

## Pemanfaatan Media Online Terhadap Pengembangan Usaha Masyarakat Di Kecamatan Kota Bahagia Aceh Selatan

<sup>1</sup>Nelly Junaidi, <sup>2</sup>Khairul Habibi, <sup>3</sup>Rusnawati, <sup>4</sup>Fatimah

<sup>1,2,3,4</sup>Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

<sup>1</sup>nellyjunaidi97@gmail.com, <sup>2</sup>khairul.habibi@ar-raniry.ac.id,

<sup>3</sup>rusnawati@ar-raniry.ac.id, <sup>4</sup>fatimah@ar-raniry.ac.id

### Abstract

*This article examines the use of online media for community business development in Kota Bahagia Aceh District. Utilizing Online Media as a sales tool for community business development helps online sellers in Happy City because of Using online media, online sellers can market their business without limits so that online sellers can attract customers more. The aim of this research is to find out to what extent the benefits that Online Media brings to mass businesses in Kota Bahagia District. To answer this problem, the author using field research with qualitative research methods which is descriptive in nature, the data collection technique in this research is by means of observation, interviews, documentation and analysis techniques. Research result shows that the use of online media as a sales tool is very important helping online sellers in Kota Bahagia District, South Aceh market their merchandise. By using Online Media for sellers online in Kota Bahagia District can cover a very large area wide so that sales can reach consumers more, making online sales very effective for done.*

**Keywords:** Online Media; Business; Society

### Abstrak

Artikel ini mengkaji pemanfaatan media online terhadap pengembangan usaha masyarakat di Kecamatan Kota Bahagia Aceh. Memanfaatkan Media Online sebagai sarana penjualan terhadap pengembangan usaha masyarakat sangat membantu para penjual online di Kota Bahagia di karenakan dengan menggunakan Media Online, para penjual online dapat memasarkan usahanya tanpa batas sehingga dengan demikian penjual online dapat menarik pelanggan lebih banyak. Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui seberapa jauh manfaat yang di timbulkan oleh Media Online terhadap usaha masyarakat di Kecamatan Kota Bahagia. Untuk menjawab permasalahan tersebut penulis menggunakan jenis penelitian field research dengan metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif, teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan cara obseravasi, wawancara, dokumentasi dan teknik analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pemanfaatan Media Online sebagai sarana penjualan sangat membantu penjual online di Kecamatan Kota Bahagia Aceh Selatan dalam memasarkan dagangannya. Dengan menggunakan Media Online para penjual online di Kecamatan Kota Bahagia dapat pencangkup area wilayah yang sangat luas sehingga dengan demikian penjualan tersebut dapat menjangkau konstumer lebih banyak sehingga menjadikan penjualan secara online sangat efektif untuk dilakukan.

**Kata Kunci:** Media Online; Usaha; Masyarakat

## PENDAHULUAN

Media Online adalah suatu hasil dari pengembangan internet, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan lainnya. Media Online merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat story (status) pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi satu sama lainnya. Media Online yang sering di gunakan seperti Whatsapp, Instagram, Facebook, Line, Youtube yang menjadi ranah baru bagi masyarakat Indonesia saat ini. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media broadcast, maka Media Online menggunakan internet. Media Online mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas. Perkembangan media sosial dalam beberapa tahun belakangan ini telah menunjukkan grafik peningkatan yang signifikan.

Pada era modernisasi seperti sekarang, semua tergantung pada teknologi, dan salah satu hasil dari teknologi adalah internet, yang banyak mengandung situs di dalamnya, termasuk situs Media Online. Pada saat ini pemanfaatan perkembangan teknologi informasi banyak sekali digunakan untuk mengembangkan bisnis baik dari perusahaan maupun dari individu. Yaitu teknologi informasi berbasis jejaring sosial yang banyak dimanfaatkan untuk pengembangan bisnis. Media online yang saat ini menjadi tren anak-anak muda mengekspresikan diri menjadi peluang besar sebagai media iklan maupun promosi bisnis. Media Online seperti Facebook dan lain sebagainya sekarang banyak dimanfaatkan untuk media bisnis, terutama produk-produk yang sudah ternama.

Dengan internet dapat memberikan efisiensi anggaran pemasaran, internet memiliki jangkauan yang luas, akses mudah dan biaya murah.

Hal ini terbukti dengan banyaknya usaha yang mencoba menawarkan berbagai macam produk menggunakan media tersebut. Media Online dapat dilihat sebagai fasilitator online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial. Media Online memang begitu diminati untuk mengembangkan bisnisnya, media online mempunyai pengaruh yang terbilang sangat besar dikarenakan masyarakat lebih cepat menerima informasi lewat internet.

Dengan akses yang mudah dan cepat hal ini dimanfaatkan oleh para pengusaha untuk mempromosikan produk produknya karena jaringan internet sangat luas dan tidak ada batasan waktu dan wilayah menjadi media pemasaran yang efektif untuk pengusaha. Oleh karena itu Media Online dapat dijadikan sebagai alat untuk mengembangkan usaha atau bisnis yang bertujuan mempromosikan usaha- usahanya. Dan pada saat ini banyak Media Online yang dapat digunakan untuk mempromosikan usahanya, Media Online pada saat ini menjadi lading keuntungan untuk berjualan secara online. Karna Media Online menjadi alat pengguna untuk berbagi.

Di Aceh Selatan terdapat suatu Kecamatan yang disebut dengan Kecamatan Kota Bahagia, daerah ini adalah hasil dari pemekaran dari Kecamatan Bakongan yang berada di kabupaten Aceh Selatan. Di Kecamatan Kota Bahagia tersebut Media Online begitu diminati oleh banyak kalangan di masyarakat tersebut. Mulai dari orang tua, remaja bahkan sampai anak-anak sekalipun

sudah memiliki yang namanya Media Online. Hampir semua masyarakat di Kecamatan Kota Bahagia berkecimpung di dunia Media Online. Hal tersebut seolah-olah tidak mau ketinggalan dengan orang lainnya yang juga menggunakan Media Online.

Namun sebagian masyarakat di Kota Bahagia yang menggunakan Media Online tersebut guna sebagai sarana untuk mempromosikan usahanya yang di manfaatkan untuk menghasilkan penambahan ekonomi kehidupan. Ada banyak usaha-usaha yang di pasarkan melalui Media Online karena mayoritas masyarakat di Kecamatan Kota Bahagia sudah banyak yang menggunakan Media Online. Namun masih ada masyarakat yang kurang mengerti dengan pemanfaatan Media Online untuk memasarkan usahanya, mereka masih melakukan pemasaran secara tradisional yaitu dengan memasarkan produk langsung kepada konsumen yang hanya mempunyai cakupan wilayah yang masih kecil. Biasanya adalah pelaku usaha di kalangan orang tua yang belum mengetahui tentang pemasaran online.

Dengan menggunakan Media Online para penggunanya dapat mengakses berbagai informasi dengan jangkauan wilayah yang sangat luas. Hal ini yang dilakukan oleh para pelaku usaha dalam melakukan aktifitasnya misalnya dengan melakukan penjualan secara online. Begitu juga dengan para pembeli yang tidak sempat ke pasar untuk mencari suatu keperluannya dapat dengan mudah mencari apa saja yang diinginkan cukup dengan cara mengakses lewat Media Online saja. Ukuran keberhasilan dari pelaku adalah mampu memberikan kepuasan terhadap konsumen yang menerima produk yang di promosikan di media sosial tersebut.

## KAJIAN KONSEPTUAL

### A. Definisi Media Online

Media Online atau disebut Digital Media adalah media yang tersaji secara online di internet. Pengertian Media Online dibagi menjadi dua pengertian yaitu secara umum dan khusus:

Secara umum Media Online merupakan segala jenis atau format media yang hanya bisa diakses melalui internet berisikan teks, foto, video, dan suara. Dalam pengertian umum ini, Media Online juga bisa dimaknai sebagai sarana komunikasi secara online. Dengan pengertian Media Online secara umum ini, maka email, mailing list (milis), Website, Blog, Whatsapp, dan Media Online (Sosial Media) masuk dalam kategori Media Online. Namun secara khusus, Media Online diartikan media yang menyajikan karya jurnalistik (berita, artikel, feature) secara online. Media adalah singkatan dari media komunikasi massa dalam bidang keilmuan komunikasi massa mempunyai karakteristik tertentu, seperti publisitas dan periodisitas.

Menurut Soeparno & Sandra dalam Mulawarman & Aldila Dyas Nufitri bahwa Media Online merupakan sebuah revolusi besar yang mampu mengubah perilaku manusia dewasa ini, dimana relasi pertemanan serba dilakukan melalui medium digital—menggunakan media baru (internet) yang dioperasikan melalui situs-situs jejaring sosial. Realitas menjadi bersifat augmented dan maya yang harus diadaptasi dan diintegrasikan dalam kacamata kajian psikologi sosial kontemporer yang ubiquitous (ada dimana-mana) serta pervasive (dapat menembus berbagai bidang ilmu dan kajian).

Menurut Van Dijk dalam Rulli Nasrullah Media Online adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai fasilitator online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.

Pesatnya perkembangan Media Online kini dikarenakan semua orang seperti bisa memiliki media sendiri. Jika untuk memiliki media tradisional seperti televisi, radio, atau koran dibutuhkan modal yang besar dan tenaga kerja yang banyak, maka lain halnya dengan media ini. Seorang pengguna media sosial bisa mengakses menggunakan Media Online dengan jaringan internet bahkan yang aksesnya lambat sekalipun, tanpa biaya besar, tanpa alat mahal dan dilakukan sendiri tanpa karyawan. Pengguna Media Online dengan bebas bisa mengedit, menambahkan, memodifikasi baik tulisan, gambar, video, grafis, dan berbagai model content lainnya. Dengan demikian, Media Online ini sangat berpengaruh terhadap usaha dari para pelaku bisnis online tersebut.

Karakteristik dan keunggulan Media Online dibandingkan “media konvensional” (cetak/elektronik) antara lain:

1. Kapasitas luas dan halaman web bisa menampung naskah sangat panjang.
2. Pemuatan dan editing naskah bisa kapan saja dan di mana saja.
3. Kegiatan promosi bisa kapan saja dan setiap saat.

4. Cepat, begitu di-upload langsung bisa diakses oleh semua orang.
5. Menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet.
6. Aktual, berisi info aktual karena kemudahan dan kecepatan penyajian.
7. Update, pembaruan informasi terus dan dapat dilakukan kapan saja.
8. Interaktif, dua arah, dan "egaliter" dengan adanya fasilitas kolom komentar, chat room, polling, dsb.
9. Terdokumentasi, informasi tersimpan di "bank data" (arsip) dan dapat ditemukan melalui "link", "artikel terkait", dan fasilitas "cari" (search).
10. Terhubung dengan sumber lain (hyperlink) yang berkaitan dengan informasi tersaji.

Sedangkan perbedaan karakteristik internet dengan media klasik dalam sistem dan operasional sebagai alat maupun medium komunikasi yaitu:

1. Perbedaan utama dan makro tersebut yaitu; internet adalah media berbasis komputer yang semula berawal dari media "tools" untuk menyimpan serta mengolah informasi data.
2. Internet sebagai media komunikasi memiliki penawaran interaktif yang dinamis terhadap penggunanya/user, jauh melebihi penawaran interaktif pada media televisi dan radio (yang terbatas pada satu program dan isi materi acara).

Bahkan internet memberikan penawaran pencarian informasi yang diinginkan melalui fasilitas query dan boolean dengan menggunakan kata kunci (keywords). Lebih jauh lagi Media Online mampu mengurangi pola komunikasi yang berwujud kontak langsung seperti surat menyurat ataupun wicara interpersonal dengan fasilitas electronic mail (E-mail) dan Internet Relay Chat (IRC).

3. Media internet mampu menjadi pusat informasi dan sumber informasi yang tidak terbatas dan pada suatu institusi tetapi juga memberikan kesempatan pada setiap individu untuk menjadi sumber/komunikator.
4. Luas jangkauan dari media internet tentu saja melintas antar benua, antarnegara, serta antar budaya. Sehingga dengan demikian batasan-batasan dalam fisik dalam melakukan komunikasi semakin dinisbikan melalui internet, implikasi ini juga memperjelas bahwa terdapat interaksi abstrak secara struktural.
5. Fungsi internet sebagai media, selain sama dengan fungsi media lain, media internet memiliki penawaran untuk pengembangan bidang jasa maupun bisnis sebagai bagian gaya hidup.

Sedangkan peran dan fungsi Media online merupakan alat promosi bisnis yang efektif karena dapat diakses oleh siapa saja, sehingga jaringan promosi bisa lebih luas. Media Online menjadi bagian yang sangat diperlukan oleh pemasaran bagi banyak perusahaan dan merupakan salah satu cara terbaik untuk menjangkau pelanggan dan klien. Media Online seperti Blog,



Facebook, Twitter, dan Youtube memiliki sejumlah manfaat bagi perusahaan dan lebih cepat dari media konvensional seperti media cetak dan iklan TV, brosur dan selebaran.

Dalam penelitian ini, yang menjadi sasaran dari para penjual online tersebut adalah masyarakat yang menggunakan media online di Kecamatan Kota Bahagia dan sekitarnya yang menggunakan Media Online.

Sasaran merupakan penjabaran dari tujuan, yaitu apa yang akan dicapai atau dihasilkan oleh organisasi atau perusahaan dalam jangka waktu tertentu. Sasaran usaha harus spesifik, terukur, jelas kriterianya, memiliki indikator yang rinci sehingga bisa tercapai secara efektif dan efisien. Dikarenakan sasaran adalah sebuah tujuan dan sebagai sebuah obyek. Para sasaran dari penjual online ini biasanya berusia dari 17 tahun keatas.

Tujuan dari penjualan Online antara lain yaitu:

1. Jangkauan yang Lebih Luas Dengan adanya internet dan teknologi canggih, maka bukanlah hal sulit untuk menghubungkan antara satu orang dengan yang lainnya. Bahkan jarak dan waktu seolah bukan menjadi masalah besar. Sehingga tentu saja jangkauan pasar akan semakin luas.
2. Menghemat Waktu, Tenaga dan Biaya Siapapun pasti menginginkan semua hal yang dilakukan bisa efektif baik dalam segi waktu, tenaga maupun biaya. Ketika proses pemasaran dilakukan secara online, maka bisa memangkas banyak waktu, tenaga dan biaya. dengan begitu tidak perlu bersusah payah turun tangan langsung. karena tanpa harus

keluar rumahpun bisa memantau dan memasarkan bisnis kapanpun dan dimanapun.

3. Proses Lebih Mudah, tidak perlu harus kesana-kemari untuk bertemu dengan banyak orang untuk mengenalkan dan mempromosikan produk dan jasa. Karena dengan melakukan promosi online, penjual hanya perlu duduk manis saja tanpa perlu kerepotan mengurus segala sesuatunya sendiri.
4. Mudah Untuk di Amati Karena menggunakan metode online, maka perkembangan bisnis bisa dipantau kapan saja dan dimana saja di inginkan. Prosesnya tidaklah sulit sehingga tidak perlu mengkhawatirkan tentang hal tersebut.

Dari penjelasan di atas, maka dapat diketahui bahwa dengan menggunakan Media Online, penjual dapat dengan mudah memasarkan dagangannya dengan cepat dan praktis sehingga memudahkan penjual online tersebut.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, yaitu mendeskripsikan pemanfaatan media online pada pengembangan usaha masyarakat.

Proses pengumpulan data dilakukan dengan cara pengamatan (observasi), wawancara (interview) dan dokumentasi. Kajian kepustakaan juga dilakukan terutama untuk memperkuat pembahasan secara teoritis dengan bersandar kepada sejumlah buku dan jurnal terkait. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori determinisme teknologi yang dipopulerkan oleh Marshall McLuhan pada tahun 1962 melalui tulisannya *The Guttenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. Proses

analisis data dilakukan secara Reduction, Data Display dan Conclusion Drawing/Verification.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Secara umum masyarakat di Kecamatan Kota Bahagia memiliki mata pencaharian sebagai petani, dan sebagian lagi tersebar ke dalam beberapa bidang pekerjaan misalnya: pedagang, peternak, buruh, penjahit, pertukangan, pegawai negeri sipil, dan lain-lain.

Sebagian besar masyarakat Kota Bahagia menggantungkan kebutuhan hidupnya pada sektor pertanian. Hal tersebut tentunya di dukung oleh kondisi geografis dan strategis. Bagi Kota Bahagia bertani adalah pekerjaan utama, dari hasil yang didapatkan mereka menghidupi keluarganya mulai dari biaya makan anak-anak, bersekolah dan lain sebagainya. Dengan begitu kondisi budaya bertani merupakan gambaran dari kehidupan dan budaya kerja masyarakat.

Dari segi keagamaan, masyarakat Kecamatan Kota Bahagia pada umumnya menganut Agama Islam. Masyarakat di Kecamatan ini masih menjunjung tinggi kegiatan-kegiatan di bidang keagamaan. Misalnya rutin melakukan pengajian, qatam Qur'an, serta dalail khairat yang dilakukan pada setiap malam jua'm'at ataupun pada saat ada kematian dalam wilayah Kecamatan tersebut. Masyarakat Kecamatan Kota Bahagia juga masih melestarikan budaya lokal seperti keujereun blang, tulak bala, dan masih banyak lagi budaya-budaya yang ada di kecamatan tersebut. Pada hakikatnya masyarakat di Kecamatan Kota Bahagia masih menjunjung tinggi bidang keagamaan serta

masih terjaganya kebudayaan-kebudayaan yang ada di Kecamatan Kota Bahagia tersebut.

Penggunaan Media Online di Kecamatan Kota Bahagia mulai dikenal oleh kalangan masyarakat di Kecamatan tersebut. Banyak masyarakat yang sudah menggunakan Media Online, mulai dari anak-anak, remaja sampai orang tua sudah mengenal Media Online. Akan tetapi masih ada sebagian masyarakat di Kecamatan Kota Bahagia yang belum menggunakan Media Online.

Disisi lain saat banyaknya pengguna Media Online di Kecamatan Kota Bahagia, ada sebagian masyarakat yang mengalih fungsikan Media Online yang biasanya digunakan untuk hiburan menjadi ladang usaha baru bagi penjual online. Pemanfaatan Media Online sebagai sarana penjualan mulai dilakukan hingga sampai saat ini. Terhitung ada sembilan penjual online di Kecamatan Kota Bahagia yang di dominasi oleh perempuan (ibu-ibu dan kalangan muda). Menurut Jaddal Iman selaku staf kantor Camat Kota Bahagia, bahwa penggunaan Media Online pada saat ini memang sangat diminati oleh kalangan masyarakat di Kecamatan Kota Bahagia terlebih pada kalangan remaja saat ini yang menggunakan Media Online sebagai sarana hiburan bahkan ada juga yang menggunakan akun Media Onlinenya untuk berjualan.

## **A. Pemanfaatan Media Online Terhadap Pengembangan Usaha**

Peneliti melakukan pengamatan (Observasi) kepada para pelaku usaha online di Kecamatan Kota Bahagia. Bahwa penjualan secara online ini sangat memudahkannya dalam melakukan

penjualan dikarenakan dapat menjangkau wilayah yang sangat luas. Pemasaran secara online ini dilakukan setiap harinya dengan memanfaatkan waktu celah yang dimiliki untuk meningkatkan perekonomiannya. Kegiatan penjualan secara online tersebut menjadikan ladang usaha yang lebih luas.

Peneliti melakukan wawancara dengan Lani salah satu penjual online di Kecamatan Kota Bahagia. Hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa penjualan secara online ini sangat membantu serta memudahkannya dalam melakukan pemasaran, misalnya mencakup ruang wilayah yang jauh, selain itu, pemasaran secara online tersebut juga sangat praktis atau mudah untuk dilakukan.

Peneliti juga melakukan wawancara dengan narasumber lainnya yakni Ibu Eliza. Beliau menyatakan “memanfaatkan Media Online ini sangat mudah dilakukan, selagi menggunakan Mediana kita juga bisa mendapatkan uang dari hasil penjualan menggunakan Media Online. Pada saat beliau memiliki waktu luang, beliau mempromosikan barang ke Facebook, jika ada pelanggan maka beliau akan mendapatkan uang. Siapa yang tidak senang imbasnya.

Peneliti juga melakukan wawancara dengan Miranda beliau mengatakan “memanfaatkan Media Online sebagai sarana marketing dalam penjualan itu sangat banyak manfaatnya karena dengan dunia yang sudah serba online ini sangat berpengaruh dalam penjualan, terlebih penjualan secara online bisa menjangkau daerah yang lebih luas sehingga pembelinya lebih banyak. Tetapi tidak memungkiri penjualan dengan dua cara offline dan online suatu kolaborasi yang akan meningkatkan lagi

hasil penjualan tentunya.

Peneliti juga melakukan wawancara dengan Abidah beliau mengatakan bahwa “pemanfaatan Media Online itu sangat memudahkannya untuk memasarkan barang onlineshopnya, selain itu dengan Media Online dapat menjangkau teman-teman atau customernya sampai ke luar daerah”.

Peneliti juga melakukan wawancara dengan Alman masyarakat di Kecamatan Kota Bahagia yang sering membeli barang Online. Dikatakan bahwa belanja Online sangat mambantunya dalam mencari barang terlebih dengan Media Online dapat memilih berbagai model barang dengan model yang diinginkannya tanpa harus mengunjungi toko-toko. Cukup menggunakan smartphone yang terhubung dengan internet, maka sudah dapat mencari yang diinginkannya.

Wawancara lainnya dengan Pelanggan penjual Online di Kecamatan Kota Bahagia yaitu Zulharira, bahwa beliau sangat suka belanja online dikarekan berbelanja secara online ini sangat mudah dilakukan, tidak membutuhkan waktu yang lama. Selain itu barang yang di pasarkan juga di Media Online sudah tertera jelas baik itu dari jenis bahan, ukuran serta harga barang. Sehingga memudahkannya dalam memilih jenis barang tanpa harus keluar rumah untuk mencari barang tersebut.

Dari hasil wawancara di atas, maka dapat diketahui bahwa Pemanfaatan Media Online Terhadap Pengembangan Usaha Masyarakat sangat membantu para penjual online di Kecamatan Kota Bahagia Aceh Selatan dalam melakukan pemasaran dagangannya. Dengan jangkau wilayah yang sangat luas, cepat,

dan mudah untuk dilakukan. Sehingga menjadikan pemasaran dengan metode online ini sangat diminati dan efektif untuk dilakukan bagi penjual online di Kecamatan Bahagia.

## **B. Faktor Pendukung Dan Penghambat Dalam Pemanfaatan Media Online Terhadap Pengembangan Usaha**

Peneliti melakukan wawancara kepada para pelaku usaha online di Kecamatan Kota Bahagia. Hasil wawancara dengan Nurhaidah terdorong melakukan pekerjaan ini karena membutuhkan uang atau bisa disebut faktor pendorong dalam melakukan penjualan tersebut dikarenakan faktor ekonomi. Nurhaidah juga mengatakan dari pada bekerja di bawah tekanan lebih baik membuka usaha sendiri dikarenakan jiwa pengusaha sudah ditanamkan dari dulu dari ayah dan abang sehingga semangat tersebut turun dan menjadi suatu hobi.

Peneliti juga mewawancarai Nur Laini yang mengatakan faktornya karena mendapatkan uang. Di karenakan selagi memainkan Media Onlinenya ia bisa melakukan pemasaran tersebut untuk mendapatkan penghasilan dari hasil jualan di Media Online.

Hasil wawancara dengan ibu Eliza, yang mengatakan bahwa pada dasarnya coba-mencoba dalam melakukan penjualan online, lama-kelamaan barang yang dipasarkan secara online mendapat orderan yang menjadikan beliau senang melakukannya lagi. Tentunya juga karena kebutuhan ekonomi juga namun karna sering laku beliau menjadi semangat untuk menjual barang secara online.

Hasil wawancara dengan Miranda yang mengatakan faktor pendorong melakukan penjualan online adalah karena kebiasaan orang-orang sekarang banyak yang menggunakan Media Online sehingga tertarik untuk mencoba melakukannya dan lama-kelamaan barang yang dipasarkan melalui Media Online mendapat banyak pesanan dari hari ke hari. Selain itu, faktor dorongan beliau melakukan penjualan secara online dikarenakan mendapatkan uang (Faktor Ekonomi).

Hasil wawancara dengan Abidah yang terdorong melakukan penjualan online tersebut dikarekan dengan memasarkan barang di Media Online bisa mendapatkan penghasilan dari hasil jualannya di Media Online sehingga dapat memenuhi kebutuhannya.

Hasil wawancara dengan Ibu Nuriah karena mencari uang tambahan untuk kebutuhan keluarga, setidaknya bisa membantu suami juga dan hasilnya pun lumayan kadang-kadang sehari bisa dapat 200.000, terkadang bisa lebih bisa kurang juga tergantung yang pemesanan barang.

Selain faktor pendorong peneliti juga menemukan faktor penghambat dalam melakukan penjualan secara online di Kecamatan Kota Bahagia Kabupaten Aceh Selatan. Peneliti melakukan wawancara dengan Miranda pelaku usaha online di Kecamatan Kota Bahagia, yang mengatakan bahwa hambatan atau kendala dalam penjualan secara online sering didapati seperti ongkos kirim antara penjual dan pembeli lebih mahal ongkosnya dari pada barang yang dijual, kemudian akses internet yang terkadang jaringan susah untuk diakses, kemudian pada metode pembayaran yang terkadang menjadi hambatan ketika konsumen



membeli melalui online tanpa tatap muka dan belum kenal sama sekali bisa terjadi ketidak jelasan pesanan tersebut.

Hasil wawancara dengan ibu Nuriah faktor hambatan yang terjadi yaitu “barang yang sudah di pesan tidak sesuai dengan kenyataannya sehingga membuat pelanggan tidak puas dengan hasil barang yang telah dipesan sebelumnya. Selain itu kenaikan harga ongkir barang juga menjadi kendala dalam melakukan penjualan, terlebih dimasa pandemic harga ongkos kirim sedikit lebih mahal dari sebelumnya.

Bedasarkan hasil wawancara di atas, maka dapat diketahui yang menjadi pendukung penjual online di Kecamatan Kota Bahagia tersebut melakukan penjualan secara online dikarenakan faktor ekonomi yang harus dipenuhi. Sejatinya kebutuhan tersebut memang sudah menjadi dasar bagi setiap orang sehingga tidak dipungkiri bahwa faktor ekonomi tersebut mendorong para pelaku online di Kecamatan Kota Bahagia untuk melakukan penjualan secara online. Tidak hanya itu, faktor lain yang menjadikan para penjual tersebut melakukan penjualan secara online dikarenakan dengan memasarkan barang di Media Online, para penjual tersebut dapat menjangkau wilayah yang jauh sehingga dapat menjangkau orang-orang (consumer) tanpa batas.

Sedangkan hambatan dalam melakukan penjualan secara online tersebut yaitu putusnya suatu kontak antara penjual dengan pembeli (miscommunication), hambatan lainnya terdapat ongkos kirim (ongkir) yang lebih mahal dari pada barang yang telah di pesan, cancel orderan, gangguan jaringan internet yang kurang memadai dan sering didapatkan hasil barang yang tidak sesuai dengan pesanan sehingga menjadika pelanggan dari penjual

online tersebut merasa kurang puas dalam melakukan pemesanan secara online.

### **C. Media Online Sebagai Sarana Marketing Yang Tergolong Praktis Dan Efisien**

Salah satu teknologi internet yang sedang berkembang pesat dan sangat berpotensi untuk mendorong pemasaran adalah Media Sosial. Media Sosial tersebut dapat menghubungkan banyak orang dengan mudah dan gratis.

Hal ini yang dimanfaatkan oleh kalangan pengusaha di Kecamatan Kota Bahagia untuk melakukan penjualan secara online. Dengan modal dari diri sendiri, penjual online tersebut merintis usaha dari nol untuk kebutuhan ekonominya. Dalam membangun sebuah usaha tentunya orang tersebut harus berusaha secara mandiri, dengan kepandaian mengenali produk, menentukan cara produksi, memasarkannya, serta mengatur permodalan operasinya untuk menghasilkan sesuatu yang berniali lebih tinggi.

Para penjual online di Kecamatan Kota Bahagia saat ini melakukan pemasaran secara gencar dan lebih disiplin. Saat melakukan penelitian, peneliti mendapatkan informasi bahwa para penjual online ini mengalami kenaikan atau pesatnya pemesanan barang (orderan) dari konsumen. Sehingga menjadikan para pelaku online tersebut begitu bersemangat dalam melakukan penjualan secara online.

Dari penjelasan di atas terkait Pemanfaatan Media Online Terhadap Pengembangan Usaha Masyarakat Di Kecamatan Kota Bahagia. Maka dapat diketahui bahwa pemasaran secara online

ini sangat membantu atau memudahkan para penjual online di Kecamatan Kota Bahagia dalam melakukan pemasaran barang dagangannya. Menggunakan metode pemasaran secara online, para penjual online tersebut dapat dengan mudah menjangkau para konsumernya dimana saja.

Selain mudah dilakukan, Pemanfaatan Media Online sebagai sarana penjualan juga dapat memberikan informasi yang cepat kepada masyarakat luas. Para penjual online di Kecamatan Kota Bahagia tidak membutuhkan waktu yang lama dalam memasarkan dagangannya dikarenakan dengan memasarkan barang secara online, para pelanggan atau target dari penjual online dapat dengan cepat menerima informasi secara melalui Media Online. Salah satunya dengan memanfaatkan teknologi digital untuk menembus pasar yang lebih luas.

Dengan melakukan pemasaran secara online, penjual online di Kecamatan Kota Bahagia dapat menjangkau area lebih luas sehingga penjual online tersebut dapat menjangkau sampai ke luar wilayah Kecamatan Bahagia, sehingga para penjual online di Kecamatan Bahagia dapat menjangkau pelanggan yang lebih banyak lagi. Dengan Media Online semua terasa begitu praktis, jarak bukan menjadi alasan jika sudah terhubung dengan internet dibandingkan dengan sarana penjualan secara tradisional. Sifat penjualan secara online memungkinkan konsumen memeriksa dan membandingkan produk dengan nyaman. Oleh karena itu, penjualan online memiliki manfaat praktis bagi konsumen dan berkembang cepat bila kepercayaan sudah tumbuh.

Dalam memanfaatkan Media Online terhadap suatu usaha, tentunya para penjual online di Kecamatan Kota Bahagia memiliki

suatu tujuan yaitu mengembangkan usahanya. Dengan adanya Media Online sebagai sarana penjualan (marketing), Media Online memudahkan penjual online di Kota Bahagia dalam melakukan penjualan dengan menggunakan metode memasarkan dagangannya di Media Online. Media Online yang saat ini menjadi tren anak-anak muda mengekspresikan diri menjadi peluang besar sebagai media promosi bisnis.

Dengan demikian penggunaan Media Online dalam pemasaran sangat membantu penjual online di Kecamatan Kota Bahagia untuk mengembangkan usahanya. Dari pembahasan di atas, maka dapat diketahui bahwa Pemanfaatan Media Online Terhadap Pengembangan Usaha Masyarakat di Kecamatan Kota Bahagia Aceh Selatan memudahkan penjual online tersebut dalam melakukan promosi usaha dagangannya. Selain itu, memanfaatkan Media Online sebagai sarana penjualan begitu praktis untuk dilakukan serta pengguna lainnya dapat menerima informasi dengan cepat melalui Media Online tersebut. Melakukan pemasaran dengan menggunakan Media Online, para penjual online di Kecamatan Kota Bahagia dengan mudah menjangkau wilayah yang luas sehingga dengan tersebut dapat menjangkau orang-orang lebih banyak lagi guna untuk mengembangkan usaha mereka.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan dalam penelitian ini, maka peneliti menarik suatu kesimpulan sebagai berikut:

1. Pemanfaatan Media Online merupakan suatu sarana yang sangat membantu para penjual online di Kecamatan Kota Bahagia. Dengan Media online ini para penjual tersebut dengan mudah memasarkan hasil dagangannya di Media Online, selain praktis Media Online ini dapat menjangkau area yang luas dan tidak terbatas sehingga tidak di pungkiri lagi Media Online ini menjadi sarana yang tepat dalam melakukan penjualan.
2. Faktor ekonomi menjadi alasan pertama bagi penjual online tersebut melakukan penjualan secara online. Selain mudah digunakan, penjualan secara online ini juga mengurangi angka kerugian yang ditanggung oleh penjual sehingga menjadikan para penjual online terdorong dalam melakukan penjualan online tersebut.
3. Faktor penghambat dalam melakukan penjualan online ini adalah saat melakukan interaksi dengan konsumen yang sering kali terjadi Miss Communication antara pembeli dengan penjual, ongkos kirim yang tinggi dan hasil yang tidak sesuai menjadi Kendal dalam penjualan online tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad. Zainal. Abidin., ddk., pemanfaatan media sosial dalam pemasaran produk umkm di kelurahan sidokumpul, Studi Kabupaten Gresik, jurnal ilmu komunikasi, 2020.
- Albi. Aggito, ddk., Metode Penelitian Kualitatif, Sukabumi: CV Jejak, 2018. Bahri. Syabbul., Hukum Promosi Produk Dalam Perspektif Hukum Islam, Jurnal Episteme, 2013.
- Ebbert & Griffin., Pengantar Bisnis Edisi Ke Sepuluh, Jakarta: Erlangga, 2014.
- Fermansyah. Anang., Kewirausahaan (Dasar dan Konsep), Jawa Timur: Qiara Media, 2019.
- Kaplan. Andreas M., dan Haenlein. Michael., Users of the world united The challenges and opportunities of Social Media. Business Horizons 2010.
- Kasmir., Kewirausahaan, Jakarta, PT Rajagrafindo Persada, 2007.
- Mulawarman., dan Nurfitri. Aldila. Dyas., Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan, 2017.
- Nasrullah. Rulli., Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi, Bandung : Remaja Rosdakarya, 2017.
- Nuruddin., Pengantar Komunikasi Massa, Jakarta: Rajawali Pers, 2012.
- Nurjalia., Pengaruh Media Social Terhadap Prestasi Akademik Mahasiswa Program Studipendidikan Teknologi Informasi

Fakultas Tarbyah Dan Keguruan Uin Ar-Raniry, Skripsi,  
Banda Aceh: Uin Ar-Raniry, 2018.

Oetomo. Budi. Sutedjo. Dharma, dkk., Pengantar Teknologi  
Informasi Internet; Konsep dan Aplikasi , Yogyakarta:  
Andi, 2007.

Purwiantoro. Hari., Penggunaan Media Sosial Terhadap  
Pengembangan Usaha Kecil Menengah (Ukm).

Romli. M., dan Syamsul. Asep., Jurnalistik Online: Panduan  
Praktis Mengelola Media Online, Bandung, Nuansa  
Cendekia, 2012.

Rudjito., Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Sinergi Bisnis,  
Jakarta: Alfabeta.2013.

Riadi. Muchlisin., Pengembangan Usaha (Pengertian, Jenis,  
Strategi dan Tahapan) di akses dari  
<https://www.kajianpustaka.com/2020/03/pengembangan-usaha-pengertian-jenis-strategi-dan-tahapan.html> pada  
tanggal 2 Januari 2021.

Salim. Peter., Kamus Besar Bahasa Indonesia Kontemporer,  
Jakarta: Modern English Press, 2002.

Sugiyono., Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D,  
Bandung: Alfabeta, 2010.

Salim. Munir., Jual Beli Secara Online Menurut Pandangan  
Hukum Islam, Al- Daulati, 2017. Saiman. Leonardus.,  
Kewirausahaan, Jakarta: Salemba Empat, 2009.

Yusuf. Muri., Metode penelitian kualitatif kuantitatif dan penelitian gabungan, Jakarta: Prenadamedia Group, 2014.

[http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/37502/1/DESI%20PUR NAMA%20SARI-FAH.pdf](http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/37502/1/DESI%20PUR%20NAMA%20SARI-FAH.pdf). Di akses pada tanggal 29 Juni 2020.

[http://digilib.unhas.ac.id/uploaded\\_files/temporary/DigitalCollection/YTdmMWIyNWFiYmZhOGNhZWYzM2Q4YzhjNWE3ODZmNzUoNzA2Mzk4Ng ==.pdf](http://digilib.unhas.ac.id/uploaded_files/temporary/DigitalCollection/YTdmMWIyNWFiYmZhOGNhZWYzM2Q4YzhjNWE3ODZmNzUoNzA2Mzk4Ng==.pdf). Di akses pada tanggal 29 Juni 2020.

[http://digilib.unhas.ac.id/uploaded\\_files/temporary/DigitalCollection/YTdmMWIyNWFiYmZhOGNhZWYzM2Q4YzhjNWE3ODZmNzUoNzA2Mzk4Ng ==.pdf](http://digilib.unhas.ac.id/uploaded_files/temporary/DigitalCollection/YTdmMWIyNWFiYmZhOGNhZWYzM2Q4YzhjNWE3ODZmNzUoNzA2Mzk4Ng==.pdf). Di akses pada tanggal 29 Juni 2020.

<https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/4864/1/Nurjalia.pdf>. Di akses pada tanggal 29 Juni 2020. <http://digilib.uin-suka.ac.id/27688/>. Di akses pada tanggal 29 Juni 2020.

<http://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab2/2014-2-01254AR%20Bab2001.pdf>. Diakses pada tanggal 01 Juli 2020.