuk situs internet yang sajiannya adalah jejaring sosial. Jejaring sosial ini merupakan jalan dimana mereka berhubungan karena kesamaan sosialitas, sejak mereka yang dikenal sehari-hari sampai dengan keluarga.⁴⁰

Facebook adalah jejaring sosial yang berkantor pusatkan di Menlo Park, California, dan didirikan pada Februari 2004. Hingga Mei 2021, Facebook mempunyai lebih dari 2,7 miliar pengguna aktif, lebih dari setengahnya menggunakan ponsel. Pengguna harus mendaftar sebelum mereka dapat menggunakan situs web ini. Setelah itu, pengguna dapat membuat profil pribadi, menambahkan pengguna lain sebagai teman, dan bertukar pesan, termasuk pemberitahuan otomatis saat profil pribadi diperbarui. Selain itu, pengguna dapat bergabung dengan grup pengguna dengan minat yang sama (diurutkan berdasarkan pekerjaan, sekolah atau universitas atau karakteristik lainnya), dan membentuk teman mereka ke dalam daftar seperti "kolega" atau "teman dekat".

Facebook didirikan oleh Mark Zuckerberg yang lahir pada tanggal 14 mei 1984, ia merupakan seorang yang ahli dibidang pemrogram komputer dan pengusaha internet. Ia juga dikenal dengan menciptakan media sosial facebook yang bertujuan membuat dunia lebih terbuka dan bayak terhubung. Dan facebook juga memiliki kekuatan untuk mempengaruhi struktur kehidupan yang modern ini.

⁴⁰Hoover Edwin, *Facebook* ,(Bandung : Rajawali Persada, 2008), h. 3.

Facebook merupakan media sosial online, yang pemakainya sanggup untuk ikut serta, berbagi, dan membuat konten yang meliputi blog dan jaringan dengan gampang seperti sosial, wiki, forum, dan global virtual.⁴¹

Menurut Michael Haenlein dan Andreas Kaplan, media sosial merupakan Sekumpulan pelaksanaan yang berlaju dan mempunyai tujuan tertentu. Penggunaan teknologi dan dasar ideologi buat komunikasi Pertukaran konten.⁴²

Media sosial online Facebook dikatakan pada penelitian ini merupakan Wadah yg dipakai buat mencari fakta secara Cepat, membentuk interaksi dengan sesama, berhubungan jarak jauh dan mengungkapkan diri Anda, misalnya mengirim foto barang atau usaha, bahkan status mengenalkan barang usaha pada Mereka yg terlibat pada jual beli online.

E. Sarana

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Sarana artinya "seluruh yg terdapat dan bisa dipakai buat memperkenalkan tujuan yg dituju atau dibayangkan, alat, keadaan, usaha dan seterusnya."⁴³

Pandangan Winarno pula menunjang definisi, Dia berkata:" Dimanfaatkan buat mencapai tujuan, & sarana merupakan segalanya sesuatu yg bisa mendukung berjalannya kegiatan".⁴⁴

⁴¹ <http://id.wikipedia.org/wiki/mediasosial>

⁴² <http://www.bimbingan.org/pengertian-media-sosial-menurutahli.html>

⁴³ Desy Anwar, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Terbaru Dilengkapi Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Amelia, 1992), hal. 318

⁴⁴ Winarno Surakhmad, *Pengantar Interaksi Mengajar-Belajar Dasar dan Teknik Metodologi Pengajaran*, (Bandung: Tarsito, 2001), hal. 24.

Menurut Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 24 Pada tahun 2007, sarana merupakan “alat-alat yg bisa dipindahkan, & buat menjalankan fungsi”.⁴⁵

F. Wirausaha

Schumpeter dalam Assad menyatakan buat mengawali usaha merupakan mereka yg mendukung pembangunan dalam hal ekonomi warga buat lebih maju, dengan mengambil resiko, mengatur fasilitas produksi atau investasi, yg mengenalkan manfaat responsif Kreativitas & inovasi atau produksi baru.⁴⁶ Clelland dalam Assad mengartikan kewirausahaan Apakah mereka yg menggunakan kemampuan penyesuaiannya sendiri, Mengurus bahan produksi & membuat keluaran yg berlebihan Selanjutnya jual atau tukar & dapatkan penghasilan Upaya ini.⁴⁷

G. Optimalisasi Media Sosial Facebook Sebagai Sarana dalam Berwirausaha

Optimalisasi media sosial facebook sebagai sarana dalam berwirausaha semakin banyak digunakan oleh para wirausahawan selain untuk menghubungkan teman dan relasi yang jauh juga dapat dimanfaatkan sebagai media sarana dalam berwirausaha. Pada era tehknologi sekarang ini, facebook

⁴⁵ Permendiknas No. 24 tahun 2007, “Standar Sarana dan Prasarana tahun”

⁴⁶ As’ad Moh, *Psikologi Industri*, (Yogyakarta: Liberty, 2002), hal. 145

⁴⁷ *Ibid*

merupakan salah satu media komunikasi yang bisa dikatakan sangat murah dan mudah juga untuk diakses di handphone. Aktif di media sosial facebook merupakan salah satu cara membangun hubungan baik dengan konsumen dalam rangka mempertahankan usaha agar semakin besar dan lebih optimal lagi.

Selain itu melalui media sosial facebook akan lebih mudah dan cepat dalam mendapatkan feedback dan komunikasi dari konsumen.⁴⁸ Untuk itu diperlukan suatu cara untuk mengoptimalkan media sosial dalam pengembangan usaha yaitu dengan cara sebagai berikut :

a.) Konsistensi

Gunakan waktu setiap hari untuk mengerjakan bisnis secara konsistensi di media sosial. Jadikan postingan kita di media sosial facebook menjadi menarik dan bisa bermanfaat sehingga para konsumen menjadi tertarik dan berminat kepada usaha yang kita pasarkan.

b.) Fokus

Fokus dalam salah satu media, ada banyak media sosial yang bisa digunakan untuk memulai bisnis. Namun, akan lebih baik jika memanfaatkan satu media sosial saja yaitu facebook. Karena selain cara penggunaannya mudah dan para konsumennya pun lebih luas dijangkau bahkan tanpa berteman sebelumnya pun, lain dengan media sosial lainnya banyak keterbatasan yang ada, seperti media sosial whatsapp hanya bisa

⁴⁸Utility, “*Jurnal Ilmiah Pendidikan dan Ekonomi*”, Vol 1 no.2 (2017) : 116.

dijangkau oleh kontak yang disimpan saja begitu plah media sosail lainnya dan jagkauan konsumennya pun terbatas bahkan sangat minim.

- c.) Beri sentuhan personal pada setiap usaha yang dpisarkan di mdia sosial facebook

Biasanya setiap orang atau wairausahawan pasti memiliki ciri khas dalam memasarkan produknya, hal ini sangat diperlukan dalam pengoptimalan usahanya. Ciri khas yang diberikan pada setiap postingan yang akan menjadikan konsumen mengenali pemili usaha, sehingga para konsumen tersebut merasah dekat dan percaya dengan pemilik usaha.⁴⁹

⁴⁹Buchari Alma, *Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung, Erlangga 2002), hal. 116

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif, penelitian ini merupakan jenis penelitian yang menjabarkan, menggambarkan atau mendeskripsikan objek penelitian berdasarkan karakteristiknya. Dan penelitian ini sangat bertujuan untuk menjelaskan fenomena tersebut secara mendalam melalui pengumpulan data. Jika data yang dikumpulkan sudah mendalam maka bisa dijelaskan fenomena tersebut, dan tidak perlu lagi mencari sampling lainnya.⁵⁰

Penelitian deskriptif ini berupaya menjelaskan pemecahan masalah yang ada mengenai strategi komunikasi pemasaran yang ada, Peneliti bertindak sebagai pengamat. Dan hanya membuat kategori perilaku, mengamati gejala, dan dicatat dalam buku observasinya.⁵¹

Penelitian ini bukan berusaha mencari hubungan dan tidak juga menguji hipotesis, serta tidak terpaku pada teori. Dengan demikian penelitian dapat bebas menggali informasi yang dibutuhkan dari objek penelitiannya saat berada dilapangan..

⁵⁰Dinul Fitrah Mubaraq, *AnalisisTeks Media*, (Sulawesi Selatan, IAIN Pare – Pare Nusantara Press), hal. 329

⁵¹Rahmat Kriyatono, “Pengantar” dalam Burhan Bungin, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* Edisi Pertama Cet. V; Jakarta: Kencana, 2009. hal.59.

Maka dalam hal ini metode yang digunakan dan dimanfaatkan adalah wawancara, observasi, dan pemanfaatan dokumen baik data atau dokumentasi visual.

2. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini merupakan media sosial facebook, atau orang tempat data untuk variabel yang dipermasalahkan.⁵² Adapun subjek penelitian pada penelitian ini merupakan orang – orang yang menggunakan media sosial facebook menjadi tempat usaha sedangkan objeknya merupakan peran digital marketing terhadap berwirausaha melalui media sosial facebook. Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini diperoleh melalui informasi dari beberapa orang yaitu Reli Kusmanto selaku pelaku usaha yang menggunakan media sosial facebook dalam memasarkan usahanya, dan beberapa orang yang juga menggunakan media sosial tersebut untuk berwirausaha.

3. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Toko pelaku usaha yang memanfaatkan media sosial facebook sebagai sarana berwirausaha, dan seberapa optimal media sosial facebook itu sendiri dalam mengoptimalkan usahanya. Salah satunya yaitu Reli Kusmanto yang merupakan pelaku usaha dengan menggunakan media sosial

⁵²Suharsimin Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta : Rineka Cipta 1998). hal.121

facebook yang tokonya beralamatkan di bundaran sukawati, air putih lama, kabupaten rejang lebong.

4. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi pada penelitian ini berjumlah 15 orang Pelaku Usaha yang memanfaatkan media sosial facebook sebagai sarana berwirausaha yang optimal.

b. Sampel

Sampel pada penelitian ini berjumlah 5 orang pelaku usaha.

4. Sumber Data

a. Data Primer

Sumber data primer yaitu data yang didapatkan dari sumbernya langsung.⁵³ Data Primer adalah data yang diperbolehkan secara langsung, dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Peneliti memilih informan memakai teknik Purposive Sampling yaitu peneliti memutuskan lebih awal siapa saja yang dijadikan sampelnya dan menjelaskan statusnya masing-masing sesuai pada hasrat dan tujuan penelitian. Prinsip pada teknik Purposive Sampling ini harus mewakili unsur subjek yang ditetapkan pada sebuah situasi sosial, supaya data yang dihimpun bisa terwakili menurut

⁵³ Adnan Mahdi Mujahidin, *Panduan Penelitian Praktis Untuk Menyusun Skripsi, Tesis, dan Disertasi*, (Bandung Alfabeta 2014). hal.132

semua karakter yang terdapat pada situasi sosial penelitian yang dilakukan.⁵⁴ Peneliti memilih lebih awal bahwa yg sebagai informan kunci merupakan orang – orang yang memakai media umum facebook sebagai wahana berwirausaha untuk mengetahui seberapa optimal berdasarkan sebelumnya.

b. Data sekunder

Sumber data skunder merupakan data yang diperoleh dari data yang telah terdapat & memiliki interaksi menggunakan kasus yang diteliti atau asal data pelengkap yang berfungsi menjadi pelengkap data-data yang dibutuhkan sang data primer.⁵⁵

5. Teknik Pengumpulan Data

untuk memperoleh data yang representatif pada penelitin ini, maka penulis memakai metode pengumpulan data menjadi berikut :

a. Teknik Observasi

Observasi pula diklaim menjadi pengamatan secara langsung buat mengetahui keadaan atau situasi yg terdapat hubungannya menggunakan wilayah objek penelitian (lapangan). Observasi merupakan menjadi

⁵⁴Mukhtar, *Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif*, (Jakarta : Referensi GP Press Group 2013. hal.94

⁵⁵ Adnan, *Op, Cit*, hal.132

pengalaman dan pencatatan secara sistematis terhadap tanda-tanda yg tampak dalam objek penelitian.⁵⁶

Alat yang digunakan untuk megumpulkan data yang dilakukan menggunakan cara mengamati dan mencatat tanda-tanda-tanda-tanda yg diselidiki. Dalam pengertian lain dikatakan bahwa“observasi disebut pula menggunakan pengamatan, mencakup kegiatan pemusatan perhatian terhadap suatu objek menggunakan memakai semua indera.⁵⁷

Untuk menerima data yang aktual secara langsung, maka observasi lapangan sangat diharapkan buat mengetahui kenyataan yg terdapat pada lapangan. Oleh karena itu observasi sangat krusial buat dilakukan. Dalam observasi penelitian ini, peneliti memakai jenis observasi terus jelas atau tersamar.

Sugiyono menyebutkan pada observasi terus terang atau tersamar peneliti ketika melakukan pengumpulan data menyatakan terus terang pada sumber data, bahwa dia sedang melakukan penelitian. Jadi mereka yang diteliti mengetahui semenjak awal hingga akhir mengenai kegiatan peneliti. Tetapi pada suatu ketika peneliti pula nir terus terperinci atau tersamar pada observasi, hal ini supaya menghindari kalau suatu data yang dicari merupakan data yang masih dirahasiakan.⁵⁸

⁵⁶Amirul Hadi, dkk, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Bandung : Pustaka Setia, 1998). hal. 192

⁵⁷Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2002). hal. 206

⁵⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kualitatif*, (Alfabeta, Jakarta : 2008). hal.312

Hal yang diamati langsung dalam penelitian ini adalah strategi digital marketing dalam pengoptimalan media sosial facebook sebagai sarana berwirausaha. Melalui teknologi observasi ini peneliti akan dapat memperoleh data yang lebih akurat terkait dengan penelitian.

b. Teknik Wawancara

Wawancara merupakan salah satu bentuk komunikasi, dialog yang bertujuan untuk memperoleh informasi.⁵⁹

Wawancara adalah suatu kegiatan dimana informasi didapatkan secara langsung dengan memberikan pertanyaan kepada orang yang diwawancarai. Melakukan wawancara tatap muka adalah wawancara yang bermakna antara wawancara dengan informan dan kegiatan verbal.⁶⁰

Wawancara langsung dengan subjek penelitian yaitu wawancara dengan pelaku bisnis menggunakan media sosial Facebook. Wawancara ini adalah teknik pengumpulan data yang mendominasi pengumpulan data.

Dalam penelitian ini apabila peneliti atau pengumpul data yakin akan informasi yang akan diperoleh, maka teknik wawancara yang digunakan adalah wawancara :

1. Wawancara Terstruktur

⁵⁹ Nasution, Metedo Research, *Bumi Aksara*, (Jakarta. 2000). hal. 113.

⁶⁰ P. Joko Subagiyo, *Metode Penelitian*, (Jakarta : Rineka Cipta. 2004). hal.39

Wawancara terstruktur adalah wawancara sebagai teknik pengumpulan data. Oleh karena itu, saat melakukan wawancara, pengumpul data telah menyiapkan pertanyaan dan jawaban.⁶¹

Teknik wawancara ini adalah teknik yang digunakan untuk mendapatkan keterangan dan penjelasan langsung dari sumber utama yaitu orang yang sangat memanfaatkan media sosial facebook dalam memasarkan usahanya.

2. Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam, artinya peneliti mengajukan beberapa pertanyaan secara mendalam yang berhubungan dengan focus pertanyaan, sehingga dengan wawancara mendalam ini data data yang terkumpul bisa semaksimal mungkin.

3. Wawancara Terbuka

Wawancara terbuka, artinya bahwa dalam penelitian ini para subjeknya mengetahui bahwa mereka sedang diwawancarai dan mengetahui pulah apa maksud dari wawancara itu.

Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara langsung dengan orang orang yang memanfaatkan media sosial facebook sebagai sarana mereka berwirausaha.

c. Teknik Dokumentasi

⁶¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kualitatif*, (Jakarta : Alfabeta 2008). hal.319

Dokumen adalah metode penelitian kearsipan, bidang, dan informasi lain yang berkaitan dengan penelitian ini. Dokumen dalam bentuk tertulis, seperti buku harian. Sejarah hidup, cerita, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen berupa gambar, seperti foto, gambar bergerak, dan sketsa lainnya.⁶²

Dokumen dalam proses pelaksanaan penelitian mengacu pada pencarian data dengan cara memeriksa dokumen atau informasi yang tercatat dalam buku prosedur penelitian. Dikatakan bahwa “dokumen mencari data tentang suatu hal dalam bentuk catatan.”⁶³

Dalam hal ini adalah melihat dokumen atau arsip milik pelaku usaha yang dikirim atau diunggah ke media sosial Facebook terkait penelitian, dokumen atau arsip tersebut dapat berupa brosur, data, dan formulir Foto.

A. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan pekerjaan yang bertujuan untuk mencari dan mengatur hasil perlindungan, wawancara dan catatan lainnya secara berkala untuk meningkatkan pemahaman peneliti terhadap kasus yang diteliti dan mempresentasikannya kepada orang lain sebagai hasil investigasi.⁶⁴

Dalam penelitian ini, penulis memanfaatkan analisis kualitatif, yaitu penelitian yang didapatkan dari bukti tidak langsung, bukan berupa angka tetapi

⁶²Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Alfabeta 2005). hal. 82

⁶³Arikunto, *Op.Cit*, hal. 206

berupa konsep atau abstrak. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif, yang digunakan untuk mendeskripsikan hasil penelitian dan mendeskripsikannya secara lengkap dalam bahasa, sehingga masyarakat dapat memahami situasi lapangan yang sebenarnya dan bahasa yang digunakan untuk mendeskripsikan kata-kata yang ada. Metode analisis data yang dikumpulkan dalam bentuk teks. Data yang terlibat meliputi wawancara, anotasi data lapangan dan anotasi lainnya.

Metode analisis data yang dijadikan dalam bentuk teks. Data yang terlibat mencakup wawancara, anotasi data lapangan dan anotasi lainnya. Metode ini dimanfaatkan untuk mendeskripsikan dan mendeskripsikan cara para pebisnis atau wirausahawan terbaik menggunakan media sosial Facebook untuk mempromosikan bisnisnya.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, peneliti akan menguraikan sejumlah hasil penelitian mengenai Optimalisasi Platform Media Sosial Facebook Sebagai Sarana Berwirausaha guna menjawab rumusan masalah pada bab 1.

A. Gambaran Umum Tentang Wirausaha

1. Sejarah Singkat Wirausaha di Dunia

Pada mulanya perilaku kewirausahaan atau *entrepreneurship* dimulai ketika manusia telah mengenal konsep ekonomi, sehingga sejarah kewirausahaan masih sangat erat kaitannya dengan sejarah perkembangan ilmu ekonomi yang ada didunia. Berawal dari perilaku – perilaku manusia yang memenuhi kebutuhan hidupnya.⁶⁵ Yang paling utama adalah mereka berupaya memenuhi kebutuhan yang sifatnya mendasar. Kebutuhan ini oleh ilmu ekonomi disebut sebagai kebutuhan primer atau kebutuhan pokok, kebutuhan ini pemenuhannya bersifat wajib dan tidak dapat ditunda lagi. Kebutuhan primer selalu sama untuk masing masing manusi, yaitu : pakaian, makanan, minuman dan tempat tinggal. Selanjutnya ada kebutuhan tingkat dua yang merupakan kebutuhan sekunder. Jenis

⁶⁵ Wasty Soemanto, *Sekuncup ide operasional Pendidikan Wirausaha*, (Jakarta : Bumi Aksara,1984) hal 43

kebutuhan ini merupakan kebutuhan mendukung yang pemenuhannya dapat ditunda. Kebutuhan sekunder manusia bersifat fleksibel dan tidak dapat dipukul rata untuk sesama manusia. Kebutuhan yang terakhir adalah kebutuhan tersier yang sifatnya mewah. Kebutuhan jenis ini dipenuhi bukan karena merupakan kebutuhan yang sifatnya wajib dan mendasar, tetapi karena adanya kepuasan lain berupa gengsi yang akan didapat saat kebutuhan ini terpenuhi. Sifatnya nyaris serupa dengan kebutuhan sekunder, yakni sangat fleksibel sehingga tidak dapat diseragamkan untuk semua orang. Tingkat pemenuhan kebutuhannya dipengaruhi oleh kelas sosial ekonomi dan selera dalam diri manusia. Jenis kebutuhan ini bisa ditunda dan apabila tidak mampu dipenuhi tidak akan mengganggu kelangsungan hidup manusia.⁶⁶

Setelah mengenal klasifikasi kebutuhan, manusia berupaya memenuhi kebutuhan – kebutuhan itu dengan berbagai cara perilaku inilah yang dipelajari dalam ilmu ekonomi.⁶⁷ Manusia memenuhi kebutuhan pokok atau primer bisa menggarap tanah (bertani atau berkebun) membuat tambak atau bahkan dengan kegiatan membuat barang atau manufaktur. Sayangnya karena perbedaan faktor geografis dan skill yang berbeda – beda, tidak semua manusia mampu memenuhi kebutuhan hidupnya, sehingga muncul perilaku manusia yakni melakukan

⁶⁶ *Ibid*

⁶⁷ *Ibid*

sesuatu untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dengan kegiatan berniaga (perdagangan) mulai dikenal dan ilmu bisnis mulai dapat dipelajari.

2. Kewirausahaan di Indonesia

Ilmu kewirausahaan di Indonesia baru dikenalkan pada akhir abad ke 20, namun praktiknya sudah sejak dulu ada, bahkan sejak zaman kolonial, kegiatan perniagaan dan bisnis sudah ada di Indonesia. Pada akhir ke 20, pendidikan kewirausahaan dipelajari baru terbatas pada beberapa sekolah dan perguruan tinggi saja.⁶⁸ Pendidikan kewirausahaan melalui pendidikan formal maupun penelitian penelitian disegala lapisan masyarakat semakin berkembang seiring dengan perkembangan dan tantangan ekonomi seperti krisis moneter yang sempat melanda diakhir tahun 90-an.

Wirausaha berasal dari kata wira dan usaha. Wira yang berarti pejuang, pahlawan atau panutan yang berwatak agung. Konsep kewira-an dapat diartikan sebagai kemandirian dan tidak bergantung terhadap suatu lembaga atau badan. Sedangkan Usaha adalah suatu *entrepreneur*. Dalam bahasa perancis kata ini dapat diartikan sebagai *under take*. Wirausahawan mengambil keuntungan dengan mengamati peluang yang ada. Kebanyakan wirausahawan sukses adalah mereka yang memberih pengaruh atau penyelesaian terhadap masalah kehidupan.

⁶⁸ Asep Surya Maulana, *Kewirausahaan (Entrepreneursip) Dalam Pandangan Islam (Historis Politik Dan Ekonomi)* (Semarang : PT Nasya Expanding Management, 2020) hal 35

B. PEMBAHASAN PENELITIAN

Facebook merupakan salah satu media sosial yang terbesar dan banyak digunakan seluruh masyarakat hampir di seluruh dunia. Popularitas media sosial facebook telah menjadi daya tarik besar bagi para pebisnis atau pelaku usaha yang memanfaatkan facebook secara mendalam untuk membangun usaha dan mengoptimalkannya.

Sesuai dengan Teori Digital Marketing atau sering disebut Pemasaran Digital yang pemasarannya memiliki ruang lingkup yang sangat luas karena mengacu pada media sosial. Dalam hal ini pemasaran menggunakan teknologi internet seperti media sosial facebook. Jenis teori ini sangat sesuai dengan hasil penelitian ini karena mengacu pada berbagai upaya mempromosikan barang atau produk yang menjadi usaha ke media sosial khususnya facebook untuk bertujuan mengoptimalkannya.

Media sosial facebook sendiri digunakan sebagai salah satu strategi komunikasi pemasaran karena sangat efektif dan sangat optimal karena mudah diakses dan dapat mencakup semua kelompok pengguna, cukup dengan memposting atau memasarkan usaha yang kita miliki lewat halaman atau beranda facebook kita dan bisa juga lewat group yang kita tergabung didalamnya. Cukup dengan memasarkan barang usaha kita seperti foto usaha, keterangan usaha, alamat, harga, nomor handpon dan lain sebagainya terkait dengan info usaha tersebut. Maka dengan demikian dapat memudahkan kita

dalam berwirausaha, apalagi dalam situasi saat ini yang sedang marak – maraknya virus corona atau covid – 19 yang mana pemerintah telah lama memerintakan bagi para masyarakat untuk tidak berkumpul demi memutuskan rantai penyebaran virus corona tersebut. Dan hal itu mungkin menjadi penyebab terhambatnya pelaku usaha atau wirausaha untuk berwirausaha atau memasarkan usaha yang mereka miliki serta memperhambat bagi masyarakat untuk memenuhi keinginan mereka dalam berbelanja.

Reli Kusmanto menuturkan bahwa: “Dengan memposting Barang atau Produk lewat media sosial facebook sangatlah efektif dalam mendapatkan hasil yang lebih optimal dan memuaskan dibandingkan hanya menunggu pembeli ditoko saja. Karena lewat media sosial facebook sebagai sarana kami berwirausaha cukup dengan menggunakan kata-kata yang menarik dan memposting foto barang atau produk yang diperjualkan agar dapat mempermudah pelanggan untuk bisa lebih jauh berkomunikasi serta cepat mendapatkan minat konsumen untuk membeli produk yang dipasarkan, dan dalam hal ini kami merasah sangat terbantu dalam menarik minat pembeli dan bisa mendatangkan mereka ketempat kami tanpa harus menunggu lama”.⁶⁹

Sedangkan Putri Kirana juga menuturkan bahwa: “Dengan memanfaatkan media sosial facebook sebagai sarana kami dalam berwirausaha lebih mudah dan bahkan hasilnya pun lebih yang diharapkan karena cukup dengan meposting barang atau produk di beranda facebook dan beberapa group dagang seperti beberapa group lapak jual beli di facebook dengan mencantumkan spesifikasi lengkap terkait dengan barang atau produk yang dijual, maka dengan itu kami tidak perlu menghabiskan biaya yang besar”.⁷⁰

Sementara itu Nur Aufah Nafisah Sari juga menuturkan bahwa: “Dengan bergabung ke group dagang atau usaha di facebook itu merupakan cara yang baik dalm hal sarana berwirausaha, karena cukup dengan memposting barang atau produk dengan keterangan meliputi harga, kondisi dan kelengkapan barang yang dijual bisa membantu konsumen dalam menimbulkan minat mereka sehingga kami bisa berkomunikasi baik secara

⁶⁹Reli Kusmanto, *Wawancara*, tanggal 08 Mei 2021.

⁷⁰Putri Kirana, *Wawancara*, tanggal 08 Mei 2021.

langsung ataupun secara online terkait dengan proses jual beli dalam hal wirausaha.⁷¹

Dan agar postingan mudah dilihat oleh pengguna facebook atau anggota group maka biasanya kami sangat sering memposting agar postingannya kami tidak tenggalam oleh postingan-postingan penjual lainnya.

Reli Kusmanto menuturkan, bahwa: “Kami sangat sering dalam memposting usaha kami, karena kami takut postingan kami tenggelam oleh postingan penjual lain maka kami posting lagi”.⁷²

Dan Putri Kirana menuturkan 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”.⁷³

Sementara itu Nur Aufah Nafisah Sari juga menuturkan bahwa: “Sangat sering, karena semakin sering kita memposting barang ataupun produk maka semakin banyak pula orang yang akan melihat dan tertarik”.⁷⁴

Kehadiran media facebook memang sangat membantu dalam hal memasarkan barang atau produk usaha dan sebagai sarana yang sangat efektif untuk mengoptimalkannya apalagi dengan hadirnya banyak sekli group facebook yaitu lapak jual beli dan lain sebagainya yang sangat memudahkan penjual dan pembeli berkomunikasi.

Dedet menuturkan bahwa: “Iya kami menerima hal itu. Karena orang-orang yang ikut bergabung dalam group usaha dagang seperti halnya group lapak jual beli dan group group lainnya bukan saja hanya orang daerah kami

⁷¹ Nur Aufah Nafisah Sari, *Wawancara*, tanggal 10 Mei 2021

⁷² Reli Kusmanto, *Wawancara*, tanggal 08 Mei 2021.

⁷³ Putri Kirana, *Wawancara*, tanggal 08 Mei 2021.

⁷⁴ Nur Aufah Nafisah Sari, *Wawancara*, tanggal 10 Mei 2021

saja, tapi banyak orang-orang yang diluar daerah kami yang tentunya ikut melihat postingan kami”.⁷⁵

Sementara itu Agus Setiawan juga menuturkan bahwa: “Iya tentu saja kami menerima hal itu, karena dengan hadirnya media sosial facebook sekarang kami sadari media tersebut bisa dijadikan sarana bagi kami untuk berwirausaha yang lebih optimal, karena cukup dengan rajin memposting usaha kami di media sosial facebook maka dapat memudahkan kami dalam menjangkau konsumen, sehingga kami tidak terlalu terpaku dalam menunggu konsumen datang ketempat kami dan kami dengan media sosial juga memudahkan kami dalam hal pemesanan cukup chat pribadi atau komentar maka terjadilah transaksi dan selama betul-betul ingin membeli tentu kami terima”.

Reli Kusmanto menuturkan, bahwa: “Orang – Orang yang pernah berbelanja ketoko diakibatkan karena postingan yang kami posting di facebook dan tidak hanya berasal dari daerah – daerah kami saja yaitu daerah curup melainkan daerah luar seperti kepahiang seperti Ujang Mas, Durian Depun, Bumi Sari dan daerah lainnya”.⁷⁶

Dari penjelasan informan mengenai upaya mengoptimalkan media sosial facebook sebagai sarana berwirausaha dapat disimpulkan bahwa diperlukannya memposting barang produk di facebook secara rutin ataupun siaran langsung sebagai salah satu cara dalam menarik pelanggan dan tidak hanya menunggu pembeli hanya ditoko saja.

Tidak menutup kemungkinan dengan berwirausaha pasti akan ada faktor faktor yang dapat mempengaruhinya, baik faktor pendukung maupun faktor penghambat pemanfaatan media sosial :

1. Faktor Pendukung pemanfaatan Media Sosial Facebook sebagai Sarana dalam Hal Berwirausaha

⁷⁵ Dedet, *Wawancara*, tanggal 10 Mei 2021

⁷⁶ Reli Kusmanto, *Wawancara*, tanggal 08 Mei 2021.

Facebook adalah salah satu media sosial yang paling efektif bahkan paling optimal karena banyak digunakan oleh masyarakat hampir diseluruh dunia, maka tidak mengherankan apabila media sosial facebook dapat menjadi peluang usaha sekaligus menjadi alat pemasaran barang atau produk usaha yang kita miliki yang sangat potensial. Dan facebook memberikan tempat untuk bertemu dan berkomunikasi antara penjual dan pembeli dan sangat mudah diakses dan mampu menjangkau hampir semua pengguna facebook.

Reli Kusmanto menuturkan bahwa, : “Iyah tentu saja sangat membantu, karena sangat mudah diakses dan mampu menjangkau semua pengguna facebook”.⁷⁷

Dan Putri Kirana juga menuturkan bahwa : “Iyah sangat membantu, selain dari kemudahannya kita juga tidak perlu mengeluarkan biaya dalam memasarkan usaha kita”.⁷⁸

Sementara itu Nur Aufah Nafisah Sari juga menuturkan bahwa : “Tentu sangat membantu, karena kita bisa memasarkan usaha kita kapan saja yang kita mau dan memiliki target pasar yang sangat luas”.⁷⁹

Sangat banyak kelebihan yang bisa didapatkan dalam berwirausaha dengan memanfaatkan media sosial facebook, selain karena banyaknya pengguna facebook dan sangat mudah diakses juga sangat membantu kami dalam berkomunikasi dengan pembeli

⁷⁷ Reli Kusmanto, *Wawancara*, tanggal 08 Mei 2021.

⁷⁸ Putri Kirana, *Wawancara*, tanggal 08 Mei 2021.

⁷⁹ Nur Aufah Nafisah Sari, *Wawancara*, tanggal 10 Mei 2021.

sehingga memudahkan kami dalam memasarkan usaha yang kami miliki”.

Muhammad Solihin menuturkan bahwa : “ Sangatlah mudah diakses dan banyaknya masyarakat yang menjadi pengguna facebook sehingga memudahkan kami untuk memasarkan usaha kami”.⁸⁰

Dan M Agus Setiawan yang menuturkan bahwa : “Banyaknya masyarakat yang menggunakan media sosial facebook dapat memberikan kami peluang yang sangat besar dan luas dalam memasarkan usaha yang kami miliki saat ini”.⁸¹

Sementara itu Nanas juga menuturkan bahwa : “Tidak terbatasnya waktu dan tempat saat kita ingin memasarkan usaha atau produk yang kita pasarkan dan sangat memudahkan kita untuk berkomunikasi dengan pelanggan”.⁸²

Banyaknya pengguna facebook yang bergabung dalam group facebook khususnya group usaha, sebagai penjual membuat persaingan yang tidak mudah, sehingga kita harus memikirkan cara untuk bisa menarik pembeli agar membeli barang atau usah yang kita pasarka.

Hal sena juga disampaikan oleh Reli Kusmanto (08 Mei 2021) yang mengatakan bahwa : “Berkomunikasi dengan sopan dan baik serta mengedepankan sifat jujur kepada pelanggan, menjelaskan secara rinci terkait dengan usaha yang kita geluti kepada penjual”.

Dari penjelasan Informan mengenai faktor pendukung pemanfaatan media sosial facebook dapat disimpulkan bahwa dengan adanya media sosial facebook sangat membantu menjadi sarana bagi kami dalam berwirausaha”.

⁸⁰ Muhammad Solihin, *Wawancara*, tanggal 15 Mei 2021.

⁸¹ M Agus Setiawan, *Wawancara*, tanggal 13 Mei 2021.

⁸² Nur Aufah Nafisah Sari, *Wawancara*, tanggal 10 Mei 2021.

2. Faktor Penghambat Penggunaan media sosial facebook

Persaingan bisnis atau usaha online sangatlah tinggi, karena kemajuan teknologi membuat sebagian besar orang menjadikan hal itu sebagai sarana untuk berwirausaha baik itu dalam hal memasarkan produk atau usaha yang mereka miliki melalui internet dan khususnya media sosial facebook. Jadi bisa dipastikan persaingannya sangat berat karena banyaknya orang yang sama halnya memanfaatkan media sosial facebook sebagai sarana bagi mereka untuk berwirausaha dan apalagi setiap group usaha yang terdapat didalam media sosial facebook juga sudah tak sedikit, sehingga dengan cepat setiap postingan yang dikeluarkan akan berada dibawah postingan pengguna lainnya dan sulit untuk dilihat oleh pelanggan kalau tidak diimbangi dengan sering memposting usaha tersebut.

Putri Kirana menuturkan bahwa : “Iya pasti ada, apalagi kami berwirausaha online tentunya kami membutuhkan jaringan yang selalu stabil. Kalau jaringan lagi tidak stabil tentu membuat kami sulit untuk”.⁸³

Dan Nanas juga menuturkan : “Iya pasti ada, dengan cepat dibawah postingan pengguna atau wirausaha lain”.⁸⁴

Sementara itu Agus Setiawan juga menuturkan bahwa : ” Pasti ada, yang paling sering terjadi adalah setiap postingan cepat sekali beradab dibawah postingan pengguna usaha lainnya sehingga membuat kami harus dengan cepat menyikapi hal tersebut dengan

⁸³ Putri Kirana, *Wawancara*, tanggal 08 Mei 2021.

⁸⁴ Nur Aufah Nafisah Sari, *Wawancara*, tanggal 10 Mei 2021.

selalu memposting kembali agar postingan kami tidak hilang tau tidak tenggelam”.⁸⁵

Masalah yang sering terjadi dalam hal ini selain dari jaringan bahkan data ada juga salah satunya yakni pembeli atau peminat dari usaha atau barang yang kami pasarkan seringkali mempermainkan penjual. Seperti halnya sering terjadi pelanggan yang seenaknya membatalkan pembelian tanpa alasan yang jelas, bahkan tanpa ada konfirmasi terlebih dahulu.

Reli Kusmanto menuturkan bahwa : “Pernah terjadi pembatalan pembelian tanpa ada konfirmasi sebelumnya”.⁸⁶

Dan Putri juga menuturkan bahwa: “ banyaknya orang yang php barang sudah dipesiapkan tapi orangnya batal tanpa ada konfirmasi kekami”.⁸⁷

Sementara itu nanas juga menuturkan bahwa : “Sudah bertnya panjang lebar, menawar sampai harganya yang sangat murah dan sudah deal tapi orangnya malahtiba tiba batal membeli tanpa memberikan alasan yang jelas”.⁸⁸

Dengan banyaknya persoalan yang sering terjadi dalam wirausaha dengan memanfaatkan media sosial facebook seperti pembatalan sepihak oleh pembeli yang sangat merugikan penjual . Informan mengambil langkah dengan cara kam meminta no handphoneya

⁸⁵ M Agus Setiawan, *Wawancara*, tanggal 13 Mei 2021.

⁸⁶ Reli Kusmanto, *Wawancara*, tanggal 08 Mei 2021.

⁸⁷ Putri Kirana, *Wawancara*, tanggal 08 Mei 2021.

⁸⁸ Nur Aufah Nafisah Sari, *Wawancara*, tanggal 10 Mei 2021.

kemudian kami megarahkan ketoko apabila hanya bertanya tanya saja.

Reli Kusmanto menuturkan bahwa : “ Kami memastikan tranksasi ini lewat permintaan no hp kemudian kami mengarahkan ketoko kami untuk bertanya tanya panjang lebar dan untuk tranksaksinya”.⁸⁹

Dan Putri Kirana juga mengatakan bahwa : “Kami menghimbau untuk ketoko apabila masih kurang yakin dan masih ingin bertanya tanya panjang lebar, agar terjadi hal hal yang merugikan kami agar kami dan pembeli dapat melakukan tranksaksi dengan lebih aman dan nyaman”.⁹⁰

Dalam hal ini informan mengatakan bahwa dalam berwirausaha lewat media sosial facebook tidak menghambat kegiatan sehari hari. Karena hal ini bisa dilakukan dimanapun dan kapanpun.

Muhammad Solihin menuturkan bahwa: “Tentu tidak, karena dengan berwirausaha lewat media sosial facebook kami bisa posting kapanpun dan dimanapun”. M Agus Setiawan yang menyampaikan : “Tidak, Karena ketika ada pelanggan atau pembeli datang pada saat itu juga saya bisa menunda sebnter atau bahkan bisa bergantian dengan teman usaha saya bisa keluarga saya sendiri untuk bergantian”.⁹¹

Dari penjelasan informan tersebut mengenai faktor penghambat berwirausaha melalau media sosial facebook dapat disimpulkan yaitu pengaruh jaringan, apabila jaringan tidak stabil maka suli

⁸⁹ Reli Kusmanto, *Wawancara*, tanggal 08 Mei 2021.

⁹⁰ Putri Kirana, *Wawancara*, tanggal 08 Mei 2021.

⁹¹ Muhammad Solihin, *Wawancara*, tanggal 15 Mei 2021.

memposting usaha mereka, ke facebook dan juga bisa terjadi lewat pembatalan pembelian tanpa adanya konfirmasi.

C. HASIL PENELITIAN

Media sosial facebook merupakan salah satu media sosial yang banyak diminati oleh masyarakat. facebook merupakan sebuah aplikasi berbagai konten visual yang memungkinkan pengguna mengambil foto dan vidio singkat. Facebook juga memiliki fitur-fitur diantaranya story, sharing, grup dagang dan marketplace, facebook juga merupakan salah satu jenis media sosial yang dapat berinteraksi dengan sesama pengguna dengan saling meminta pertemanan, memberi like atau berkomentar. Facebook sekarang ini sangat banyak digunakan untuk sarana berwirausaha atau berbisnis online dengan menjual berbagai macam produk seperti pakaian, kesehatan, produk kecantikan dan lain-lain. Pembelian online adalah proses dimana konsumen secara langsung membeli barang-barang, jasa dan lain-lain dengan menggunakan media sebagai alatnya dan facebook juga dilengkapi dengan grup khusus bagi pengusaha bisnis online. Media sosial facebook termasuk media sosial yang tingkat pertemanannya sangat luas sehingga dapat dijadikan sebagai wadah untuk berwirausaha dengan cara melakukan promosi bisnis online, tak menutup kemungkinan media sosial facebook sangat berperan penting bagi pengusaha-pengusaha yang ingin mempromosikan barang atau produk dengan adanya media sosial facebook

ini dapat memudahkan pemasaran suatu barang atau produk. Ada beberapa hasil wawancara penulis tentang peran media sosial facebook sebagai sarana berwirausaha :

1. Peran Media Sosial Sebagai Sarana dalam berwirausaha

Media sosial facebook juga berperan sebagai sarana berwirausaha, dengan melakukan promosi bisnis online dan dapat memanfaatkan media sosial facebook sebagai lahan penghasilan dan sekaligus mencari konsumen. Sebagaimana yang telah disampaikan Reli Kusmanto selaku pelaku bisnis online di media sosial facebook menyatakan bahwa:

“Media sosial facebook sangat berperan penting saat mempromosikan barang atau produk secara univesal atau meluas dan dapat dilihat oleh seluruh pengguna media sosial facebook, dan di facebook kita juga dapat bernegosiasi harga dan jangkauan pertemananya luas sehingga berwirausaha di media sosial facebook dapat lebih mudah dan simpel”.

Berdasarkan pernyataan di atas Putri Kirana selaku pelaku bisnis online di media sosial *facebook* mengaku bahwa *facebook* dapat dijadikan sebagai sarana untuk promosi bisnis online karena *facebook* mempunyai jangkauan pertemanan yang luas.

Hal yang sama di ungkapkan Nur Aufah Nafisah Sari selaku pelaku bisnis online di media sosial *facebook* menyatakan bahwa:

“media sosial facebook dapat memperluas jangkauan konsumen dan media sosial facebook juga sebagai wadah untuk mencari pelanggan dan reseller, di facebook juga bisa membuat strategi pemasaran produk sehingga dapat laku terjual”.

Berdasarkan pernyataan di atas Nur Aufah Nafisah Sari selaku pelaku bisnis online di media sosial *facebook* mengaku bahwa *fecabook* dapat memperluas jangkauan konsumen.

Hal yang sama di ungkapkan Agus Setiawan selaku pelaku bisnis online di media sosial facebook menyatakan bahwa:

“Media sosial facebook membantu dalam mempromosikan produk karena postingan dapat dilihat siapa saja dan dijangkau oleh orang-orang yang diluar sana karena media sosial facebook termasuk salah satu media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat selain itu media sosial facebook juga mempunyai fitur-fitur yang membantu untuk berkreasi memposting produk-produk sehingga dapat membangun jiwa kewirausahaan.”

Berdasarkan pernyataan di atas Agus Setiawan selaku pelaku bisnis online di media sosial facebook mengaku bahwa facebook dapat membantu mempromosikan produk kerena facebook dilengkapi fitur yang membantu berkreasi.

Hal yang sama di ungkapkan Muhammad Solihin selaku pelaku bisnis online di media sosial *facebook* menyatakan bahwa:

“Dengan adanya media sosial facebook pengusaha dapat promosi barang atau produk dan menawarkan kepada calon konsumen meskipun berjarak jauh dan juga membagikan informasi lebih cepat sehingga memudahkan pengusaha bisnis online menemukan konsumen yang dapat ditawarkan produk-produk dan besar

kemungkinan dapat meningkatkan jiwa entrepreneurship, bagi pelaku bisnis online di media sosial facebook”.

Berdasarkan pernyataan di atas Muhammad Solihin selaku pelaku bisnis online di media sosial *facebook* mengaku bahwa *facebook* dapat dijadikan sebagai sarana promosi prroduk dan menawarkan produk kepada konsumen dengan cepat.

Hal yang sama di ungkapkan Putri Kirana selaku pelaku bisnis online di media sosial facebook menyatakan bahwa:

“Sangat berperan karena media sosial facebook merupakan media sosial dengan pengguna terbanyak seperti mahasiswa, siswa dan masyarakat yang bisa saja digunakan sebagai promosi bisnis dan juga toko-toko khusus barang online yang bisa menggunakan media sosial facebook untuk mempromosikan produk atau barang sehingga dapat sampai di masyarakat atau Mahasiswa dan bagi Mahasiswa dapat pula berwirausaha melalui media sosial facebook”.

Berdasarkan pernyataan di atas Putri Kirana selaku pelaku bisnis online di media sosial *facebook* mengaku bahwa *facebook* dapat digunakan dalam promosi bisnis dan bukan hanya mahasiswa saja toko khusus online pun dapat menggunakannya agar produk sampai di masyarakat.

1. Seberapa Efektif Media Sosial Facebook Sebagai Platform atau Wadah bagi Para Pelaku usaha

Berdasarkan hasil observasi dan pengamatan kami tentang pelaku usaha yang memanfaatkan media sosial facebook sebagai sarana mereka

dalam berwirausaha dapat diketahui terdapat 15 pelaku usaha tepatnya di kabupaten rejang lebong yang akan diteliti dalam penelitian ini. Maka peneliti menetapkan Populasinya sebanyak 15 orang dan menarik sampel sejumlah 5 orang.

Informasi mengenai 15 pelaku usaha disajikan dalam tabel berikut:

Tabel I : Informasi pemilik 15 Usaha.

No.	Nama	Umur Tahun (Tahun)	Usaha	Lama Usaha Berdiri
1.	Reli Kusmanto	32 Tahun	Kelontongan	6 Tahun
2.	Putri Kirana	21 Tahun	Bisnis Online	5 Tahun
3.	Nanas	21 Tahun	Skin Relieve 12	4 Tahun
4.	Agus Setiawan	25 Tahun	Bakso Mas Bewok	1 Tahun
5.	M. Solihin	21 Tahun	Jasuke	5 Bulan
6.	Siti Soleha	22 Tahun	Bisnis Online	2 Tahun
7.	Susanti	22 Tahun	Kuliner	1,5 Tahun
8.	Diana	23 Tahun	Bisnis Online	1 Tahun
9.	Dwifha Adiatma	21 Tahun	Kuliner	2 Tahun
10.	Redo Efendi	22 Tahun	Elektronik	3,5 Tahun

11.	Yulia	26 Tahun	Bakery and Cake Ulah	4 Tahun
13.	Yuli Aryani Putri	42 Tahun	Produk Morlife	5 Tahun
14.	Raja (Ucok)	34 Tahun	Kuliner	2 Tahun
15.	Astina	21 Tahun	Bisnis Online	1,5 Tahun

Data hasil wawancara kepada sebelas orang informan, pemilik Usaha telah kami kumpulkan dan rangkum dalam tabel berikut :

Tabel 2 : Hasil wawancara lima belas orang informan pemilik usaha

Informan	Dampak Pandemi Covid- 19 Terhadap Usaha	Media Sosial Yang Digunakan	Promosi Yang Telah Dilakukan	Penjualan Setelah Melalui Media Sosial	Pendapat Mengenai Pemasaran Melalui Media Sosial (Facebook)	Seberapa Optimal Platform Media Sosial Facebook
1.	Lumayan sangat terasa karena dengan adanya virus covid 19 yang ketoko pun	Facebook	Memposting barang usaha setiap hari ke facebook	Penjualan pun bisa sangat meningkat dikarenakan lebih cepat	Sangat Efektif	Sangat Optimal

	tidak bisa ramai			diketahui oleh peminat		
2.	Ngak terlalu terasa karena hampir banyak pembeli dari chatingan facebook dan sedikit yang langsung kelokasi	Facebook	Memposting barang usaha setiap hari ke facebook	Sangat menguntungkan karena cukup memposting barang atau produk bisa cepat mendapatkan peminat jika cocok deal langsung pengantaran	Sangat Efektif	Sangat Optimal Sekali
3.	Sedikit terasa namun masih bisa stabil dengan diimbangi dengan pemesanan	Facebook	Memposting barang usaha setiap hari ke facebook	Terjadinya peningkatan walaupun pendapatan dari hari kehari naik turun tapi sangat terbantu	Sangat Efektif	Sangat Optimal Sekali

	lewat media sosial facebook					
4.	Lumayan terasa karena dengan adanya covid 19 omset penjualan sangat terasa menurun	Facebook	Memposting barang usaha setiap hari ke facebook	Alhamdulillah lewat media sosial terutama fb laun lambat omset penjualan bisa kembali stabil		

5.	<p>Ngak terlalu terasa karena hampir semua tranksaksi lewat pengantaran lansung dan peminatnyapun masih sama</p>	Facebook	<p>Memposting barang usaha setiap hari ke facebook</p>	<p>Melalui media sosial omset penjualan makin lama makin meningkat baik pemasukan maupun peminat walaupun masih terjadinya naik turun</p>	Sangat Efektif	
----	--	----------	--	---	----------------	--

6.	<p>Ngak terlalu terasa karena hampir banyak pembeli dari chatingan facebook dan sedikit yang langsung kelokasi</p>	Facebook	<p>Memposting barang usaha setiap hari ke facebook</p>	<p>Alhamdulillah lewat media sosial sebagai sarana kami berwirausaha menjadikan kami lebih mudah dalam memasarkan produk yang kami jual</p>	Sangat Efektif	Sangat Optimal
7.	<p>Ngak terlalu terasa</p>	Facebook	<p>Memposting barang usaha setiap hari ke facebook</p>	<p>Lewat media spsial kini dalam lebih mudah dalam memasarkan produk dan cepat untuk mendapatkan peminat</p>	Sangat Efektif	Sangat Optimal

8.	Lumayan terasah karena banyak pembeli yang jarang datang kelokasi sehingga timbulnya suasana sepi	Facebook	Memposting barang usaha setiap hari ke facebook	Kini dengan media sosial facebook bisa dijadikan sebagai sarana atau platform bagi kami dalam berwirausaha	Sangat Efektif	Sangat Optimal
9.	Tidak terlalu berdampak, dikarenakan yang membeli juga kebanyakan delivery dan yang datang kelokasi langsung pun orang orang terdekat	Facebook	Memposting barang usaha setiap hari ke facebook	Untuk pemasaran lewat media sosial jauh lebih banyak peminat (laris)	Sangat Efektif Dan lebih mudah dalam proses transaksi dan lebih praktis dan bisa disertai foto setiap harinya	Sangat Optimal karena hanya lewat media sosial terutama fb kita bisa lebih cepat berinteraksi Dan bisa meningkatkan penjualan

10.	Ngak terlalu terasa	Facebook	Memposting barang usaha setiap hari ke facebook	Lewat media sosial facebook memudahkan kami dalam memasarkan produk dan dalam menjangkau banyaknya peminat dibandingkan tidak menggunakan media sosial	Sangat Efektif	Sangat Optimal
11.	Ngak terlalu terasa	Facebook	Memposting barang usaha setiap hari ke facebook	Alhamdulillah lewat media sosial terutama fb laun lambat omset penjualan bisa kembali stabil	Sangat Efektif	Sangat Optimal

12.	Lumayan terasah karena banyak pembeli yang jarang datang kelokasi sehingga timbulnya suasana sepi	Facebook	Memposting barang usaha setiap hari ke facebook	Sangat menguntungkan karena cukup memposting barang atau produk bisa cepat mendapatkan peminat jika cocok deal langsung pengantaran	Sangat Efektif	Sangat Optimal
13.	Ngak terlalu terasa	Facebook	Memposting barang usaha setiap hari ke facebook	Untuk pemasaran lewat media sosial jauh lebih banyak peminat (laris)	Sangat Efektif	Sangat Optimal

14.	Ngak terlalu terasa	Facebook	Memposting barang usaha setiap hari ke facebook	Lewat media sosial terutama facebook penjualanpun bisa sangat meningkat cukup dengan tanya jawab sedikit, cocok langsung deal	Sangat Efektif	Sangat Optimal
15	Lumayan terasah karena banyak pembeli yang jarang datang kelokasi sehingga timbulnya suasana sepi	Facebook	Memposting barang usaha setiap hari ke facebook	Alhamdulillah lewat media sosial terutama fb laun lambat omset penjualan bisa kembali stabil	Sangat Efektif	Sangat Optimal

Informasi dari hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwa pelaku usaha atau wirausaha masing – masing dari mereka memanfaatkan atau menjadikan media

sosial Facebook sebagai sarana bagi mereka untuk berwirausaha atau melakukan promosi barang yang mereka pasarkan. Dan permasalahan utama pelaku usaha sekarang yakni dalam masa pandemi COVID-19 yang mana pada saat ini semua pelaku usaha tengah terkena dampak ekonomi yakni mengalami penurunan dalam penjualan maupun permintaan produk barang atau jasa dari konsumen. Promosi yang dilakukan 15 wirausaha saat ini rata-rata masih melalui promosi yang sangat tinggi menggunakan media sosial yang salah satunya yaitu facebook, diakrenahkan pada masa Covid-19 ini masyarakat di perintahkan oleh pemerintah untuk tidak melakukan kerumunan yang nantinya bisa menjadi penyebaran Virus Covid-19 tersebut maka dari itu pada saat ini media sosial sangat berguna sebagai platform bagi pelaku wirausaha dalam mengoptimalkan usaha mereka.⁹²

Salah satu strategi dalam pemasaran produk yang dilakukan para pelaku wirausaha dalam masa pandemi saat ini adalah dengan memanfaatkan media sosial sehingga jangkauan promosi produk atau jasa menjadi lebih luas. Di masa pandemi COVID-19 seperti saat ini, media sosial adalah platform yang paling banyak diakses oleh semua orang. Selain itu, dalam pengaksesan media sosial dapat dengan mudah dilakukan oleh semua kalangan dari kalangan tua hingga kalangan muda. Sehingga, dengan melakukan promosi yang lebih kiat lagi di media sosial tentunya dapat meningkatkan pemasaran walaupun hasil promosi

⁹²Zainal Abidin Acmad, Thareq Zendo Azhari, Wildan Naufal Esfandiar, “ *Pemanfaatan Media Sosial dalam Pemasaran Produk UMKM di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik*”, no. 1(2020): 24.

penjualan yang dilakukan belum meningkat secara signifikan mengingat jangka waktu pengaplikasian yang masih terbilang pendek.

Media sosial yang bisa digunakan tersebut bisa berupa Facebook, Whatsapp, maupun Instagram. Melalui media sosial ini pelaku wirausaha menyatakan perasaan mereka bahwa dengan menggunakan media sosial pada awal mula era Covid-19 sampai sekarang sangat optimal dan efektif dikarenakan caranya mudah, tidak ribet, cepat bahkan bisa berakibatkan meminimalkan tingkat penyebaran Covid-19.

Para pelaku wirausaha menggunakan facebook karena dirasa mudah untuk sebagian pelaku wirausaha. Selain itu, ada pula yang belum menggunakan social media dikarenakan adanya kendala seperti tidak mempunyai handphone android yang memadai dan karena kendala usia sehingga kurang paham dalam menggunakan media sosial.

Secara keseluruhan pelaku wirausaha mempromosikan barang atau jasa hasil jualannya dengan menawarkan secara langsung ke orangnya karena cara tersebut dirasa mudah, murah dan baik produsen maupun konsumen dapat secara langsung melihat produk yang dijual sehingga dapat menimbulkan kepercayaan diantara keduanya dibandingkan dengan menggunakan social media yang sebelumnya kita belum tahu produk aslinya seperti apa. Selain itu, ada juga pelaku wirausaha yang menggunakan aplikasi Facebook WhatsApp maupun Instagram untuk melakukan promosi. Namun, ketika adanya pandemi COVID-19 yang terjadi pada saat ini

membuat cara promosi pelaku wirausaha berubah, cara promosi dari orang ke orang dirasa tidak efektif lagi dikarenakan adanya kebijakan jaga jarak fisik yang bertujuan untuk meminimalisir adanya penyebaran COVID-19 yang makin meluas. Sehingga banyak masyarakat beralih menggunakan platform media sosial dalam mencari informasi barang atau jasa yang ditawarkan. Semenjak adanya pandemi COVID-19, semua orang dituntut untuk melakukan adanya jaga jarak fisik (*physical distancing*) sehingga tidak memungkinkan bagi para pelaku usaha untuk melakukan cara promosi produk melalui orang ke orang secara langsung. Maka dari itu, perlu adanya strategi pemasaran yang baru agar usaha yang dijalani bisa bertahan di masa pandemi COVID-19. Beragam platform telah banyak disediakan, seperti facebook, twitter, Instagram dan lain sebagainya.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian-uraian pada bab hasil penelitian dan pembahasan maka penulis dapat mengemukakan simpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan sebagai berikut:

1. Peran media facebook sebagai sarana berwirausaha atau bisnis online yaitu facebook dilengkapi dengan fitur-fitur yang dapat membatu mempromosikan produk atau barang dengan efektif dan dapat memperluas jangkauan konsumen, sehingga dapat dimanfaatkan sebagai sarana untu berwirausaha dan dengan melakukan promosi bisnis online di media sosial facebook.

2. Peran media facebook dalam berwirausaha menerapkan jiwa-jiwa kewirausahaan yang semestinya dimiliki oleh pelaku pada umumnya yaitu memiliki jiwa tanggung jawab, tepat waktu dan juga mempunyai jiwa inspirasi. Sebagaimana yang diterapkan di hasil penelitian, bahwa pelaku usaha yang memanfaatkan media sosial facebook sebagai sarana berwirausaha dapat bertanggung jawab atas produk yang di promosikan di media facebook lalu disiplin waktu dan juga mampu menginspirasi calon konsumen yang ada di media facebook

B. Saran

Dari penelitian yang dilakukan penulis, mengenai “Optimalisasi Platform Media Sosial Facebook Sebagai Sarana Berwirausaha”. Adapun manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini antara lain adalah :

1. Diharapkan pada pelaku usaha atau wirausahawan agar memanfaatkan media sosial sebagai ajang penghasilan dengan cara berbisnis online.
2. Diharapkan bagi pengusaha atau masyarakat pada umumnya yang belum menggunakan media sosial facebook sebagai sarana promosi bisnis online mungkin bisa memanfaatkan media sosial tersebut agar dapat menambah konsumen dan bisa dijadikan sebagai lahan pekerjaan.
3. Diharapkan kepada peneliti berikutnya agar dapat mengembangkan pemnahasan dan materi mengenai optimalisasi platform media sosial facebook ini agar nantinya media sosial facebook dapat menjadi wadah yang lebih efektif dan lebih optimal dalam berwirusaha. Dan begitu juga dengan media sosial lainnya selain media sosial facebook ini.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Anwar, Desy. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Terbaru Dilengkapi Pedoman Umum*

Arikunto, Suharsimi. 2002 *Prosedur Penelitian*, Jakarta : Rineka Cipta

Arikunto, Suharsimin . 1998, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta :
Rineka Cipta 1998

As'ad, Moh. 2002, *Psikologi Industri*, Yogyakarta: Liberty

Bastian, Indra. 2007, *Metodelogi Penelitian Sosial*, Yogyakarta : Erlangga

Fitrah Mubaraq, Dinul. *AnalisisTeks Media*, Sulawesi Selatan, IAIN Pare – Pare
Nusantara Press

Fitrah Mubaraq, Dinul. *AnalisisTeks Media*, Sulawesi Selatan, IAIN Pare – Pare
Nusantara Press *Ejaan Bahasa Indonesia*, Surabaya: Amelia

Hadi, Amirul. Dkk. 1998, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Bandung : Pustaka Setia

Helianthsonfri, Jefferly. 2016 *”Facebook Marketing*

Hoover Edwin, 2008, *Facebook*, Bandung : Rajawali Persada

Husaini, Usman. dan Purnomo, Setiady. 2008 *Metodelogi Penelitian Sosial*, Jakarta :
Bumi Aksara

- Ismail, Ilyas. 2016 “*Menggagas Paradigma Baru Dakwah Era Milenial*” Kencana : Prenada Media
- J Moleong, Lexy. 2007 *Metode Penelitian Kualitatif: Edisi Revisi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- J Moleong, Lexy. 2010, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya
- Kriyatono, Rahmat. 2009, “Pengantar” dalam Burhan Bungin, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* Edisi Pertama Cet. V Jakarta: Kencana
- Liliweri, Allo. 2017, “*Komunikasi antar personal*”, Jakarta : Prenada Media
- Mahdi, Adnan dan Mujahidin. 2014, *Panduan Penelitian Praktis Untuk Menyusun Skripsi, Tesis, dan Disertasi*, Bandung : Alfabeta
- Mamik. 2017, *Manajemen Mutu Pelayanan Kesehatan Dan kebidanan*”, Sidoarjo : Zifatama Jawara
- Mandalis. 1993, *Metode Penelitian Proposal*, Jakarta: Bumi Aksara, *Methodologi Pengajaran*, Bandung: Tarsito
- Mukhtar. 2013, *Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif*, Jakarta : Referensi GP Press Group
- Muri, Yusuf. 2016, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan Penelitian Gabungan*, Jakarta: Prenada Media

- Narbuko, Cholid. dan Abu, Achmadi. 2007 *Metodologi Penelitian* Jakarta : Bumi Aksara,
- Nasrullah, Rulli. 2017, *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Ssioteknologi*, Bandung : Remaja Rosdakarya
- Nasution. 2020, *Metedo Research*, Jakarta : Bumi Aksara
- Nurin Fajarudin, Mokhammad. 2020, " *Media sosial identitas Transformasi dan tantangannya*
- Prasetyo, Teguh. 2011, *Keadilan Bermarmatabat perspektif teori hukum*, Yogyakarta, Setara Press 2011 VIII
- Purnama, Hadi. 2011, *Media Sosial Di Era Pemasaran 3.0 Corporate and Marketing Communication*, Jakarta : Pusat studi Komunikasi dan Bisnis
- Pusat Bahasa. 2008, *Kamus besar bahasa indonesia (Edisi ke Empat)*, (Jakarta : PT, Gramedia Pustaka Utama
- Rosita, Osa. 2009, " *Sejarah Sosial Media*", Yogyakarta : Jalasutra
- Siringoringo, Hotniar. " *Program Linear : Seri Teknik Riset Operasi*, Yogyakarta : Graha Ilmu
- Subagiyo, P Joko. 2004, *Metode Penelitian*, Jakarta : Rineka Cipta
- Sugiyono. 2008, *Metode Penelitian Pendekatan Kualitatif*, Jakarta : Alfabeta
- Sulianta, Feri. 2015 Dominikus Juju, *Data Mining Meramalkan Bisnis Perusahaan*, Jakarta:Elex Media Komputindo

Surakhmad, Winarno. 2009, *Pengantar Interaksi Mengajar-Belajar Dasar dan Teknik*

Susi Wardhani, Rulyanti. 2020, "*Tata Kelola Perguruan Tinggi*" Surabaya : Scopindo
Media Pustaka

Yusuf Hamali, Arif. 2017, *Pemahaman Kewirausahaan*, Jakarta : Prenada Media

Yusuf Hamali, Arif. 2019, "*Pemahaman Praktis Administrasi, Organisasi, dan
Manajemen Strategi Mengelola Kelangsungan Hidup Organisasi*", Jakarta :
Prenada Media

Jurnal :

Untung Rahardjah, 2020 "*TMJ (Technomedia Journal) Vol. 5 No.1*

La Moriansyah, "*Pemasaran Melalui Media Sosial: Antecedents Dan Consequences*",

Nugrahani, F. 2017, *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, vol.19 no.3

R.Indika, Deru. dan Cindy, Jovita. 2017, "*Media Sosial Instagram Sebagai Sarana
Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen*", *Jurnal Bisnis Terapan*,
vol.01 no.01

Skripsi :

Nuning Kurniasih, "*Optimalisasi Penggunaan Media Sosial untuk Perpustakaan*",
*Dalam Prosiding Makalah Seminar Nasional Komunikasi, Informasi, dan
Perpustakaan di Era Global*, [Skripsi]. Program Studi Ilmu Perpustakaan
Fakultas Ilmu Komunikasi

Web :

<https://kkbi.web.id/dokumentasi>. Diakses pada tanggal 13 Maret 2021, Pukul 09.25

(<http://repository.usu.ac.id/bitstream/3/Chapter%20II.pdf>) Diakses pada tanggal 10 Juni 2016 Pukul 11.46

(<http://thesis.binus.ac.id/doc/Bab2/2012-1-00531-MTIF%202.pdf>) Diakses pada tanggal 10 Juni 2016 Pukul 12.41.

<http://id.wikipedia.org/wiki/mediasosial>

<http://www.bimbingan.org/pengertian-media-sosial-menurutahli.html>

Permendiknas No. 24 tahun 2007, “*Standar Sarana dan Prasarana tahun*”

**L
A
M
P
I
R
A
N**

- **Lampiran**

- A. Dokumentasi**

Gambar 1. Pelaksanaan Wawancara Pelaku Wirausaha Yang Memanfaatkan Media Sosial Facebook Sebagai Sarana Berwirausaha.



Sumber : Dokemtasi wawancara, Tanggal 08 Mei 2021.



Sumber : Dokemtasi wawancara, Tanggal 10 dan 13 Mei 2021.



Sumber : Dokemtasi wawancara, Tanggal 15 Mei 2021

B. Pedoman Wawancara

1. Bagaimana pendapat anda mengenai pemanfaatan media sosial facebook sebagai sarana berwirausaha ?
2. Seberapa sering anda menggunakan dan memanfaatkan media sosial facebook sebagai sarana anda dalam berwirausaha ?
3. Apakah dengan hadirnya media sosial facebook dapat membantu anda dalam berwirausaha ? Baik postingan anda lewat halaman pribadi (Beranda) ataupun di setiap group jual beli yang ada ?
4. Dengan berbagai macam kelebihan – kelebihan yang ada pada media sosial facebook, apa saja yang anda rasakan dalam memudahkan anda untuk berwirausaha ?
5. Bagaimana cara yang baik dan benar menurut anda dalam memasarkan atau menjalankan usaha lewat media sosial facebook ?
6. Apa saja yang menjadi faktor penghambat dalam memanfaatkan media sosial facebook sebagai sarana berwirausaha ?



IAIN CURUP

KARTU KONSULTASI PEMBIMBING SKRIPSI

NAMA : Fery Fadli
 NIM : 17521024
 FAKULTAS : Fakultas Ushuludin Adab dan Dakwah
 PEMBIMBING I : Dr. Idris Warsah, M.Pd.1
 PEMBIMBING II : Anindia MA
 JUDUL SKRIPSI : Optimalisasi Platform media sosial Facebook sebagai sarana perwiransa

* Kartu konsultasi ini harap dibawa pada setiap konsultasi dengan pembimbing 1 atau pembimbing 2;

* Dianjurkan kepada mahasiswa yang menulis skripsi untuk berkonsultasi sebanyak mungkin dengan pembimbing 1 minimal 2 (dua) kali, dan konsultasi pembimbing 2 minimal 5 (lima) kali dibuktikan dengan kolom yang di sedakan;

* Agar ada waktu cukup untuk perbaikan skripsi sebelum diujikan diharapkan agar konsultasi terakhir dengan pembimbing dilakukan paling lambat sebelum ujian skripsi.



IAIN CURUP

KARTU KONSULTASI PEMBIMBING SKRIPSI

NAMA : Fery Fadli
 NIM : 17521024
 FAKULTAS : Fakultas Ushuludin Adab dan Dakwah
 PEMBIMBING I : Dr. Idris Warsah, M.Pd.1
 PEMBIMBING II : Anindia MA
 JUDUL SKRIPSI : Optimalisasi Platform media sosial Facebook sebagai sarana perwiransa

Kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diajukan untuk ujian skripsi IAIN Curup.

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Idris Warsah M.Pd.1

Anindia MA

NIP. 1975041520050 11009

NIP. ~~160802016~~ 160802016



IAIN CURUP

NO	TANGGAL	Hal-hal yang Dibicarakan	Paraf Pembimbing I	Paraf Mahasiswa
1	09/10/2021	Konsultasi Bab I		
2	14/10/2021	Konsultasi Bab I - II		
3	16/10/2021	Layout konsultasi bab II		
4	25/10/2021	ACC Ujian Skripsi		
5				
6				
7				
8				



IAIN CURUP

NO	TANGGAL	Hal-hal yang Dibicarakan	Paraf Pembimbing II	Paraf Mahasiswa
1	04/10/2021	Pembatan tentang teknik menulis Bata.		
2	09/10/2021	Daftar Pustaka yg benar beda halaman		
3	24/10/2021	Penambahan tentang face book sebagai sarana komunikasi		
4	26/10/2021	ACC Bab 1, 2, 3		
5	30/10/2021	Bab IV - Analisis		
6	18/10/2021	Bab V - Kesimpulan saran		
7	22/10/2021	lulus ACC Ujian Skripsi		
8				