

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

Berdasarkan dari hasil riset yang peneliti telusuri di lapangan dengan wawancara terhadap 10 informan , maka dapat dideskripsikan sebagai berikut:

Informan 1

1. Identitas

Nama : Nurul Rusdiana

Usaha : Kue Lam Siti Nor Aisyah

Posisi kerja : Pemilik Usaha

Umur : 35 tahun

Agama : Islam

Lokasi Usaha : Jl. HKSN Komplek AMD Permai Blok G Rt 23 No.

05, Kel. Alalak Selatan, Kec. Banjarmasin Utara

2. Deskripsi

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan tentang pemanfaatan media facebook di masa pandemic Covid-19 di Banjarmasin kepada informan, sebagai berikut:

Ibu Rusdiana memulai berwirausaha kue lam sudah 3 tahun yang lalu, menurut beliau tahun 2020 adalah suatu hal yang berat dikarenakan

adanya virus Covid-19. Adanya virus ini membuat usaha beliau terdampak, hingga penurunan omzet yang membuat beliau terpaksa merumahkan karyawan. Saat ini beliau memanfaatkan media facebook untuk mempromosikan kue lam beliau, beliau juga meletakkan nomer wa di facebook agar ketika ada pelanggan yang pesan bisa langsung menghubungi ibu Rusdiana, karena kendala beliau ialah jarang membalas pesan via facebook, namun menurut beliau selama pemanfaatan tersebut belum ada peningkatan yang signifikan.

Informan 2

1. Identitas

Nama : Helda Yani, SE

Usaha : Toko Kamil Sepatu/Sendal

Posisi Kerja : Pemilik usaha

Umur : 25 tahun

Agama : Islam

Lokasi Usaha : Jl. Sultan Adam, dekat SMAN 5, Kel. Surgi Mufti,

Kec. Banjarmasin Utara

2. Deskripsi

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan tentang pemanfaatan media facebook oleh pengusaha di Banjarmasin di masa pandemic Covid-19 kepada informan, sebagai berikut:

Ibu Helda Yani adalah seorang istri dari Kamil pemilik toko sepatu, menurut beliau suaminya sudah memulai usaha sejak 5 tahun yang lalu, dan pada tahun 2020 semenjak dikeluarkan pengumuman darurat Covid-19 usaha beliau mulai sepi ditambah adanya kebijakan dari pemerintah untuk melaksanakan PSBB guna memutus rantai Covid-19, usaha beliau mampu bertahan dengan memanfaatkan media facebook untuk melakukan promosi, promosi tersebut beliau lakukan dengan cara memasang status facebook berupa foto sandal atau sepatu dengan spesifikasinya dan meletakkan nomer wa, beliau juga memposting foto produk tersebut ke *messenger day stories* di facebook, Namun dikarenakan ekonomi sedang menurun dan sepatu bukanlah kebutuhan primer sehingga belum ada peningkatan yang signifikan.

Informan 3

1. Identitas

Nama : Kintan Permata Sari S.PWK

Usaha : Marwah Skincare

Posisi Kerja : Pemilik Toko

Umur : 22 tahun

Agama : Islam

Lokasi Usaha : Jl. Sungai Miai Dalam Pinus Sultan Adam, NO. 26

2. Deskripsi

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan tentang pemanfaatan media facebook oleh pengusaha di Banjarmasin di masa pandemic Covid-19 kepada informan, sebagai berikut :

Ibu Kintan berwirausaha semenjak 6 tahun lalu, dan saat ini beliau fokus di usaha skincare Marwah. Menurut beliau usaha skincare Marwah dapat bertahan di masa pandemi, dikarenakan produk yang beliau jual sudah menjadi kebutuhan pelanggan dalam melakukan perawatan wajah dan tubuh meskipun sedang dirumah saja. Promosi yang beliau lakukan di facebook dengan memasang status, dan menggunakan marketplace yang tersedia di facebook dalam menjaring pelanggan, seperti memasang status, beriklan menggunakan marketplace dan bergabung di beberapa grup jual beli. Menurut beliau dengan memanfaatkan media facebook dalam berusaha, dapat meningkatkan penghasilannya, naik sekitar 10.000.000 perbulan.

Informan 4

1. Identitas

Nama : Lia

Usaha : Toko Lia Pakaian Muslim

Posisi kerja : Karyawan

Umur : 22 tahun

Agama : Islam

Lokasi usaha : Pasar Hanyar, Ramayana Lantai II, Kel. Pekapuran
Raya, Kec. Banjarmasin Timur

2. Deskripsi

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan tentang pemanfaatan media facebook oleh pengusaha di Banjarmasin di masa pandemic Covid-19 kepada informan, sebagai berikut :

Menurut penuturan lia, bosnya memulai usaha sejak 15 tahun yang lalu, usaha beliau terdampak pandemi Covid-19, apalagi sejak diberlakukannya pembatasan jam buka toko dari jam 9 sampai jam 3 sore, untuk mensiasati usaha tersebut beliau mencoba memanfaatkan media facebook dengan cara memasang status di facebook, memuat iklan di *marketplace* dan beberapa grup jual beli yang tersedia di facebook untuk area Kalimantan, juga memposting produk tersebut ke

messenger day stories facebook. Berdasarkan penuturan beliau dengan memanfaatkan media facebook di masa pandemi terdapat peningkatan penghasilan sekitar 3 juta sampai 5 juta perbulan.

Informan 5

1. Identitas

Nama : Inayati

Usaha : Toko Tiga Puteri (gamis Arab)

Posisi kerja : Pemilik usaha

Umur : 25

Agama : Islam

Lokasi usaha : Pasar Hanyar, Ramayana Lantai II, Kel. Pekapuran
Raya, Kec. Banjarmasin Timur

2. Deskripsi

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan tentang pemanfaatan media facebook oleh pengusaha di Banjarmasin di masa pandemic Covid-19 kepada informan, sebagai berikut :

Menurut Inayah orang tuanya memiliki toko ini sudah 20 tahun, sejak diumumkannya pandemi Covid-19 di Indonesia, dan diberlakukan PSBB serta pembatasan jam operasional kerja usaha tersebut sangat terdampak, beliau berusaha *survive* dengan memanfaatkan media facebook untuk berusaha, seperti memposting

status, memasang iklan di *marketplace* dan bergabung di beberapa grup, ia dapat menjaring pelanggan lebih banyak lagi dan dengan pemanfaatan tersebut ada peningkatan penghasilan hingga 10 juta perbulan.

Informan 6

1. Identitas

Nama : Muhammad Ihsan

Usaha : Gallery Fadhil (Baju Gamis)

Posisi kerja : Marketer Digital

Umur : 25 tahun

Agama : Islam

Lokasi usaha : Jl. Harmoni II No. 26, Kel. Pekapuran Raya, Kec.
Banjarmasin Timur

2. Deskripsi

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan tentang pemanfaatan media facebook oleh pengusaha di Banjarmasin di masa pandemic Covid-19 kepada informan, sebagai berikut :

Bapak Ihsan adalah seorang marketer digital gallery Fadhil, dari penuturan beliau usaha ini sudah berjalan selama 5 tahun. Pada awal pandemic Covid-19 usaha ini sangat terdampak, mengalami penurunan hampir 100%, pemilik toko tidak begitu mengerti media online serta

pemasaran digital, sehingga pemilik toko mempekerjakan Ihsan untuk mengelola marketer digital.

Ihsan memanfaatkan media facebook untuk mempromosikan usaha gallery fadhil, beliau membuat *fan page* untuk usaha galeri tersebut, juga memasang iklan di *marketplace* facebook dan di beberapa grup jual beli. Menurut media facebook sangat membantu, mampu menjangkau pelanggan lebih luas, fiturnya yang mudah dipahami, penggunaannya praktis dan sesuai dengan pasarnya. Kendala yang dihadapi ialah sambil berjualan sambil mengajari pelanggannya bertransaksi melalui digital facebook. Selama memanfaatkan media facebook, penjualan mengalami peningkatan sebesar 10jt sampai 15 juta perbulan.

Informan 7

1. Identitas

Nama : Vitha Febrianti

Usaha : Agen SR12

Posisi kerja : Agen/owner

Umur : 26 tahun

Agama : Islam

Lokasi usaha : Jl Raya Purna Sakti, Kel. Basirih, Kec. Banjarmasin Barat

2. Deskripsi

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan tentang pemanfaatan media facebook oleh pengusaha di Banjarmasin di masa pandemic Covid-19 kepada informan, sebagai berikut :

Menurut ibu Vitha beliau sudah berwirausaha sejak 3 tahun yang lalu, adanya pandemi Covid-19 tidak membuat usaha yang beliau jalankan berdampak, bahkan usaha beliau ini semakin laris dikarenakan produk yang dijual merupakan produk kecantikan dan kesehatan. Beliau juga memanfaatkan media facebook dalam menjalankan usahanya, dengan cara memposting status dan messenger day story di facebook, membuat konten lalu di unggah ke facebook, memuat iklan di marketplace dan beberapa grup jual beli area Kalimantan. Berdasarkan penuturan beliau, dengan memanfaatkan media facebook dalam berwirausaha mengalami peningkatan sebesar 3 juta sampai 5 juta rupiah perbulan.

Informan 8

1. Identitas

Nama : Nur Bayti
Usaha : Rabbani (Gamis dan Daster)
Posisi kerja : Pemilik Usaha
Umur : 45 tahun

Agama : Islam

Lokasi usaha : Jl. Belitung Darat, GG. Sejiran, Kel. Belitung Selatan,
Kec. Banjarmasin Barat

2. Deskripsi

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan tentang pemanfaatan media facebook oleh pengusaha di Banjarmasin di masa pandemic Covid-19 kepada informan, sebagai berikut :

Ibu baiti sudah 15 tahun terjun ke dunia Usaha, beliau menjual berbagai pakaian jadi berupa gamis dan daster. Sebelum ada pandemi usaha Rabbani ini bertempat di sudimampir lantai II, dikarenakan adanya pandemic virus Covid-19 dan diberlakukan PSBB ibu baiti mulai belajar penjualan online. Semula ibu baiti kurang mengerti, namun setelah belajar menggunakan facebook dengan anaknya, beliau tidak lagi berjualan secara langsung (tatap muka di toko) kini hanya melayani online.

Usaha ibu Baiti dapat bertahan karena memanfaatkan media online salah satunya facebook, biasanya beliau mengiklankan lewat marketplace dan beberapa grup jual-beli, lalu diarahkan ke whatsapp. Menurut penuturan beliau dengan berjualan di facebook dapat menjangkau pelanggan lebih luas, memiliki berbagai macam fitur yang mudah dipahami. Peningkatan penghasilan setelah menggunakan media facebook sebesar 10-25 juta perbulan.

Informan 9

1. Identitas

Nama : Muhammad Rizki
Usaha : Toko Bin Rayhan (partai baju anak)
Posisi kerja : Pemilik usaha
Umur : 30 tahun
Agama : Islam
Lokasi : Ujung Murung

2. Deskripsi

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan tentang pemanfaatan media facebook oleh pengusaha di Banjarmasin di masa pandemic Covid-19 kepada informan, sebagai berikut :

Menurut bapak Rizki usaha pakaian anak-anak ini sudah berjalan selama 9 tahun, beliau memiliki banyak pelanggan diberbagai daerah, namun dengan adanya pandemi Covid-19 pelanggan-pelanggan di daerah pun mengurangi orderan karena imbas pandemi. Omzet pun menurun hampir 70%, selama adanya pandemi ini beliau mulai memanfaatkan media Facebook dalam berwirausaha, beliau menyediakan hp kepada karyawan untuk mengelola penjualan via online. Berdasarkan penuturan beliau, facebook sangat membantu dalam berusaha, dapat menjangkau pelanggan di berbagai daerah,

penggunaannya pun cukup mudah dengan memanfaatkan media facebook dalam berwirausaha mendapatkan pelanggan-pelanggan baru, dan meningkatkan penghasilan sebesar 15 juta rupiah perbulan.

Informan 10

1. Identitas

Nama : Muhammad Fadhil
Usaha : Toko HB2 (Baju Daster)
Posisi kerja : Pemilik Usaha
Umur : 24 Tahun
Agama : Islam
Lokasi usaha : Pasar Ujung Murung Lost Kenanga

2. Deskripsi

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan tentang pemanfaatan media facebook oleh pengusaha di Banjarmasin di masa pandemic Covid-19 kepada informan, sebagai berikut :

Bapak Fadhil menjalankan usaha ini selama 7 tahun, beliau meneruskan usaha orang tua berjualan pakaian jadi berupa daster. Selama adanya pandemi ini membuat usaha beliau begitu terdampak, karena pelanggan-pelanggan di daerah mulai mengurangi pembelian imbas pandemi. Setelah itu, beliau mulai mencoba memanfaatkan media facebook untuk berusaha, beliau memasarkan produknya

melalui marketplace dan bergabung ke beberapa grup jual-beli area Kalimantan.

Menurut beliau facebook merupakan e-commerce yang paling mudah dipahami, memiliki berbagai fitur yang mendukung untuk berwirausaha juga praktis. Kendala yang beliau alami ialah ketika berjualan menggunakan facebook ada beberapa orang yang kurang begitu paham tentang digital, sehingga harus diberikan arahan dan pemahaman. Adapun pemanfaatan media facebook ini mengalami peningkatan sebesar 5juta perbulan.

Informan 11

1. Identitas

Nama : M. Taufik Hidayat

Usaha : Toko H. Bunyamin (Konveksi)

Posisi kerja : Pemilik Toko

Umur : 25 Tahun

Agama : Islam

Lokasi usaha : Ujung Murung Lost Pagi Belakang

2. Deskripsi

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan tentang pemanfaatan media facebook oleh pengusaha di Banjarmasin di masa pandemic Covid-19 kepada informan, sebagai berikut :

Taufik adalah anak dari pemilik toko, ia anak kedua dari empat bersaudara. Ia meneruskan usaha ayahnya yang sudah dibangun selama 25 tahun dan mengelola toko tersebut. Usaha ini pada awal masa pandemi ditambahkan adanya penerapan PSBB sangat berdampak terhadap penjualannya, hingga mengalami penurunan omzet sebesar 60%. Adanya permasalahan pandemi ini mengharuskan ia untuk belajar memanfaatkan media online salah satunya facebook dalam usaha yang ia jalankan.

Menurut Taufik Facebook sangat membantu dalam meningkatkan penjualannya, dengan facebook ia mendapatkan pelanggan-pelanggan baru. Adapun pemanfaatan tersebut dengan memposting produk beserta spesifikasinya, memuat iklan di marketplace, bergabung di berbagai grup. Tuturnya penghasilan tersebut meningkat sebesar 10 hingga 15 juta perbulan.

Informan 12

1. Identitas

Nama : Eka Supriatin
Usaha : Eka Gallery (Toko Tas)
Posisi kerja : Pemilik Toko
Umur : 34 Tahun

Agama : Islam

Lokasi usaha : Jl. Gerilya, Komp Mahatama Blok Mangga IV Kel.
Tanjung Pagar, Kec. Banjarmasin Selatan.

2. Deskripsi

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan tentang pemanfaatan media facebook oleh pengusaha di Banjarmasin di masa pandemic Covid-19 kepada informan, sebagai berikut :

Bu Eka adalah seorang pemilik toko tas, beliau menjual berbagai tas untuk sekolah, juga aneka tas untuk hang out, seperti *hand bag*, *back pack*, *tote bag*, *waist bag*, *sling bag*. Usaha bu Eka berjalan selama 5 tahun, menurut beliau adanya pandemi Covid-19 sangat berdampak pada usahanya. Penurunan omzet diperkirakan mencapai 80%, dikarenakan masyarakat mulai mengurangi konsumsi barang sekunder. Adanya virus pandemi ini membuat bu Eka memaksimalkan pemanfaatan media social, salah satunya facebook.

Menurut bu Eka facebook sangat membantu dalam penjualan tasnya, dengan facebook dapat menemukan dan membangun hubungan dengan pelanggan. Facebook mempermudah usahanya dalam memperoleh keuntungan, karena informasinya cepat menyebar, dan fitur yang diberikan oleh facebook praktis, mudah dipahami. Biasanya bu Eka memanfaatkan facebook untuk berusaha dengan memposting foto-foto tas

di beranda, membuat halaman fanspage, juga memuat iklan ke marketplace dan grup jual beli. Pemanfaatan media facebook memberikan peningkatan penghasilan sekitar 1.000.000 sampai 2.500.000 per bulan.

Tabel 4.2
Data informan yang dilakukan wawancara

| Nama | Umur | Agama | Jenis Usaha | Nama Usaha/toko | Posisi kerja |
|----------------------------|------|-------|-------------------------------|-------------------------|---------------------------|
| Nurul Rusdiana | 35 | Islam | Produksi Kue Lam | Kue lam Siti Nor Aisyah | Owner |
| Helda Yani | 25 | Islam | Sepatu/Sendal | Toko Kamil | Owner |
| Kintan Permata Sari, S.Pwk | 22 | Islam | Klinik skincare Marwah | | Owner |
| Lia | 22 | Islam | Pakaian muslim | Toko Lia | |
| Inayah | 22 | Islam | Gamis Arab | Toko 3 put | Owner |
| Muhammad Ihsan | 25 | Islam | Konveksi Baju Gamis Al-Fadhil | Gallery Al-Fadhil | Karyawan/Digital marketer |
| Vitha Febrianti | 26 | Islam | Agen SR12 | Vitha shop | Owner |
| Nur Bayti | 45 | Islam | Baju gamis dan daster RGB | Rabbani | Owner |
| Muhammad rizki | 30 | Islam | Baju anak-anak | Toko bin Rayhan | Owner |
| Ahmad Fadhil | 22 | Islam | Baju Gamis | Toko HB2 | Owner |
| Muhammad Taufik Hidayat | 22 | Islam | Konveksi gorden dan selimut | Toko H. Bunyamin | Owner |
| Eka Supriatin | 34 | Islam | Koleksi tas | Toko Eka Gallery | Owner |

Tabel 4.3

Hasil wawancara kepada 12 informan pemilik usaha di Banjarmasin

| Informan | Lama Berusaha (Tahun) | Dampak Pandemi Covid-19 | Pemanfaatan Facebook Oleh Pengusaha | Penjualan Setelah Memanfaatkan Media Facebook | Pendapat Mengenai Media Facebook |
|----------------------------|-----------------------|-------------------------|---|---|---|
| Nurul Rusdiana | ±3 | Terdampak | Memuat status dan nomer wa | Tidak meningkat | Membantu mengenalkan usaha |
| Helda Yani | ±5 | Terdampak | Memuat status dan nomer wa | Tidak meningkat | Membantu mengenalkan usaha dan mempercepat penyebaran informasi |
| Kintan Permata Sari, S.Pwk | ±6 | Tidak terdampak | Memuat status, beriklan melalui marketplace di facebook, bergabung di beberapa grup jual-beli | Meningkat | Sangat membantu dalam menjaring pelanggan |
| Lia | ±15 | Terdampak | Memuat status, beriklan melalui facebook, bergabung di beberapa group jual-beli | Meningkat | Membantu menjaring pelanggan |

| | | | | | |
|-----------------|-----|-----------------|---|-----------|---|
| Inayah | ±20 | Terdampak | Memuat iklan di marketplace dan beberapa grup | Meningkat | Membantu menyebarkan informasi dan menjaring pelanggan lebih luas |
| Muhammad Ihsan | ±5 | Terdampak | Memuat status, memasang iklan di marketplace dan bergabung di berbagai grup | Meningkat | Sangat membantu keberlangsungan usaha, yang tadinya sangat menurun kini malah meningkat. Informasi cepat menyebar dan jangkauan pasarnya lebih luas |
| Vitha Febrianti | ±3 | Tidak terdampak | Membuat konten, memasang iklan di marketplace dan grup | Meningkat | Membantu menyebarkan informasi dan menambah pelanggan |
| Nur Bayti | ±15 | Terdampak | Memuat iklan di marketplace dan menyebarkan ke banyak grup | Meningkat | Informasi cepat menyebar dan pangsa pasar yang luas |
| Muhammad Rizky | ±9 | Terdampak | Memuat iklan di marketplace | Meningkat | Sangat membantu menjaring pelanggan secara luas dan |

| | | | | | |
|-------------------------|----------|-----------|---|-----------|--|
| | | | | | mendapatkan pelanggan baru |
| Ahmad Fadhil | ± 7 | Terdampak | Memuat iklan dimarketplace dan menyebarkan ke banyak grup | Meningkat | Informasi cepat menyebar dan pangsa pasar yang luas |
| Muhammad Taufik Hidayat | ± 25 | Terdampak | Memasang iklan difacebook berupa marketplace dan berbagai grup | Meningkat | Sangat membantu meningkatkan pelanggan |
| Eka Supriatin | ± 5 | Terdampak | Memuat iklan di marketplace yang disediakan facebook, memasang foto produk dan deskripsi produk di marketplace, grup jual-beli, status, fan page. | Meningkat | Sangat membantu menjaring pelanggan secara luas dan mendapatkan pelanggan baru |

B. Analisis Data

Pada bagian ini penulis akan menganalisis temuan wawancara kepada 15 informan di Banjarmasin dalam pemanfaatan media facebook oleh pengusaha di Banjarmasin di masa pandemi Covid-19, dan akan dihubungkan ke dalam teori yang relevan. Dalam analisis data ini, peneliti membagi 2 konsep, yaitu:

1. Bagaimana pemanfaatan media facebook oleh pengusaha di Banjarmasin di masa pandemi Covid-19

Disini peneliti melakukan penelitian terhadap 12 informan. Dalam pemanfaatan media facebook oleh pengusaha di Banjarmasin di masa pandemi Covid-19. Awalnya para pengusaha sangat terpuak ketika adanya musibah penyebaran virus, virus ini sangat berbahaya bahkan sampai tingkat global yaitu pandemi Covid-19. Pasalnya virus ini membuat pemerintah mengambil tindakan pencegahan penyebaran virus Covid-19 dengan menerapkan PSBB, adanya pemberlakuan PSBB ini membuat ekonomi anjlok drastis, para pengusaha pun mengalami penurunan omzet yang signifikan. Namun para pengusaha tersebut tidak pernah menyerah, karena usaha mereka masih tetap berjalan meskipun sangat minim pemasukan. Memang menjadi pengusaha berarti siap mengambil resiko, dan pengusaha yang sukses adalah pengusaha yang mampu menerapkan kreativitas dan inovasi memanfaatkan peluang yang ada untuk keberlangsungan usahanya. Hal ini sependapat dengan teori Zimmerer bahwa pengusaha adalah seseorang yang mampu

mengatasi masalah yang ia hadapi dengan mengombinasikan kreatifitas dan inovatif untuk keberlangsungan usahanya (Suharyono, 2017. Hlm 6552).

Penerapan *wfh (work from home)* dari pemerintah juga merupakan salah satu peluang bagi pengusaha, yaitu mulai berjualan online. Para pengusaha yang saya teliti menyatakan adanya pandemi ini memutuskan untuk tidak hanya berjualan offline tapi juga belajar berjualan online. Mereka memanfaatkan media facebook untuk berwirausaha, menjalankan usahanya yang sempat terimbas pandemi. Mereka memposting produk baik berupa foto atau video di profil mereka, story, juga memasang iklan di *marketplace* dan disebarkan ke berbagai grup jual beli. Dalam pemasangan iklan itu *relative*, artinya mereka memasang iklan ada yang gratis dan juga ada yang berbayar. Untuk iklan yang berbayar mereka menyesuaikan dengan anggaran dananya, biasanya memasang iklan Rp. 45.000 per tiga hari iklan. Ketika memasang iklan berbayar, maka iklan produk kita akan selalu di atas, tidak tenggelam. Sehingga orang-orang lebih cepat menemukan iklan kita, tanpa harus cape scroll ke bawah. Menurut mereka dalam berwirausaha facebook sangat mudah digunakan, gratis, *relative* lebih murah, fitur-fiturnya lebih mudah dipahami, dan mampu menjangkau pelanggan lebih luas.

Adapun fitur-fitur yang digunakan oleh pengusaha yang peneliti teliti ialah:

- a. Memposting update status di profil yang memuat informasi berupa foto atau video produk yang dijual dan keterangan harga serta spesifikasi ukuran.

- b. Memposting messenger stories, pengusaha yang berjualan juga memanfaatkan messenger stories untuk memposting produk yang mereka jual. Messenger stories akan menampilkan produk baik berupa foto atau video selama 24 jam. Pengusaha yang memanfaatkan messenger stories dapat menyebarkan atau mempromosikan produknya terhadap pengguna lain, mereka juga dapat mengetahui berapa orang dan siapa saja yang melihat messenger stories mereka.
- c. Para pengusaha yang peneliti teliti juga memanfaatkan grup yang tersedia di facebook, mereka bergabung ke banyak grup jual-beli area Banjarmasin dan sekitarnya di daerah Kalsel.
- d. Memasang iklan berupa foto atau video produk di marketplace, pengusaha atau penjual dapat memanfaatkan marketplace ini untuk menyebarkan informasi mengenai produk mereka, dengan cara klik marketplace dan klik ingin menjual, lalu mengisi keterangan tentang spesifikasi dan harga produk tersebut serta menyelipkan nomer whatsapp, lalu konfirmasi. Jika ingin produknya tersebar luas penjual biasanya juga membagikan iklan tersebut ke seluruh atau beberapa grup yang ia ikuti.
- e. Membuat halaman fan page toko, dan mengundang orang lain untuk menyukai dan bergabung di halaman tersebut.
- f. Bergabung komunitas grup jual beli
Pengusaha yang berwirausaha menggunakan media facebook diharapkan mengikuti prinsip-prinsip Islam, yaitu: a) adil, b) kehendak bebas, c)

Tanggung jawab, d) jujur, e) sesuai kebenaran (dalam Kristianto, Siradjudin, Abdul).

Facebook juga sangat digandrungi oleh masyarakat, baik itu remaja, dewasa, hingga tua. Hanya saja ada beberapa pengusaha seperti Ihsan, Rizky, Fadhil, dan Taufik menyatakan, terkadang ada pelanggan yang ingin membeli, namun tidak mengerti cara bertransaksi online, seperti transfer sehingga mereka harus mengajari terlebih dahulu. Dilihat dari kelebihan facebook, facebook memiliki banyak pengguna yang terhubung juga memberikan manfaat yang besar, hal ini sesuai dengan pernyataan dalam jurnal (Anggraini dan Purba, 2017) bahwa pengguna facebook mencapai 50 miliar atau setara dengan 20% dari total penduduk.

Facebook adalah jejaring media sosial yang menjadi salah satu dari banyaknya jenis media lain yang dipilih dalam berwirausaha, dikarenakan facebook menyediakan berbagai fitur yang mendukung usaha seseorang, untuk berusaha dengan memanfaatkan fitur-fitur yang disediakan oleh facebook. Facebook juga dinilai memberikan kemudahan kepada penggunanya dalam menggunakan fitur-fitur ini, serta biaya yang gratis atau dapat pula berbayar sesuai dengan anggaran masing-masing. Hal ini sependapat pada penelitian Smith dkk dalam Insulin Cho bahwa Facebook adalah salah satu platform yang populer dan praktis. Facebook merupakan pilihan yang tepat untuk pengusaha memasarkan produknya. Facebook memberikan beberapa kelebihan kepada

para penggunanya selain fitur yang mudah dipahami, praktis, dan gratis, Facebook juga merupakan pilihan yang tepat untuk menjadi media promosi dalam memulai usaha selain biayanya murah juga informasinya pun cepat menyebar (Insulin Cho dkk, 2014. Hlm 1).

Peneliti menyimpulkan, bahwa kini teknologi berkembang dengan pesat, adanya pandemi ini mempercepat keadaan perkembangan tersebut yang memberikan kesadaran agar kita harus melek teknologi agar tak tergerus oleh zaman yang semakin maju. Pengusaha harus selalu mencari jalan keluar untuk mengatasi segala permasalahan yang menimpa usahanya, ia dituntut untuk jadi kreatif dan inovatif. Salah satu peluang yang sudah ada ialah media facebook, facebook merupakan aplikasi yang inovatif ia selalu menyediakan fitur-fitur yang sederhana sehingga dapat dipahami, juga menyediakan fitur untuk mendukung usaha penggunanya dengan memberikan keterhubungan dan manfaat yang besar dalam kelangsungan usaha pengguna. Hal itu terbukti dari banyaknya pengusaha yang memanfaatkan media ini untuk berwirausaha, yang juga mendukung usaha penggunanya dengan menyediakan layanan seperti marketplace dan grup, yang mana anggarannya lebih *low budget*.

Jadi pengusaha di Banjarmasin di masa pandemi Covid-19 memanfaatkan media facebook untuk berwirausaha, karena media facebook dinilai lebih efisien dalam berwirausaha, low budget, informasi menyebar dengan cepat.

2. Apakah setelah memanfaatkan media Facebook oleh pengusaha di Banjarmasin di masa pandemi Covid-19 ini mengalami peningkatan atau sebaliknya

a. Pemanfaatan media facebook oleh pengusaha di Banjarmasin di masa pandemi Covid-19 dirasa tidak mengalami peningkatan

Peneliti melakukan riset terhadap 12 informan dalam pemanfaatan media facebook untuk berwirausaha atau berusaha di masa pandemi Covid-19, diantara 12 informan ada 2 informan yang merasa dalam pemanfaatan tersebut tidak mengalami peningkatan.

Ibu Rusdiana salah satu pengusaha pengguna facebook yang memanfaatkan media facebook untuk berjualan dimasa pandemi yang tidak mengalami peningkatan. Setelah saya menelisik lebih dalam, hal ini terjadi karena ibu Rusdiana kurang mengoptimalkan pemanfaatan tersebut. Ibu Rusdiana mengaku jarang sekali mengupload foto atau video tentang produk jualannya, yaitu kue lam. Ibu Rusdiana juga jarang memanfaatkan *marketplace* dan grup untuk berjualan, beliau juga jarang merespons pesan-pesan yang masuk di *messeger chat* facebook, karena menurutnya kebanyakan pesan masuk itu hanya sekedar bertanya dan tidak membeli, yang membuat beliau akhirnya malas meladeni.

Ibu Helda isteri dari Pak Kamil merupakan pengusaha (sandal/sepatu) pengguna facebook yang memanfaatkan media facebook untuk berjualan

dimasa pandemi, dalam pemanfaatan ini beliau juga merasa tidak mengalami peningkatan. . Menurutnya, dia lebih mengutamakan penjualan toko ketimbang online, karena dengan penjualan ditoko lebih laku, ketika pelanggan mampir ke toko pasti beli, begitu tuturnya. Namun adanya pandemi ini, penjualan ditoko turun hampir 85%. Membuat Ibu Helda dan suaminya mulai memanfaatkan media facebook, mereka biasanya mempromosikan jualannya dengan memposting difitur *messenger stories* berupa foto atau video produk sandal dan sepatu, juga memposting di profilnya. Dia juga menggunakan fitur *marketplace* memasang iklan secara gratis namun jarang posting. Sehingga penjualannya pun tidak meningkat dikarenakan tidak mengoptimalkan pemanfaatan fitur-fitur yang telah disediakan oleh facebook untuk mempermudah usahanya.

Pemanfaatan yang di lakukan masyarakat sehari-harinya akan terlihat sudah seberapa besar manfaat tersebut didapatkan. Adapun pemanfaatan media sosial saat ini terutama bagi para pengusaha, media sosial memberikan kemudahan dalam proses promosi maupun sebagai wadah terjadinya transaksi jual beli (Maharani 2012. Hlm 66-67).

Media sosial memberikan sebuah kesempatan yang berfungsi interaksi lebih dekat dengan konsumen. Media sosial menawarkan *content* komunikasi yang lebih individual. Melalui media sosial pula berbagai

para pemasar dapat mengetahui kebiasaan dari konsumen mereka dan melakukan suatu interaksi secara personal serta dapat membangun sebuah ketertarikan yang lebih dalam (Arum Wahyuni, 2017. Hlm 24). Pengusaha dapat membangun hubungan dengan pelanggan melalui pemanfaatan media sosial secara optimal, salah satu upaya pemanfaatan media sosial yang optimal ialah dengan memberikan konten terbaik yang dapat menggugah pelanggan dalam bertransaksi. Menurut Kotler (2017) konten yang berkualitas dapat menarik perhatian *audiens* dengan tepat sasaran, hingga menjadikan mereka pelanggan, maka konten yang dibuat harus maksimal dan didistribusikan dengan perencanaan yang matang. Chafey(2000) menjelaskan lebih lanjut, tentang konten yang dibuat berupa gambar, desain dan tulisan yang memuat informasi (Tito, Suparman, Adi, 2020. Hlm 168).

Berdasarkan teori tersebut dapat dilihat bahwa tingkat pemanfaatan media sosial Facebook yang optimal ialah dengan memberikan konten terbaik semaksimal mungkin baik berupa gambar, desain tulisan yang memuat informasi agar dapat menggugah minat pembeli dan meningkatkan keuntungan. Pengusaha juga perlu memanfaatkan media Facebook secara optimal dalam menggunakan fitur-fitur Facebook

marketing karena salah satu indikator keberhasilan pada umumnya mampu mempertahankan atau meningkatkan tingkat market share, sehingga pencapaian tujuan berarti juga dianggap sebagai keberhasilan perusahaan (Jurnal Zainal 2011).

Berdasarkan data yang disajikan dapat dilihat dari pemanfaatan media facebook ibu Rusdiana dan Ibu Helda mengaku jarang memposting produk di facebook juga belum mencoba memasang iklan berbayar di *marketplace* facebook sehingga kurangnya pengoptimalan dari penyajian konten yang kurang menarik dan jarang posting juga fitur-fitur dari pemanfaatan media facebook tersebut tidak meningkatkan penghasilan.

Peneliti menyimpulkan, bahwa ibu Rusdiana dan Ibu Helda tidak mengalami peningkatan dikarenakan tidak optimal dalam memanfaatkan media facebook, seperti kurang update status tentang produk yang dijual, kurang pertemanan, jarang posting dan iklan di *marketplace* dan grup, sehingga orang lain tidak tergugah untuk membeli.

b. Pemanfaatan media facebook oleh pengusaha di Banjarmasin di masa pandemi Covid-19 dirasa mengalami peningkatan

Dalam penelitian ini ada sebelas informan dari dua belas informan yang diteliti merasa mengalami peningkatan setelah memanfaatkan media facebook di masa pandemi Covid-19.

Salah satunya pak Ihsan seorang marketer digital dari galeri Fadhil, ia menyatakan pada awal pandemi usaha bosnya itu sepi, penghasilannya turun drastis hampir 100%. Namun setelah Pak Ihsan mulai mengelola usaha bosnya dengan media online salah satunya facebook, usaha itu meningkat. Beliau menuturkan dengan facebook, dapat menyebarkan informasi secara luas, dan menjaring pelanggan lebih banyak, misalnya ada pelanggan dari berbagai daerah di area Kalimantan mencari pemasok barang untuk baju-baju gamis, dan akan dijual lagi di daerahnya. Galeri Fadhil saat ini sudah tersebar hingga ke Kaltar. Kini dalam pemanfaatan tersebut penghasilannya meningkat hingga mencapai 10 juta sampai 15 juta perbulan.

Pak rizky seorang pengusaha pakaian jadi kanak-kanak, beliau menyatakan awal pandemi usaha beliau terimbas turun drastis hingga mencapai 70%, dengan penurunan tersebut membuat beliau berpikir keras agar penjualan usaha baju kanak-kanak tersebut laku. Akhirnya beliau mengarahkan kepada karyawan untuk mengelola jualan beliau di sosial media salah satunya facebook. Setelah memanfaatkan media facebook, beliau menyatakan banyak pelanggan yang tahu dan tertarik untuk membeli pakaian di tempat beliau, untuk kemudian dijual lagi di daerahnya. Facebook menurut beliau sangat membantu usahanya dalam mencapai peningkatan penghasilan, dengan facebook pelanggan

bertambah karena informasinya cepat menyebar, dan menjaring pelanggan lebih banyak apabila dimanfaatkan secara optimal.

Pemanfaatan media facebook oleh pengusaha di masa pandemi Covid-19 di rasa meningkat ini dikarenakan pengusaha mengoptimalkan pemanfaatan facebook juga fitur-fitur yang telah disediakan untuk mendukung wirausaha seseorang, seperti updates status setiap hari tentang produk dan juga tentang penjualannya, mereka juga memasang iklan di marketplace dan disebar di berbagai grup jual beli. Iklan yang mereka pasang bisa gratis, dan bisa pula iklan berbayar yang dapat disesuaikan dengan budget atau anggaran. Sehingga apabila kita maksimalkan dalam memanfaatkan media facebook untuk berwirausaha akan mengalami profit peningkatan penjualan atau penghasilan dikarenakan banyaknya pengguna facebook yang memberikan peluang bagi pengusaha untuk menyebarkan informasi serta mencapai pangsa pasar lebih luas dengan popularitas facebook. Adapun popularitas facebook memberi keuntungan dalam berwirausaha yaitu, penetrasi pasar, pengembangan pasar dan produk serta diverifikasi produk dalam branding personal (Chaffey dalam Yusril, 2013. Hlm 14)

Hal ini sejalan dengan Tujuan perusahaan pada umumnya adalah mempertahankan atau meningkatkan tingkat market share. Sehingga pencapaian tujuan berarti juga dianggap sebagai keberhasilan perusahaan (Jurnal Zainal 2011).

Peneliti menyimpulkan, pemanfaatan media facebook oleh 10 informan (pengusaha) di Banjarmasin di masa pandemi Covid-19 mengalami peningkatan, dikarenakan mereka memanfaatkan media facebook untuk berwirausaha secara optimal.