

**Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Media Pemasaran Online Oleh Masyarakat Desa Soguo Kecamatan Bolaang Uki Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan**

**Oleh:**  
**Elsi Safitri Gobel<sup>1</sup>**  
**Cornelius Paat<sup>2</sup>**  
**Shirley Y.V.I. Goni<sup>3</sup>**

**Abstrak**

Pemanfaatan media sosial facebook kepada pedangan online untuk memasarkan produknya kepada public, upaya yang dilakukan oleh pedagang online yaitu untuk meningkatkan pemasaran produk agar terlihat lebih menarik di mata pelanggan. Dalam meningkatkan pemasaran online tidak hanya menjaga kualitas produk saja, melainkan bagaimana cara menyusun kata bahkan menjaga kualitas gambar yang baik agar dalam mempeomisikan suatu produk akan terlihat menarik di mata pelanggan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial facebook sebagai media pemasaran online oleh masyarakat Desa Soguo Kecamatan Bolaang Uki Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan, jenis penelitian yang digunakan dalam hal ini adalah metode kualitatif. Penelitian kualitatif berangkat dari fenomena tertentu yang ada pada situasi sosial tertentu. Laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Berdasarkan dengan hasil penelitian upaya yang dilakukan oleh pedagang online untuk meningkatkan pemasaran yaitu sebagian besar pedagang melakukan berbagai macam upaya untuk meningkatkan pemasaran mulai dari pengembangan inovasi dengan membuat berbagai macam produk agar terlihat menarik bagi masyarakat. Bahkan dalam meningkatkan pemasaraan para pedagang online selalu menjaga kualitas barang atau produk yang ditawarkan, karena ketika kualitas produk yang mereka pasarkan itu bagus akan menarik perhatian masyarakat khususnya pengguna aplikasi facebook.

***Kata Kunci : Facebook, Pedagang Online, Meningkatkan Pemasaran***

---

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi Sosiologi FISPOL-Unsrat

<sup>2</sup> Dosen Program Studi Sosiologi FISPOL-Unsrat

<sup>3</sup> Dosen Program Studi Sosiologi FISPOL-Unsrat

**Pendahuluan**

Internet kini sudah menjadi bagian penting dan tak terpisahkan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Semua orang kini membutuhkan internet untuk melakukan berbagai aktivitas, dari kebutuhan untuk berkomunikasi, belajar, hiburan, hingga berbelanja kebutuhan sehari-hari. Berbagai macam barang dapat kita peroleh secara online dari makanan, pakaian, kosmetik hingga peralatan elektronik bias kita beli secara online menggunakan internet hanya dengan satu klik saja. Hadirnya teknologi internet telah memberikan banyak peluang usaha baru yang mungkin tidak terpikirkan sebelumnya. Bukan hanya orang-orang atau perusahaan bermodal besar yang dapat berbisnis online, namun para pengusaha kecil, bahkan para pemula sekalipun bias memanfaatkan peluang bisnis online. Berbisnis secara online tidak hanya, namun banyak orang yang kini justru menjadikan bisnis online sebagai sumber pendapatan utama.

Media sosial merupakan perpaduan sosiologi dan teknologi yang memberikan kesempatan orang untuk saling terhubung secara online baik dalam hubungan personal maupun bisnis. Media sosial memberikan peranan sebagai media penghubung informasi dan komunikasi antara penjual dengan pembeli, selain itu media sosial memiliki potensi untuk menemukan konsumen serta membangun image tentang merek suatu produk (Chandra, 2017).

Hampir setiap orang menggunakan media sosial. Media sosial awalnya hanya digunakan sebagai saluran untuk berkomunikasi dan berbagi bersama teman-teman atau pun keluarga. Namun, seiring perkembangan zaman dan gaya hidup, fungsi media sosial kini kian Multi fungsi tak sekedar menjalin relasi tetapi juga menghasilkan keuntungan ekonomi bagi penggunanya.

Facebook merupakan salah satu aplikasi media sosial yang banyak digunakan masyarakat. Indonesia menjadi negara dengan pengguna Facebook terbesar ketiga

di dunia. Pengguna Facebook di Indonesia mencapai 202,2 juta pada Juli 2022. Jumlah pengguna Facebook di Indonesia cenderung meningkat sejak September 2018 hingga Juli 2022. Peningkatan jumlah tertinggi terjadi pada Februari 2019 hingga 25,8%.

Dengan jumlah pengguna aktif yang cukup banyak di Indonesia, Facebook bukan hanya media komunikasi yang menghubungkan orang-orang di seluruh dunia, tetapi juga berpotensi menjembatani antara pelaku usaha dan calon pembeli. Facebook menjadi salah satu platform yang dilirik oleh para pelaku usaha sebagai target pasar yang sangat potensi- produk mereka. Apalagi, hal ini juga di dukung dengan berbagai fitur yang di sediakan oleh Facebook , yang dapat memudahkan pengguna melakukan promosi secara lebih mudah. Misalnya tersedia fitur untuk mengunggah foto maupun video di lengkapi fasilitas share (berbagi) yang mempermudah promosi cepat sampai pada target pasar. Melalui Facebook Anda dapat memasarkan produk-produk anda secara gratis atau menggunakan iklan berbayar dengan biaya yang ramah di kantong. Fenomena ini dijadikan masyarakat di desa Soguo sebagai peluang yang menjanjikan untuk berjualan online terutama untuk ibu-ibu yang hanya mengurus rumah tangga.

Peneliti Melakukan survei pengamatan awal pada beberapa masyarakat Desa Soguo yang memanfaatkan Facebook sebagai media pemasaran online, mereka mengatakan lebih mudah memasarkan barang mereka di Facebook karena sasaran pertama mereka adalah orang yang mereka.

**Peneliti Terdahulu**

Peneliti terdahulu adalah sumber yang pernah ada dari hasil penelitian yang kemudian akan digunakan oleh penulis sebagai perbandingan.

Pertama, skripsi Varsel Sumigar dengan judul “Upaya pedagang online dalam peningkatan pemasaran melalui aplikasi Facebook di desa Ranoiapo Kecamatan Ranoiapo Kabupaten Minahasa Selatan”.

Pada penelitian ini membahas tentang “bagaimana upaya pedagang online dalam peningkatan pemasaran melalui aplikasi Facebook di Desa Ranoiapo Kecamatan Ranoiapo Kabupaten Minahasa Selatan.

Kedua, skripsi Elis Febriyanti dengan judul “Pemanfaatan media sosial Facebook sebagai media pemasaran produk (study kasus UKM Har’s Gordyn). Pada penelitian ini membahas tentang “bagaimana pemanfaatan media sosial Facebook sebagai media pemasaran produk har’sgordyn”.

Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis terletak pada lokasi dan judul. Pada penelitian terdahulu pertama, perbedaan terletak pada lokasi di Desa Ranoiapo Kecamatan Ranoiapo Kabupaten Minahasa Selatan, serta judul “upaya pedagang online dalam peningkatan pemasaran melalui aplikasi Facebook di Desa Ranoiapo Kecamatan Ranoiapo Kabupaten Minahasa Selatan”.

### **Metode Penelitian**

Penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Dalam penelitian ini, yang menjadi tempat atau Lokasi penelitian adalah Desa Soguo Kecamatan Bolaang Uki Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan.

Fokus penelitian dalam kualitatif berkaitan sangat erat dengan rumusan masalah, di mana rumusan masalah penelitian di jadikan dasar dalam menentukan fokus penelitian. Dalam hal ini fokus penelitian dapat berkembang atau berubah sesuai dengan perkembangan masalah penelitian di lapangan. Kajian penelitian ini di fokuskan ‘Bagaimana Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Media Untuk Pemasaran Online oleh Masyarakat Desa Soguo Kecamatan Bolaang Uki Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan.

Adapun informan penelitian yang harus di sesuaikan dengan fokus dan tujuan penelitian. Jadi, berdasarkan fokus dan tujuan penelitian, maka informan dalam data

penelitian ini adalah masyarakat Desa Soguo yang berjualan online Melalui Facebook . Dalam penentuan informan penulis meminta sebanyak 10 informan yang terdiri dari 2 pemerintah desa 2 pelanggan dan 6 pedagang online

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melakukan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan menyimpulkan data.

### **Pembahasan**

Berdasarkan dengan hasil penelitian yang ada di lapangan sesuai dengan data yang di peroleh tentang Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Media Pemasaran Online Oleh Masyarakat Desa Soguo Kecamatan Bolaang Uki Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan, dengan ini perlu mendalami suatu pemanfaatan media sosial Facebook tentang bagaimana mereka meningkatkan usaha mereka dengan menggunakan media sosial yang ada. Dengan demikian hal ini dapat menjadi suatu pandangan bahwa di dalam masyarakat boleh dapat menciptakan satu hal yang kreatif dan modern sesuai dengan perkembangan zaman saat ini, terlebih dengan adanya teknologi yang semakin canggih sehingga para pedagang tidak perlu khawatir ketika tidak mempunyai modal untuk membangun lapak atau tempat usaha.

Setiap orang awalnya memang mau membuat suatu usaha agar bias mendapatkan penghasilan guna untuk menunjang perekonomian dan dapat memenuhi suatu kebutuhan baik itu pribadi maupun keluarga, bahkan ketika seseorang yang mau memulai usaha tentu pasti mempunyai tujuan untuk mendapatkan hasil agar perekonomian meningkat. Pedagang online yang ada di Desa Soguo awalnya mereka mendapatkan kesulitan karena adanya pemikiran yang membuat semangat mereka jatuh di karena kan mereka berpikir usaha yang akan mereka buat pasti harus punya modal yang besar, juga mereka mempunyai ketakutan karena

takut gagal atau dapat menimbulkan kerugian. Tetapi dengan adanya teknologi mereka dapat menggunakan kesempatan untuk memulai suatu usaha tanpa harus membangun lapak atau bangunan, sehingga dapat memini malisir anggaran atau modal, dan dalam mengungkap usaha bisnis online mereka dapat membuat jangkauan yang lebih luas sesuai dengan apa yang mereka inginkan.

Seperti halnya saat ini banyak sekali perubahan yang terjadi pada masyarakat baik di Desa maupun masyarakat yang ada di kota. Dengan adanya teknologi yang saat ini semakin berkembang, masyarakat di Desa Soguo lebih memilih mengembangkan bisnis lewat media sosial terlebih khusus dengan menggunakan aplikasi Facebook yang mudah di jangkau bahkan praktis. Pada waktu dulu pedang atau pebisnis yang ada di Desa Soguo hanya memasarkan produk secara langsung di tokoh, pasar, dan lain-lain. Akan tetapi saat ini karena dengan kemajuan teknologi para pedagang lebih memilih untuk berdagang atau memasarkan produk lewat media sosial yang ada karena sangat memudahkan mereka. Pada saat ini pedagang online yang ada di Desa Soguo untuk mencari dan mempertahankan pelanggan yaitu dengan memulai dari mengembangkan kualitas barang, selalu membuat hal yang menarik dan kreatif dalam mempromosikan produk di media sosial Facebook.

Pedagang online yang ada di Desa Soguo mereka selalu berusaha untuk meningkatkan jumlah pembeli dengan cara membuat atau mencari produk yang baru. Mereka selalu menawarkan berbagai macam produk mulai dari pakaian, makanan, peralatan rumah tangga dan masih banyak lagi untuk di tawarkan di media sosial. Bahkan para pedagang online selalu memudahkan pelanggan dalam memesan suatu produk, dengan cara memesan produk lewat kolom komentar, Messenger, atau bias langsung di telepon. Para pelanggan tidak perlu kerepotan dalam memesan barang dan juga ketika pelanggan sudah memesan

produk yang ingin dibeli, pedagang online langsung cepat untuk memproses pembelian. Sehingga para pelanggan atau masyarakat yang ada di Desa Soguo atau pun di luar Desa Soguo merasa di mudahkan, apalagi dengan adanya pesan antar di tempat pelanggan. Para pedagang online yang ada di Desa Soguo juga dalam mempromosikan barang mereka selalu membuat harga yang terjangkau, dan selalu membuat pelayanan yang baik terhadap pelanggan.

Adapun faktor mendorong dan faktor penghambat menurut informan yaitu sebagai berikut :

- a. Menurut informan faktor yang mendorong untuk berdagang online
  1. Memiliki keyakinan akan sukses dan selalu mendapatkan keuntungan
  2. Adanya dukungan dari keluarga
  3. Memiliki semangat yang kuat saat sedang berdagang online
  4. Tidak perlu ribet untuk membangun bangunan atau lapak untuk berjualan, karena di permudah dengan teknologi yang semakin canggih.
  5. Sering kali adanya pemesanan yang melonjak sehingga para pedagang merasa senang dan lebih bersemangat berjualan.
- b. Menurut informan faktor penghambat untuk berdagang online
  1. Dalam pengantaran produk sering kali menjadi kendala.
  2. Belum terlalu memiliki pengalaman dalam memasarkan suatu produk.
  3. Sering kali di batalkan pelanggan saat barangnya sudah sampai.
  4. Sering terjadi kerugian dalam berdagang.
  5. Sering kali terjadi hambatan orderan di karena kan jaringan kurang stabil.

## **Penutup**

### **Kesimpulan**

- Pemanfaatan media sosial Facebook kepada pedagang online untuk memasarkan produknya kepada publik. Upaya yang dilakukan oleh pedagang online yaitu untuk meningkatkan pemasaran produk agar terlihat lebih

menarik di mata pelanggan. Dalam meningkatkan pemasaran para pedagang online yang ada di Desa Soguo selalu menjaga kualitas batang atau produk yang ditawarkan, karena ketika kualitas produk yang mereka pasarkan itu bagus akan menarik perhatian masyarakat khususnya pengguna media sosial Facebook .

- Dalam meningkatkan pemasaran online tidak hanya menjaga kualitas produk saja, tetapi yang mereka lakukan juga adalah bagaimana mereka dapat menyusun kata bahkan menjaga kualitas gambar yang baik agar dalam mempromosikan suatu produk akan terlihat menarik bagi pelanggan. Pedagang online juga sering kali hanya menyiapkan produk sesuai dengan apa yang sering kali di butuh kan dalam masyarakat, di karena kan agar produk yang dipasarkan itu akan cepat habis terjual. Dengan berbagai macam upaya yang di lakukan oleh pedagang online, mereka dapat meningkatkan pemasaran melalui media sosial Facebook.

### Saran

- Menciptakan produk dalam berdagang lewat media sosial Facebook
- Adanya interaksi sosial dengan pelanggan agar pada saat menawarkan produk atau barang mereka akan tertarik dengan adanya tutur kata yang sopan, dan respons yang baik dari pedagang.
- Memiliki pengetahuan dasar dan strategi mengenai konsep pemasaran, agar ketika memasarkan produk lewat media sosial para pedagang online sudah tidak perlu khawatir lagi akan produk yang akan di pasarkan.
- Berdagang online harus di lihat produk apa saja yang sangat di butuh kan oleh masyarakat, agar tidak terjadi kerugian.
- Memerhatikan kualitas barang yang akan di pasarkan baik itu makanan, pakaian, skincare, dan peralatan rumah tangga

### Daftar Pustaka

- Adi, Arista Prasetyo. 2017. Pendapatan Bermodal Internet. Jakarta : 2017
- Chandra, Fabian. 2021. Sosial Media Marketing. Yogyakarta: Diva Press
- Elida, capai-2022-juta-pada -juli-2022 di akses pada 15 Desember Puku 115.42
- Chalid, P. 2009. Sosiologi Ekonomi. Jakarta: Center For Social Economic Studies (Cses) Press
- Davis, FD. 1989. “Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology”.
- Deepublish
- Fata Nidaul Khasanah, Herlawati, Seta Samsiana, Rahmadya Trias Handayanto, Anita Setyowati Srie Gunarti, Irwan Raharja, Maimunah, Benrahman 2020;
- Helianthusonfri, Jefferly. 2012. Buku Pintar Facebook dan Twittwr Marketing.
- Helianthusonfri, Jefferly. 2013. Cepat, Tepat, dan DahsyatPromosiToko Online.
- <http://dataIndonesia.id/digital/detail/pengguna-Facebook -di-Indonesia-> Jakarta: PT. Alex Media Komputindo
- Jakarta:PT. Alex Media Komputindo
- Kanto, S. 2011. Perspektif Modernisasi dan Perubahan Sosial (Suatu Tinjauan Teoritik dan Empirik). Malang: Universitas Brawijaya Press ( UB Press).
- Manajemen Pemasaran (Konsep dan Strategi). Medan
- Moleong, L.J. 2011. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung. PT. Remaja Rodakarya
- Ritonga, H. Fikri, M. Siregar, N. Agustin, R & Hidayat, R. 2018.
- Salim, Joko.2012. Buku Pintar Bisnis Online. Jakarta: PT . Alex Media Komputindo
- Sugiono.2017. Metode Penelitian Kualitatif (Untuk Penelit Bersifat Eksploratif, Enterpratif,

Interaktif, dan Konstruktif).

Bandung:Alfabeta

Timoty, James. 2010. Membangun Bisnis

Online. Jakarta: PT. Alex Media

Komputindo

Yulianti, F. Lamsah. Periyadi. 2019.

Manajemen Pemasaran. Banjar masin: