



## Prosiding Seminar Nasional

Hasil Penelitian, Pengabdian, dan Diseminasi

Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

Fakultas Pendidikan Bahasa dan Seni, IKIP PGRI Bojonegoro

Tema “Urgensi Hasil Penelitian dan Pengabdian yang Inovatif serta Adaptif untuk Mendukung Indonesia Bangkit Lebih Kuat”



### Pemanfaatan Media Sosial sebagai Bisnis Online

Melawati<sup>(✉)</sup>

Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Universitas Swadaya

Gunung Jati, Indonesia

[mela22784@gmail.com](mailto:mela22784@gmail.com)

**abstrak** – Media sosial adalah media online yang berbasis web untuk mencari informasi dan berinteraksi secara online dan juga sebagai tempat untuk mengekspresikan diri, pada zaman sekarang ini media sosial sangat berperan untuk mempermudah mencari informasi yang kita cari. selain menjadi sumber pencarian informasi media sosial juga dapat digunakan sebagai sarana bisnis. Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka untuk pencarian data dan dalam pengolahan dan penyajian datanya menggunakan metode kualitatif. Media sosial sebagai tempat untuk mengekspresikan diri dan menjadi media untuk berbisnis. Dampak positif media sosial yaitu dapat memudahkan komunikasi dengan teman atau kerabat yang jauh, sebagai sarana media bisnis, dan bisa mengetahui informasi dengan mudah dan memudahkan proses pembelajaran.

**Kata kunci** – Media sosial, Bisnis Online

**Abstract** – Social media is a web-based online media for finding information and interacting online and also as a place to express oneself, in this day and age social media plays a very important role in making it easier to find the information we are looking for. Apart from being a source of information search, social media can also be used as a business tool. This study uses literature study methods to search for data and in processing and presenting the data using qualitative methods. Social media as a place to express oneself and become a medium for doing business. The positive impact of social media is that it can facilitate communication with distant friends or relatives, as a means of business media, and can find information easily and facilitate the learning process.

**Keywords** – Social media, Online Business

#### PENDAHULUAN

Media sosial adalah media online yang berbasis web untuk mencari informasi dan berinteraksi secara online dan juga sebagai tempat untuk mengekspresikan diri. Media sosial dapat diartikan sebagai media daring yang membantu untuk berbagi dan menciptakan (Cahyono, 2016) serta para pengguna dapat dengan mudah membuat kreativitas melalui media di dunia maya (Rafiq, 2020). Dari pengertian diatas, dapat

disimpulkan bahwa segala sarana atau perantara yang dapat digunakan oleh seseorang atau disebut komunikator untuk menyampaikan berita atau informasi kepada masyarakat secara tatap muka atau secara tidak langsung melalui radio, televisi, koran, film, spanduk, dan poster (Ratnamulyani & Maksudi, 2018).

Manfaat media sosial sebagai sarana untuk komunikasi jarak jauh misalnya melalui whatsapp, facebook, instagram dan lain sebagainya. Media sosial sangat berperan bagi kita untuk mempermudah mencari informasi yang kita cari. Selain menjadi sumber informasi, media sosial juga dapat digunakan sebagai sarana bisnis. Siapapun dapat membuat akun media sosial dan menggunakannya sebagai alat untuk menyampaikan berita (Widada, 2018). Media sosial juga menawarkan kesempatan untuk berinteraksi lebih dekat dengan konsumen (Firiani, 2017). Selain itu, media sosial juga dapat mempermudah dalam berinteraksi dengan sesama pengguna sebuah aplikasi di seluruh dunia dengan menggunakan berbagai fitur yang disediakan (Adrian & Mulyandi, 2021).

Dampak positif media sosial dapat memudahkan komunikasi dengan teman atau kerabat yang jauh, sebagai sarana bisnis, bisa mengetahui informasi dengan mudah dan memudahkan dalam proses pembelajaran. Adapun dampak positif media sosial jika dipadukan dengan pendidikan moral anak banyak memberikan manfaat. Misalnya, anak dapat belajar beradaptasi, berinteraksi dengan publik, dan mengelola jaringan pertemanan mereka (mendapat lebih banyak teman atau berhubungan kembali dengan teman lama) serta memudahkan anak untuk mendiskusikan tugas sekolah dengan teman-temannya (Khairuni, 2016). Selain itu, media sosial juga untuk memperluas jaringan pertemanan. Media sosial memungkinkan kita untuk berkomunikasi dengan semua orang, bahkan mereka yang belum kita kenal (Yuhendra, Akh-maddhian, Fathanudien, & Tendiyanto, 2021). Sedangkan, dampak negatif media sosial yaitu membuat orang yang sudah dekat menjadi jauh, interaksi secara langsung menurun, orang menjadi tergantung pada internet, menimbulkan konflik, masalah pribadi, dan menjadi lebih rentan terhadap pengaruh negatif dari orang lain (Rafiq, 2020).

Bisnis online merupakan sebuah usaha yang dijalankan menggunakan media internet, menjadi media pemasaran suatu produk atau jasa (Solihin & Fiandra, 2021). Kata bisnis juga bisa diartikan sebagai istilah untuk perkumpulan yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya, untuk mendapatkan keuntungan (Komputer, 2013). Adapun menurut Jannah (2020) penjualan atau bisnis online adalah transaksi dagang antara penjual dan pembeli untuk penyediaan barang, jasa, atau perolehan hak. Dari kesimpulan di atas dapat disimpulkan bahwa bisnis online merupakan kegiatan usaha yang dilakukan melalui internet dalam bentuk barang atau jasa untuk memperoleh suatu keuntungan.

Kelebihan dan kekurangan bisnis online yaitu sebagai berikut: Mempermudah transaksi antara penjual dan pembeli, tidak membutuhkan waktu lama, menghemat pengeluaran (Maghfuroh, 2020).

Adapun menurut Sofie dalam Fitria (2017) kekurangan bisnis online berupa, tidak dapat mencoba produk, standar produk tidak sesuai, biaya pengiriman mahal.

Bisnis online telah berkembang dan sekarang tidak hanya menggunakan situs web, tetapi juga email dan aplikasi lain di internet. Supaya hal ini terjadi dalam sistem pemasaran online, ada beberapa hal yang perlu kita lakukan untuk menjadi bagian dari marketing. Majunya pemasaran online seperti saat ini melakukan iklan aktivitas mereka melalui situs web berbasis internet (Fauziah, 2020). Strategi pemasaran adalah salah satu rencana untuk mencapai sasaran pemasaran, dan strategi pemasaran terdiri dari pengambilan keputusan dalam bidang barang dan jasa. Menurut Kotler dalam Untari & Fajariana (2018) strategi pemasaran yaitu suatu logika pemasaran untuk mencapai sasaran dan strategi pemasaran dari pengambilan keputusan biaya pemasaran dari perusahaan.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kepustakaan, yaitu pengumpulan data dengan cara memahami dan mempelajari teori dan tulisan ilmiah dari berbagai literatur yang berhubungan dengan penelitian. Menurut Zed (2004), ada empat tahapan dalam studi sastra. Ini berarti menyiapkan peralatan yang diperlukan, menyiapkan referensi praktis, mengatur waktu Anda, dan membaca serta mencatat bahan penelitian Anda. Pengumpulan data mencari sumber dan komponen dari berbagai sumber, antara lain buku, jurnal, dan penelitian yang ada.

Menurut Prihasanti (2018) yang mendefinisikan studi kasus, tidak ada definisi yang seragam, dan ilmu-ilmu sosial juga memiliki definisi yang luas. Menurut Rahardjo (2017) studi kasus adalah suatu rangkaian yang terarah, mendetail dan lengkap baik program, peristiwa maupun kegiatan yang telah berlangsung. aktivitas Pada tingkat individu, oleh kelompok orang, lembaga atau organisasi untuk mendapatkan pengetahuan rinci tentang peristiwa tersebut. Diperkuat oleh pendapat Merriam & Tisdell (2015) mendefinisikan studi kasus sebagai deskripsi rinci dan analisis sistem yang terbatas. Sistem ini merupakan salah satu yang tidak dapat dipisahkan dari satu kasus ke kasus lainnya. Bekerja secara terintegrasi dan terpolo dengan orang lain.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Media sosial merupakan media online yang berbasis internet untuk komunikasi jarak jauh melalui whatsapp, facebook, instagram, dan lain-lain. selain itu, media sosial juga sebagai sarana untuk mencari informasi yang akan kita cari, dan sebagai tempat untuk mengekspresikan diri. Selain menjadi media informasi, media sosial juga bisa kita gunakan untuk berbisnis online sebagai sebuah usaha yang dijalankan

menggunakan media internet menjadi media pemasaran suatu produk barang atau jasa.

Di era sekarang bisnis online semakin berkembang karena di jaman sekarang media semakin canggih dan sudah dipergunakan oleh semua kalangan.

## SIMPULAN

Media sosial merupakan media internet yang bisa memudahkan kita untuk berkomunikasi jarak jauh dan untuk membuka bisnis online melalui jejaring yang ada. Adapun dampak positif media sosial yaitu sebagai berikut:

1. Dapat memudahkan komunikasi dengan teman atau kerabat yang jauh
2. Sebagai sarana bisnis
3. Bisa mengetahui informasi dengan mudah dan memudahkan proses pembelajaran.

Berdasarkan mengenai bisnis online, bisnis online sebagai salah satu usaha yang dilakukan di media internet, kita bisa memasarkan produk yang akan kita jual melalui jejaring internet. Akan tetapi bisnis online mempunyai kekurangan dan kelebihan yaitu sebagai berikut:

1. Mempermudah transaksi antara penjual dan pembeli
2. Tidak membutuhkan waktu lama
3. Menghemat pengeluaran

## REFERENSI

- Adrian, D., & Mulyandi, M. R. (2021). Manfaat Pemasaran Media Sosial Instagram Pada Pembentukan Brand Awareness Toko Online. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(2), 215-222. <https://doi.org/10.36418/jiss.v2i2.195>
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, 9(1), 140-157. <https://doi.org/10.36563/publiciana.v9i1.79>
- Fauziah, F. (2020). Strategi Komunikasi Bisnis Online Shop "Shopee" Dalam Meningkatkan Penjualan. *Abiwara: Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 45-53. <https://doi.org/10.31334/abiwara.v1i2.792.g439>
- Fitria, T. N. (2017). Bisnis jual beli online (online shop) dalam Hukum Islam dan Hukum Negara. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 3(01), 52-62. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v3i01.99>

- Fitriani, Y. (2017). Analisis pemanfaatan berbagai media sosial sebagai sarana penyebaran informasi bagi masyarakat. *Paradigma*, 19(2), 148-152. <https://doi.org/10.31294/p.v19i2.2120>
- Jannah, A. M. (2020). *Penegakan Hukum Pidana Terhadap Tindak Pidana Penipuan Bisnis Online Di Polda Metro Jaya Menurut Hukum Positif dan Hukum Islam* (Bachelor's thesis, Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta). Retrieved from <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/50258>
- Khairuni, N. (2016). Dampak positif dan negatif sosial media terhadap pendidikan akhlak anak (studi kasus di smp negeri 2 kelas viii banda aceh). *JURNAL EDUKASI: Jurnal Bimbingan Konseling*, 2(1), 91-106. <http://dx.doi.org/10.22373/je.v2i1.693>
- Komputer, W. (2013). *Membangun usaha bisnis dropshipping*. Elex Media Komputindo. Retrieved from [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=9ttMDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=pengertian+bisnis+online+&ots=f-4d\\_za4WY&sig=TPfUmN6qaQSuiMquwTqgw4KG\\_iE&redir\\_esc=y#v=onepage&q=pengertian%20bisnis%20online&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=9ttMDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=pengertian+bisnis+online+&ots=f-4d_za4WY&sig=TPfUmN6qaQSuiMquwTqgw4KG_iE&redir_esc=y#v=onepage&q=pengertian%20bisnis%20online&f=false)
- Maghfuroh, W. (2020). Jual Beli Secara Online Dalam Tinjauan Hukum Islam. *Jurnal Ilmiah Ahwal Syakhshiyah (JAS)*, 2(1), 33-40. Retrieved from <http://riset.unisma.ac.id/index.php/JAS/article/view/6824>
- Rafiq, A. (2020). Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat. *Global Komunika*, 1(1), 18-29. Retrieved from <https://core.ac.uk/download/pdf/327205602.pdf>
- Rafiq, A. (2020). Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat. *Global Komunika*, 1(1), 18-29. Retrieved from <https://core.ac.uk/download/pdf/327205602.pdf>
- Ratnamulyani, I. A., & Maksudi, B. I. (2018). Peran Media Sosial Dalam Peningkatan Partisipasi Pemilih Pemula Dikalangan Pelajar Di Kabupaten Bogor. *Sosiohumaniora*, 20(2), 154-161. <https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v20i2.13965>
- Rusdiono, R. (2019). Peran Media Sosial Sebagai Upaya Pemasaran Bisnis Online Shop Pada Online Shop Antler MakeUp-@ antler. makeup. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 3(2), 195-202. Retrieved from [file:///C:/Users/ACER/Downloads/5356-17902-2-PB%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/ACER/Downloads/5356-17902-2-PB%20(1).pdf)
- Solihin, S. R., & Fiandra, Y. (2021). Perancangan Handbook Fotografi Produk Menggunakan Smartphone Untuk Pemilik Bisnis Online Di Kabupaten

- Bandung. *Kreatif: Jurnal Karya Tulis, Rupa, Eksperimental dan Inovatif*, 3(2), 17-26.  
<https://doi.org/10.53580/files.v3i02.32>
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun@ Subur\_Batik). *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 2(2), 271-278. Retrieved from <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta/article/view/4387/2658>
- Widada, C. K. (2018). Mengambil manfaat media sosial dalam pengembangan layanan. *Journal of Documentation and Information Science*, 6003, 23-30. Retrieved from <http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1111932&val=16773&title=MENGAMBIL%20MANFAAT%20MEDIA%20SOSIAL%20DALAM%20PENGEMBANGAN%20LAYANAN>
- Yuhandra, E., Akhmaddhian, S., Fathanudien, A., & Tendiyanto, T. (2021). Penyuluhan hukum tentang dampak positif dan negatif penggunaan gadget dan media sosial. *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(01), 78-84.  
<https://doi.org/10.25134/empowerment.v4i01.4028>