

**EFEKTIVITAS PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL FACEBOOK DALAM  
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN  
(Studi Pada UMKM Permen Tape “REZEKI” Ngadiluwih Kediri)**

Yani Dwi Restanti  
Universitas Pawayatan Daha  
[yanidwirestanti07@gmail.com](mailto:yanidwirestanti07@gmail.com)

**ABSTRAK**

Pelaku usaha permen tape REZEKI ingin memperluas pangsa pasar dan pasar sasarannya dengan memanfaatkan media sosial *facebook* karena *facebook* memberikan banyak fasilitas untuk bisnis dengan mengimplementasikan *Facebook Marketing*. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu ingin mengetahui bagaimana efektifitas pemanfaatan media sosial *facebook* untuk meningkatkan volume penjualan permen tape REZEKI, di Kecamatan Ngadiluwih, Kabupaten Kediri. Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif dengan menggunakan metode pendekatan deskriptif. teknik pengumpulan data melalui wawancara dengan pemilik industri, observasi langsung ke tempat industri permen tape, dan dokumentasi berupa foto, video ataupun audio dan teknik analisa data meliputi pengumpulan data, reduksi dan kategori data, *display* data serta penarikan simpulan. Hasil penelitian menginformasikan bahwa media sosial *facebook* efektif untuk meningkatkan volume penjualan dengan memanfaatkan fitur-fitur yang ada di *facebook*. Banyak keuntungan yang diperoleh dari bisnis online dengan memanfaatkan media sosial *facebook*. Pelaku bisnis permen tape REZEKI memberikan fasilitas pengiriman pesanan dan pembayaran secara COD. Hasil *interview* pemilik bisnis permen Tape menginformasikan bahwa dengan memanfaatkan *facebook* terbukti ada peningkatan volume penjualan dengan banyaknya pangsa pasar yang dilayani. Harapan kedepan pemilik usaha permen tape bisa memperluas pangsa pasar yang dilayani.

**Kata kunci :** Media Sosial, Binis Online, Efektivitas, *Facebook*, *Facebook Marketing* Penjualan

**ABSTRACT**

REZEKI tape candy business actors want to expand their market share and target market by utilizing Facebook social media because Facebook provides many facilities for businesses by implementing Facebook Marketing. The purpose of this study is to find out how effective the use of Facebook social media is to increase sales volume of REZEKI tape candy, in Ngadiluwih District, Kediri Regency. The type of research used is qualitative research using a descriptive approach. data collection techniques through interviews with industry owners, direct observation of the tape candy industry, and documentation in the form of photos, video or audio and data analysis techniques include data collection, reduction and data categories, data display and drawing conclusions. The results of the study inform that Facebook social media is effective for increasing sales volume by utilizing the features on Facebook. There are many benefits to be gained from online business by utilizing Facebook social media. REZEKI tape candy business actors provide COD delivery and payment facilities. The results of interviews with Tape candy business owners informed that by utilizing Facebook it was proven that there was an increase in sales volume with the large number of markets served. It is hoped that in the

future the tape candy business owner can expand the market share served.

**Keywords** : Social Media, Online Business, Effectiveness, Facebook, Facebook Marketing Sales

## **Pendahuluan**

Era globalisasi perkembangan dunia bisnis berlangsung dalam suatu iklim yang sangat kompetitif, cepat, dan tidak terduga. Semua produsen barang maupun jasa dituntut untuk terus menerus melakukan perbaikan, penyempurnaan, dan bahkan inovasi-inovasi baru. Oleh karenanya, perusahaan-perusahaan dan pelaku bisnis Mikro, Kecil, dan Menengah dituntut untuk mengubah strategi usaha dan pemasarannya untuk lebih dekat dengan konsumen, demi mempertahankan eksistensi usaha yang telah mereka bangun serta mengatasi persaingan dengan para kompetitornya. Salah satu usaha yang dapat dilakukan yaitu memanfaatkan media sosial untuk kegiatan bisnis, dengan melakukan *online marketing*. Banyak media sosial yang dapat dimanfaatkan untuk melakukan *online marketing* diantaranya, instagram, whatsapp, tik tok, dan *facebook*. Media sosial dimanfaatkan untuk pemasaran *online* oleh perusahaan dalam skala besar dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dengan tujuan untuk memperkenalkan produk yang dimiliki dengan biaya yang rendah dan efektif. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Mohammad Trio dan Debby A (2018) yang berjudul Pemanfaatan digital marketing pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di era masyarakat ekonomi Asia, diinformasikan bahwa Seluruh pelaku UMKM menyatakan bahwa pemanfaatan digital marketing telah membantu memberikan informasi dan komunikasi langsung kepada konsumen. Karena pelaku UMKM menggunakan pemasaran online untuk memperluas pangsa pasar dan meningkatkan kesadaran konsumen, pelaku UMKM secara teratur memperbarui informasi produk dan meningkatkan penjualan setiap hari, dan beberapa UMKM bekerja sama dengan sejumlah pasar, termasuk *Shopee* dan Tokopedia, serta bekerja sama dengan *Go Food* untuk memudahkan konsumen dalam membeli produknya.

Pemanfaatan media sosial merupakan salah satu contoh *online marketing*, yang telah merubah beberapa UMKM yang memanfaatkan sosial media, karena mereka telah mampu mengurangi beban biaya promosi yang sangat besar. Karena

pelaku bisnis bisa melakukan kegiatan bisnis dari rumah dan di mana saja. Di Kota Kediri penggunaan media sosial dalam kegiatan jual beli barang dagangan sudah merupakan hal yang biasa, salah satunya media sosial yang dimanfaatkan adalah *facebook*. Pada media sosial *facebook* terdapat fitur *market place* yang memberi tempat bagi pengguna *facebook* untuk melakukan aktivitas jual beli secara *online*. Aktivitas *market place* di *facebook* memudahkan konsumen dalam memilih dan mencari informasi yang lebih spesifik tentang produk dalam bisnis *online* yang sedang digemari saat ini atau sekedar mencari informasi tentang harga produk dan sebagainya. Pesan yang disampaikan melalui iklan di *Market Place* kemudian dijadikan konsumen sebagai dasar referensi dalam mempertimbangkan berbagai alternatif sebelum melakukan pembelian.

Sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Pirman (2022) bahwa media sosial yang marak dan banyak yang berminat serta mudah pemanfaatannya yaitu *facebook*. Hal ini disebabkan karena *facebook* terdapat fitur *market place* yang memberi tempat bagi pengguna *facebook* untuk melakukan aktivitas jual beli secara *online*. Aktivitas *market place* di *facebook* memudahkan konsumen dalam memilih dan mencari informasi yang lebih spesifik tentang produk dalam bisnis *online* yang sedang digemari saat ini atau sekedar mencari informasi tentang harga produk dan sebagainya. Berdasarkan hal tersebut pelaku usaha UMKM permen tape REZEKI memanfaatkan media sosial *facebook* untuk meningkatkan volume penjualan dengan menambah dan memperluas pangsa pasar yang dilayani. Media sosial *facebook* memiliki kelebihan yang dapat dimanfaatkan untuk kegiatan bisnis antara lain:

- untuk menambah media promosi, target periklanan, sedangkan kelebihan lain yang dapat ada diantaranya
- Fitur super lengkap. *Facebook* menjadi salah satu media sosial yang memiliki fitur super lengkap, mulai dari *marketplace*, lowongan pekerjaan, grup atau komunitas, halaman, hingga game. Hal inilah yang membuat pengguna betah berlama-lama menggunakan *Facebook*.
- Terhubung dengan WhatsApp dan Instagram. Karena *Facebook* adalah induk dari WhatsApp dan Instagram, maka semua informasi Instagram dan

WhatsApp dapat tersinkronisasi. Salah satunya konten yang dapat saling berbagi.

- Media sharing yang mudah. *Facebook* dapat menjadi media berbagi foto, video, hingga pengalaman dan informasi menarik lainnya secara mudah dan cepat.
- Media periklanan *Facebook Ads* ter-target. *Facebook Ads* adalah salah satu jasa periklanan yang *Facebook* berikan kepada para pebisnis untuk mempromosikan produk mereka secara ter-target sesuai dengan minat, passion, hobi, usia, dan sejenisnya.

Diketahui pangsa pasar pelaku usaha UMKM permen tape REZEKI sebelum melakukan pemasaran online hanya melayani pembeli di kabupaten Kediri. Pemasaran *online* dilakukan oleh pelaku usaha UMKM permen tape REZEKI sejak tahun 2017. Alasan yang penting pelaku bisnis permen Tape memanfaatkan media sosial dikarenakan keberadaan permen tape sudah mulai dilupakan oleh konsumen, dan sudah tidak diminati oleh konsumen. Dan adanya keinginan untuk memperluas pasar yang dilayani dari berbagai segmentasi pasar dari usia dan kelas sosial. Hal ini disebabkan karena sudah banyak bermunculan permen-permen yang mempunyai cita rasa, kemasan dan harga yang terjangkau oleh konsumen dengan menawarkan kualitas produk yang tinggi. Permen tape merupakan camilan ringan yang bahan bakunya berasal dari tape dan kelapa parut, yang kategori sebagai makanan tradisional yang berasal dari kota Jember. Berdasarkan hal tersebut UMKM REZEKI ingin meningkatkan penjualan permen tape di era modern ini dengan memanfaatkan media sosial sebagai media pemasaran. Pemasaran *online* yang dilakukan yaitu dengan media sosial *facebook*.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas penulis melakukan penelitian dengan judul “Efektivitas Pemanfaatan Media Sosial *Facebook* dalam meningkatkan Volume Penjualan” (Studi pada UMKM REZEKI Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri)

### **Metode**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan metode Deskriptif. Tempat yang dipilih sebagai lokasi penelitian

adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah Permen Tape “REJEKI” kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri. Adapun alasan pemilihan lokasi penelitian ditentukan secara *purposive* (sengaja) dengan pertimbangan bahwa Usaha Mikro Kecil dan Menengah permen tape “REZEKI” merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang sudah dilakukan sejak tahun 2017 dengan memanfaatkan pemasaran online melalui media sosial *facebook*. Fokus penelitian ini adalah efektivitas pemanfaatan media sosial *facebook* dalam meningkatkan volume penjualan (studi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah permen tape “REZEKI” di Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri).

Variabel Independen dalam penelitian ini adalah Efektivitas Pemanfaatan Media Sosial *Facebook*. Definisi Operasional Efektivitas Pemanfaatan Media Sosial *Facebook* adalah suatu ukuran untuk mengetahui tingkat keberhasilan pencapaian tujuan pemasaran dengan memanfaatkan situs jejaring sosial yang memungkinkan penggunaannya dapat saling berinteraksi antar pengguna *Facebook* lainnya. Indikator dalam variabel *independent* antara lain: Konteks, isi, komunitas, penyesuaian, komunikasi, hubungan, perdagangan (Kotler Dan Armstrong 2008:246). Variabel Dependen dalam penelitian ini adalah Volume Penjualan. Definisi operasional volume penjualan adalah total penjualan yang didapat dari komoditas yang diperdagangkan dalam suatu masa tertentu”. Susanto Budidharmo 2000:646. Adapun indikator yang digunakan adalah Kuantitas atau Total penjualan, (Alamiyah dan Padji 2003:126)

Dalam penelitian ini yang menjadi subyek penelitian adalah pemilik usaha permen tape “REZEKI” yang memasarkan produknya di media sosial *facebook*. Sumber data pada penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari hasil wawancara langsung oleh peneliti kepada pemilik usaha terkait penjualan permen tape yang akan diteliti dan juga dari hasil pengamatan serta observasi langsung di lokasi penelitian. Sedangkan data sekunder diperoleh tidak langsung dari pemilik usaha, melainkan dari orang lain atau berupa dokumentasi di lapangan industri. Adapun data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data mengenai konsumen yang dituju, volume penjualan selama 5 tahun yaitu data penjualan dari tahun 2017 sampai tahun 2021, strategi promosi dan strategi pemasaran, media sosial *facebook*

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain Wawancara, Observasi, Dokumentasi. Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam menganalisis data deskriptif kualitatif adalah sebagai berikut:

1. Mengumpulkan data dan informasi dengan melakukan wawancara dan observasi langsung di lapangan kepada pemilik usaha permen tape.
2. Mengidentifikasi cara promosi, pemasaran dan penjualan permen tape yang dilakukan di toko "REZEKI".
3. Membuat rancangan sistem promosi, pemasaran dan penjualan permen tape dengan memanfaatkan media sosial *facebook* sehingga lebih meluas.
4. Langkah berikutnya dalam analisis data adalah buat simpulan

### **Hasil dan Pembahasan**

#### **Media Sosial, Bisnis Online *Facebook***

*Facebook* memberikan tempat untuk bertemu dan berkomunikasi antara seorang anggota dengan anggota lainnya. *Facebook* menawarkan tempat iklan kepada para anggota dalam memasarkan promosi produk-produknya. Saat ini, bisnis yang berada di dalam *facebook* sering kita dengar dengan sebutan *online shop*. *Online shop* merupakan toko belanja *online* yang sangat memudahkan pebisnis menjual barangnya, dan memudahkan pembeli untuk mendapatkan barang yang diinginkan. Adanya komunikasi bisnis yang dilakukan dalam media sosial merupakan sebuah inovasi yang turut mendukung perkembangan Menurut Muwafik (2020:57-59) menjelaskan bahwa media sosial *Facebook* memberikan banyak keuntungan dalam dunia bisnis, di antaranya:

1. Sebagai jembatan untuk memulai bisnis bagi pemula. Tidak perlu modal yang besar untuk memulai bisnis dalam media sosial. Dengan kata lain modal di sini hanya difokuskan pada barang atau jasa yang ingin dijual dan ditawarkan saja.
2. Membantu mencari dan menentukan target konsumen. Salah satu kelebihan aplikasi media sosial *Facebook* adalah memiliki fitur *targeting* yang memunculkan berbagai informasi mengenai konsumen yang dijadikan target pasar bisnis. Hal ini dapat dilakukan dengan cara menambahkan fitur *location* atau penggunaan hastag (#) saat melakukan promosi dengan memposting foto produk.

3. Dapat membagikan informasi dengan cepat dan efektif. Dengan adanya *Facebook*, penyampaian informasi mengenai produk yang ditawarkan kepada masyarakat menjadi lebih mudah dan cepat titik hanya dengan mengklik tombol *share* pada *Facebook* informasi tersebut dapat tersebar sampai penjuru dunia.
4. Menjadi tempat iklan dengan biaya yang minim. Tidak membutuhkan biaya yang besar untuk membuat iklan di *Facebook*, dengan begitu dapat semakin sering membuat iklan yang bisa menarik perhatian masyarakat.
5. Dapat menjangkau masyarakat dan konsumen secara luas. *Facebook* dapat membantu konsumen menjangkau produk berbisnis. Hal ini dapat terjadi karena sifat media sosial yang tidak dibatasi oleh ruang dan waktu.
6. Menciptakan dan meningkatkan *brand awareness*. Apabila kita menggunakan media sosial dengan maksimal maka kemungkinan besar masyarakat akan memberikan perhatiannya pada bisnis atau penjualan produk yang dipasarkan.
7. Dapat terhubung langsung dengan konsumen komunikasi bisnis yang dijalankan. Melalui media sosial tentunya membuat penjual dan konsumen menjadi langsung saling terhubung. Hal ini memudahkan penggunaanya untuk saling berinteraksi.
8. Mendapatkan *feedback* secara langsung dari konsumen. Adanya komunikasi timbal balik dalam *Facebook* memudahkan masyarakat dan konsumen memberikan penilaian baik yang positif maupun negatif mengenai produk atau jasa yang dijual.
9. Dapat dilakukan untuk riset pasar dalam komunikasi bisnis riset pasar sangatlah penting untuk mengetahui keinginan konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Usaha Mikro Kecil dan Menengah Permen Tape Rezeki dapat memanfaatkan media sosial untuk kegiatan pemasaran online atau bisnis online melalui *facebook*. Meskipun pada tahap awal pemanfaatan media sosial melalui *facebook* banyak kendala yang dihadapi banyaknya kendala yang dihadapi diantaranya kurangnya pengetahuan tentang teknologi informasi dan komunikasi, cara yang baik untuk menggunakan jejaring sosial, ketidaksabaran untuk mencapai hasil, dan kurangnya pemahaman untuk membuat postingan yang menarik dan strategi pemasaran yang belum

diimplementasikan dengan baik. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dedi, Rahmi dan Shandy (2017) yang berjudul Pemanfaatan digital marketing untuk usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang berlokasi di Desa Malaka Sari, Duren Sawit. Hasil penelitiannya menjelaskan bahwa UKM tertarik menggunakan pemasaran digital dan media sosial, tetapi mereka menghadapi sejumlah tantangan. Tantangan tersebut diantaranya pengetahuan tentang teknologi informasi dan komunikasi, cara yang baik untuk menggunakan jejaring sosial, ketidaksabaran untuk mencapai hasil, dan kurangnya pemahaman untuk membuat postingan yang menarik. Hasil interview pemilik bisnis permen tape menyampaikan memang pada tahap pemanfaatan media online *facebook* untuk pemasaran online banyak kendala yang dihadapi. Kendala yang dihadapi pemilik usaha permen tape REZEKI diantaranya; 1) kegagalan dalam memahami media sosial, hal ini terkait dengan kesalahpahaman melakukan promosi yang terus menerus yang akhirnya promosi yang dilakukan ditandai sebagai spam. 2) kurangnya pemahaman tentang media social marketing, hal ini disebabkan karena pemilik usaha minim pengetahuan mengenai pemanfaatan media sosial dengan *online marketing*, pemilik bisnis hanya asal dan sembarangan melakukan promosi di media sosial dan sering melakukan kesalahan-kesalahan. 3) Minimnya jaringan internet yang dimiliki pelaku bisnis permen tape REZEKI. 4) Tidak adanya orang yang mengelola media sosial hal ini disebabkan pelaku bisnis permen Tape REZEKI menganggap sepele kegiatan online marketing. Selama lima tahun kegiatan bisnis *online* dengan melakukan penasarannya secara online pelaku bisnis permen tape REZEKI selalu berusaha untuk melakukan pembenahan -pembenahan pada kegiatan pemasaran *online*. Apalagi pada saat wabah corona pelaku bisnis dituntut untuk bisa memanfaatkan *facebook* untuk promosi permen Tape. Adapun yang dilakukan diantaranya memposting permen tape dengan kemasan yang lebih menarik, menyampaikan manfaat dan keunggulan permen tape REZEKI dibandingkan dengan permen tape yang lainnya, menyampaikan banyaknya varian permen tape yang dihasilkan di UMKM REZEKI dengan harga yang terjangkau. Pemilik usaha permen Tape REZEKI kedepan akan terus berusaha untuk memperbaiki tampilan-tampilan yang ada di *facebook* agar banyak orang yang tertarik dan berakhir dengan

melakukan pembelian dan pemesanan. Selain itu pemilik usaha juga akan memberikan fasilitas dalam pembelian yang dirim dan dapat melakukan pembayaran secara COD. Hal ini sesuai dengan apa yang disampaikan oleh Weinberg dalam artikel Agustina dan teman-teman (2020) yang menjelaskan bahwa setiap pelaku bisnis bisa melakukan komunikasi pemasaran yang merupakan proses untuk mendorong kegiatan pemasaran *online* dengan melalui situs web, dan media sosial yang lain sebagai sarana untuk komunikasi dengan komunitas yang jauh dan memiliki kemungkinan lebih besar untuk dikunjungi dengan mudah daripada melakukan pemasaran secara tradisional. Dalam hal ini untuk dapat menarik pembaca pesan yang dibuat pemilik usaha permen Tape REZEKI dapat mengemas pesan pemasaran atau komunikasi pemasarannya dengan elemen pesan yang efektif yaitu pesan yang menarik perhatian, menciptakan minat, menciptakan rasa percaya, bersifat memujuk, mendorong untuk melakukan tindakan pembelian, membangun kepercayaan. Hal ini dilakukan karena banyak barang dagangan yang di pasarkan secara *online* mempunyai karakteristik tidak bisa di pegang dan dilihat secara langsung sehingga mendorong pelaku usaha permen Tape menciptakan rasa kepercayaan yang tinggi kepada pembaca.

### **Efektivitas Pemanfaatan Media Sosial Facebook**

Menurut Mardiasmo (2017: 134) Efektivitas adalah ukuran berhasil tidaknya pencapaian tujuan suatu organisasi mencapai tujuannya. Apabila suatu organisasi mencapai tujuan maka organisasi tersebut telah berjalan dengan efektif. Indikator efektivitas menggambarkan jangkauan akibat dan dampak (*outcome*) dari keluaran (*Output*) program dalam mencapai tujuan program. Semakin besar kontribusi output yang dihasilkan terhadap pencapaian tujuan atau sasaran yang ditentukan, maka semakin efektif proses kerja suatu unit organisasi.

Efektivitas merupakan unsur pokok untuk mencapai tujuan atau sasaran yang telah ditentukan di dalam setiap organisasi, kegiatan ataupun program. Disebut efektif apabila tercapai tujuan ataupun sasaran seperti yang telah ditentukan. Efektivitas memiliki arti berhasil atau tepat guna. Efektif merupakan kata dasar, sementara kata sifat dari efektif adalah efektivitas. Menurut Effendy efektivitas adalah sebagai berikut: "Komunikasi yang prosesnya mencapai tujuan

yang direncanakan sesuai dengan biaya yang dianggarkan, waktu yang ditetapkan dan jumlah personil yang ditentukan” (Effendy, 2003:14).

Berdasarkan beberapa definisi mengenai efektivitas dapat disimpulkan bahwa efektivitas merupakan indikator atas ketercapaian sesuatu yang sudah ditentukan atau usaha yang dilakukan untuk mencapai tujuan dan target sesuai jangka waktu, serta hasil yang diharapkan. Dimana makin besar persentase target yang dicapai, makin tinggi efektivitasnya. Hasil penelitian menginformasikan bahwa pelaku bisnis usaha permen tape setelah memanfaatkan media sosial *facebook* penjualan mengalami kenaikan dibandingkan dengan melakukan pemasaran secara *offline* atau tradisional. Kenaikkan penjualan sampai 2-5%. Sejak pertama memanfaatkan media sosial *facebook* untuk pemasaran *online* pada tahun 2017 mengalami kenaikan penjualan. Hal ini menunjukkan efektivitas pemasaran yang dilakukan tercapai.

### **Volume Penjualan**

Menurut Swastha pada penelitian Pirman (2022) menjelaskan bahwa pada umumnya penjualan mempunyai 2 tujuan umum, yaitu:

#### 1. Meningkatkan volume penjualan

Penetapan harga di beberapa perusahaan di fokuskan pada volume penjualan selama periode waktu tertentu, misalnya 1 tahun atau 3 tahun. Manajemen bertujuan meningkatkan volume penjualan dengan memberikan diskon atau strategi penetapan harga yang agresif lainnya meskipun harus mengalami rugi dalam jangka pendek.

#### 2. Mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar

Beberapa perusahaan besar dan kecil, menetapkan harga dengan tujuan untuk mempertahankan atau meningkatkan pangsa pasar perusahaan. Misalnya, ketika mata uang Jepang Yen, nilainya melebihi nilai Dollar A.S, produk Jepang diadakan pada prospek berkurangnya pangsa pasar. Untuk mempertahankan pangsa pasar perusahaan Jepang menerima margin laba yang lebih kecil dan mengurangi biaya sehingga dapat menjual produk dengan harga dibawah harga jual yang seharusnya.

Oleh karena itu, volume penjualan salah satu hal yang penting yang harus dievaluasi untuk memungkinkan usaha tidak mengalami kerugian. Simpulannya

penjualan tercipta jika adanya suatu proses pertukaran barang atau jasa antara penjual dengan pembeli, tujuan penjualan pada umumnya ada 2, yaitu meningkatkan volume penjualan dan meningkatkan pangsa pasar. Volume penjualan adalah dimana suatu penjualan telah mencapai target atau kenaikan jumlah penjualan dan mendapatkan keuntungan yang meningkat. Sedangkan pangsa pasar adalah menjual suatu produk dengan harga dibawah harga jual yang seharusnya tetapi tetap mendapatkan keuntungan. Hasil penelitian disampaikan pelaku usaha permen tape REZEKI selama 5 tahun melakukan pemasaran online dengan memanfaatkan media sosial *facebook* dari tahun ketahun mengalami kenaikan. Hal ini terbukti dari data penjualan yang terjadi selama lima tahun yaitu dari tahun 2017 sampai tahun 2021. Berikut data penjualan UMKM Permen Tape REZEKI dari tahun 2017 sampai tahun 2021;

Tabel 1  
Data Hasil Penjualan selama 5 tahun

No	Tahun	Penjualan (kg)
1	2017	6.901
2	2018	7.246
3	2019	7.463
4	2020	7.612
5	2021	7.992

Hasil penelitian pada tahun 2019 volume penjualan mengalami kenaikan tetapi tidak signifikan hal ini dikarenakan pada tahun 2019 terjadi wabah yang melanda dunia, usaha permen Tape REZEKI pun juga kena imbasnya. Meskipun demikian pelaku usaha terus berusaha bagaimana agar bisnisnya tidak mengalami kerugian. Berbagai strategi pemasaran *online* dilakukan, hal ini disebabkan karena minat terhadap permen Tape sedikit. Pelaku bisnis berusaha melayani pelanggan secara optimal dengan melakukan pengiriman barang sesuai dengan waktu yang diinginkan pelanggan. Pada media sosial gencar dilakukan promosi menambah tampilan dan foto-foto terbaru mengenai permen Tape REZEKI. Memperluas jaringan pemasaran dengan melayani pangsa pasar yang ada di luar Kabupaten

Kediri. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Hayatun (2022) di jelaskan dengan melakukan promosi yang bagus pada media sosial dengan memberikan informasi seperti tawaran selalu memperbaiki foto profil dibuat semenarik mungkin, menggunakan foto yang jernih untuk produk permen tape REZEKI, membagi jenis konten dan mengelola waktu *posting*.

### **Kesimpulan dan Saran**

Teknologi yang terus berkembang dimanfaatkan untuk kepentingan yang menguntungkan ditandai dengan banyaknya media social yang dapat dimanfaatkan untuk melakukan bisnis *online* atau pemasaran *online*. Media sosial digunakan untuk media komunikasi yang menguntungkan mengingat sifat media social yang terbuka. *Facebook* salah satu media sosial yang dimanfaatkan untuk melakukan kegiatan bisnis dengan mengimplementasikan facebook marketing. Hasil penelitian yang dilakukan pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Permen Tape REZEKI dapat disimpulkan bahwa pelaku usaha dengan memanfaatkan media sosial *facebook* dapat melakukan kegiatan pemasaran dengan efektif. Hal ini terbukti dengan melakukan *facebook* market dapat menghemat biaya promosi, karena dengan fasilitas *facebook* dapat memanfaatkan fitur-fitur yang ada di *facebook*. Saran untuk pelaku bisnis permen Tape REZEKI kedepannya agar terus melakukan perbaikan-perbaikan komunikasi dengan pelanggan, selalu berusaha untuk memberikan fasilitas yang lebih kepada pelanggan, terus mencari dan melayani pangsa pasar yang baru dan yang sudah ada.

### **Daftar Pustaka**

- Anang, S. C. 2016. *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia*. Tulungagung.
- Astutik, Wahyuni. 2020. Masalah Agensi Pada Perusahaan Konsumsi Yang Telah Go Publik Di Bei Tahun 2009 Sampai Tahun 2013. *Media Bina Ilmiah*, 14 (6), 2799-2806
- Astutik, Wahyuni. 2020. Penguatan Investor Muda Di Pasar Modal. *MEDIA BINA ILMIAH*, 14 (10), 3297-3206
- Astutik, Wahyuni. 2021. Pengaruh Leverage Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Konsumsi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2012-2014. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntans*, 6(1), 1682-1690
- Andi, P. B. 2020. *Efektivitas Pemanfaatan Jejaring Sosial (facebook) Sebagai Media Bisnis Online Dalam Meningkatkan Volume Penjualan*. Universitas Negeri Makassar.
- Dina, Nur & Indriyana, Dina. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Bpjs Terhadap Kepuasan Kerja. Jumba: Jumba Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi. Vol. 01 NO. 01 Tahun 2022. E-ISSN:2828-8815
- Dina N, Nio SR. (2019). Kontribusi Adversity Quotient Terhadap Stres Kerja Pada Driver PT. Gojek Indonesia. *Jurnal Riset Psikologi*. (3), 2019
- Hanggondosari, Sri Utami & Dina, Nur. (2022). Implementasi Analisa System Dan Prosedur Pemberian Kredit Usaha Kecil Untuk Miminimilkan Kredit Macet. Jumba: Jumba Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi. Vol. 01 NO. 01 Tahun 2022. E-ISSN:2828-8815
- Helianthusonfri, Jefferly. 2016. *Belajar Sosial Media Marketing*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Juni, Donni P. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: Pustaka Setia.
- Kotler, Philip, Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management, 14<sup>th</sup> Edition*. United States of America: Pearson.
- Kusuma, Hendra. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa: Studi Pada Pt. 33 Putra Kediri. Jumba (*Jurnal Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*). Vol 1 No 1
- Kusuma, Hendra. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa. Jumba: Jumba Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi. Vol. 01 NO. 01 Tahun 2022. E-ISSN:2828-8815
- Kusuma, Hendra Dan Asmoro, Wiwiek Kusumaning. (2020). Perkembangan Financial Teknologi (Fintech) Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam. *Istithmar : Jurnal Studi Ekonomi Syariah*. Vol. 4 No. 2

Nasrullah, R. 2016. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Sosioteknologi, Cet.kedua*. Bandung. Simbiosis Rekatama Media.

Nadya, R, Poetri D.T.N, Caroline,N.M, Susanto, T, Valebtino, N & Utami,G.I (2021). *Strategi Promosi Pada Media Digital /Online*

Restanti, Yani Dwi Dan Setyno, Herry. (2021). Pengaruh Stock Split Terhadap Respon Investor. Cahaya Aktiva. Jilid 11 Terbitan 1. 25-40

Riyanah, & Arimbi. (2022). Analisis Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Koperasi Simpan Pinjam (Ksp) Mitra Rakyat Bersama Kabupaten Nganjuk. Jumba: Jumba Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi. Vol. 01 NO. 01 Tahun 2022. E-ISSN:2828-8815

Sumaryati, Sri Ari (2022). Etika Bisnis Sebagai Acuan Meningkatkan Kepuasan Konsumen. Jumba: Jumba Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi. Vol. 01 NO. 01 Tahun 2022. E-ISSN:2828-8815

Swastha, B. 2014. *Manajemen Penjualan Edisi 3*. (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta), 80.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.

Umam, K. 2016. *Pengaruh Penggunaan Facebook Terhadap Aktifitas Belajar Siswa*. MAN 2 Kota Serang.

Yahya, M. 2021. *Penggunaan Facebook Dalam Promosi Produk Barang Jadi*. Universitas Muhammadiyah Makassar.

Zulkarnain. 2012. *Ilmu Menjual Pendekatan Teoritis dan Kcakapan Penjual*. Yogyakarta: Graha Ilmu.