

INOVASI MASYARAKAT DESA BUMI PRATAMA MANDIRA DALAM PEMASARAN MEDIA SOSIAL FACEBOOK (Studi Masyarakat Desa Bumi Pratama Mandira, Kecamatan Sungai Menang, Kabupaten OKI, Sumatera Selatan)

BUMI PRATAMA MANDIRA VILLAGE INNOVATION COMMUNITY IN FACEBOOK SOCIAL MEDIA MARKETING (Study of the Community of Bumi Pratama Mandira Village, Sungai Menang District, OKI Regency, South Sumatra)

Wulandari¹, Yenrizal², Badarudin Azarkasyi,³

¹Universitas Islam Negeri Raden Fatah, Palembang, Indonesia

²Universitas Islam Negeri Raden Fatah, Palembang, Indonesia

³Universitas Islam Negeri Raden Fatah, Palembang, Indonesia

¹wulandari.official9@gmail.com ²yenrizal_uin@radenfatah.ac.id

³badarudinazarkasyi_uin@radenfatah.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this study is to find out how the innovation and development of people who do online buying and selling business through social media facebook. This research method uses qualitative research methods. This study uses data collection techniques such as interviews, documentation as complementary data. The theory used is the theory of symbolic interactionism. The results of this study indicate that people who do online buying and selling businesses are motivated by opportunities and opportunities to take advantage of their technological and communication advances, then the communication they build through social media facebook in doing online buying and selling business is very effective and acceptable to the community. As well as the development of creative and innovative communities when doing online buying and selling businesses are able to help people develop their ideas and hobbies, even though they are quite far from the city, this can be seen from people who do online buying and selling businesses are able to understand and using social media facebook as a business buying and selling online well.

Keywords: innovation, Online Buying, Facebook

ABSTRAK

Kemajuan teknologi memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi kehidupan manusia, dan salah satu teknologi yang dapat dirasakan saat ini adalah internet, maka dari itu Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan inovasi dan perkembangan masyarakat yang melakukan bisnis jual beli online melalui media sosial facebook. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data seperti wawancara, dokumentasi. Teori yang digunakan ialah teori interaksionisme simbolik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat yang melakukan bisnis jual beli online ini dilatar belakangi karena adanya kesempatan dan peluang memanfaatkan kemajuan teknologi dan komunikasi mereka. Serta perkembangan masyarakat yang kreatif dan inovatif ketika melakukan bisnis jual beli online mampu membantu masyarakat sehingga lebih mengembangkan ide dan hobi yang mereka miliki, walaupun terbilang jarak yang cukup jauh dari kota, hal ini dapat dilihat dari masyarakat yang melakukan bisnis jual beli online mampu memahami serta menggunakan media sosial facebook sebagai bisnis jual beli online dengan baik.

Kata Kunci: inovasi, Bisnis Online, Facebook

1. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi kehidupan manusia. Perkembangan teknologi yang sangat pesat menawarkan fasilitas untuk saling bertukar informasi dalam waktu yang sangat singkat dan mampu menjangkau belahan dunia mana pun, perkembangan teknologi informasi ini sekaligus berpengaruh terhadap segala aspek kehidupan manusia dan menciptakan era globalisasi yang semakin pesat dari waktu ke waktu. Di era globalisasi dan majunya perkembangan teknologi saat ini, kalangan masyarakat desa dan ibu rumah tangga banyak yang ingin mencoba terjun ke dunia bisnis dengan memanfaatkan media sosial facebook, tidak

sedikit dari mereka yang berminat untuk ikut berbisnis jual beli online dengan tujuan mereka agar mendapatkan pekerjaan yang bisa dilakukan di rumah.

Facebook adalah salah satu jejaring sosial yang populer dikalangan masyarakat Indonesia maupun dunia, yang diluncurkan pertama kali tepatnya tanggal 4 februari 2004 oleh pendiri facebook yakni Mark Zuckerberg, ia adalah seorang programmer computer yang mahir dan handal di Universitas Harvard. Meskipun facebook merupakan sebuah jejaring sosial untuk berkomunikasi satu sama lain namun keberadaannya mampu menarik perhatian untuk menjadikan facebook sebagai media pemasaran bisnis online / onlineshop dan mendapatkan respon yang baik bagi pengguna facebook yang lain karena selain bisa berkomunikasi tapi juga bisa saling memesan barang dagangan yang di jual di jejaring sosial facebook.

Berdasarkan data yang diperoleh dari kementerian Komunikasi dan Informatika mengungkapkan bahwa, total ada 43,06 juta orang yang menggunakan jejaring sosial facebook dan indonesia menempati urutan ke tiga sebagai pengguna jejaring sosial facebook tertinggi. Direktur jenderal aplikasi Kementerian Komunikasi dan Informatika Aswin Sasongko mengatakan bahwa, “ situs jejaring sosial facebook menarik dan sudah menjadi budaya di masyarakat indonesia. Tidak hanya kalangan remaja namun juga diminati oleh bapak-bapak atau ibu-ibu, hampir semuanya di pengaruhi faktor sosial,” paparnya(<https://kominfo.go.id>).

Dengan banyaknya pengguna media sosial facebook maka pemanfaatan dan juga faktor saling mempengaruhi satu sama lain untuk meningkatkan taraf hidup dengan menggunakan media sosial facebook sebagai sarana jual beli online, apalagi untuk mengakses sosial media kini terbilang mudah. Media sosial tersebut akan terbentuk sebuah motivasi dan proses komunikasi yang interaktif dan efektif untuk komunikasi pemasaran yaitu Word of Mouth dimana muncul secara natural dari pendapat lingkungan sosial yang dirasa lebih jujur dan tidak ada motif-motif tertentu dalam menyampaikan suatu informasi kepada konsumen lainnya. (Rahman Akbar & Ahmad Muhaimin, 2022)

Pada saat ini pengguna facebook yang mayoritasnya adalah wanita yang menjadikan alasan kuat untuk mengembangkan bisnis online shop bagi pebisnis di dunia maya karya Mark Zuckerberg. Pengguna yang mayoritas nya 18-24 tahun menunjukkan bahwa usia yang sudah matang dan memiliki dana yang cukup untuk memenuhi kebutuhan diri sendiri, hal ini merupakan salah satu pertimbangan untuk tetap eksis melakukan bisnis jual beli online. (Ahmad Muhaimin & Eraskaita Ginting, 2019) Namun, tidak kalah oleh anak muda ibu rumah tangga dan masyarakat yang lainnya pun juga banyak yang ingin mencari pekerjaan, namun tidak meninggalkan tugas dan tanggung jawabnya sebagai ibu rumah tangga di rumah, dikarenakan rasa keinginan yang kuat untuk melakukan bisnis. Maka dari itu ibu rumah tangga atau masyarakat pun yang sudah mulai berbisnis online melalui media sosial facebook bisa menjadi motivasi dan secara tidak langsung menarik dan memikat agar masyarakat yang lain juga bisa melakukan bisnis jual beli online. Dan dengan ini peneliti ingin mengetahui bagaimanakah persepsi dari masyarakat yang sudah berhasil menjalankan bisnis jual beli online dan mengetahui perkembangan masyarakatnya ketika sudah melakukan bisnis jual beli online sehingga orang lain pun bisa ikut tertarik dengan menjalankan bisnis jual beli online di jejaring sosial facebook. Untuk menjalankan bisnis maka pelaku bisnis seharusnya memiliki kemampuan persuasi melalui media sosial facebook tersebut, persuasi dapat mendorong keinginan pembeli untuk membeli produk (Dwi Nur Alim & Rina Pebriana, 2022).

Bisnis jual beli online yang dilakukan oleh masyarakat di desa Bumi Pratama Mandira ini dimulai sekitar tahun 2018, karena pada tahun 2016 di desa Bumi Pratama Mandira PT Wachyuni Mandira mengalami kebangkrutan yang cukup banyak melakukan pemecatan terhadap karyawan laki-laki dan perempuan yang berkerja di PT Wachyuni Mandira desa Bumi Pratama Mandira. Dari mulai nya kebangkrutan itu terjadi maka mantan karyawan perempuan disana tidak memiliki pekerjaan selama 2 tahun, sehingga ketika mereka mengenal facebook pada tahun 2018 kemudian mereka para ibu rumah tangga dan masyarakat berinovasi untuk melakukan sistem jual beli online

yang dilakukan di media sosial facebook yang dimulai dengan berjualan beragam kebutuhan rumah tangga dan keperluan lainnya.

Dari beberapa masyarakat yang sudah melakukan bisnis jual beli online ini ada yang sebagai reseller, dropship, dan ada yang menjual barang dagangan dengan produksi mereka sendiri, adapun beberapa produk yang mereka jual di media sosial facebook adalah pakaian, peralatan rumah tangga, furniture, dan kebutuhan lain, untuk produk yang mereka produksi sendiri di rumah seperti contohnya : makanan, minuman, kue, kue ulang tahun, dissert, dan catering. Perkembangannya tentu dirasakan oleh masyarakat terutama ibu rumah tangga yang ingin memesan peralatan rumah tangga tanpa perlu keluar rumah dan ke pasar, hanya dengan memesan melalui media sosial facebook maka sudah bisa membeli barang yang diinginkan, tentunya hal ini memberikan kemudahan bagi pembeli dan keuntungan bagi penjual. (Meri Ekri Nensi et al., 2022)

Di Desa Bumi Pratama Mandira ini merupakan sebuah desa dengan jarak yang jauh dari jangkauan kehidupan di kota, untuk bisa benar benar mengunjungi dan sampai di desa ini memerlukan waktu yang cukup lama dan jauh, daerah ini merupakan perbatasan antara Provinsi Lampung dan Provinsi Sumatera Selatan, sehingga daerah perbatasan ini di pisahkan oleh sungai. Akses untuk masuk ke desa Bumi Pratama Mandira ini harus menggunakan transportasi air (speed boat), dari beberapa penjelasan mengenai akses menuju desa bumi pratama mandira tentunya menjadi sebuah kemajuan bagi orang-orang yang melakukan bisnis jual beli online bisa mengirimkan barang tersebut sampai dan masuk di desa Bumi Pratama Mandira, dari kalangan masyarakat tentunya tertarik dengan adanya kemajuan ini sehingga mereka memiliki rasa keinginan untuk melakukan bisnis jual beli online.

Dengan kemajuan teknologi saat ini maka para penjual yang ada di Desa Bumi Pratama Mandira dapat membagikan ataupun memposting barang dagangan sehingga bisa memengaruhi orang lain untuk ikut berbisnis dan bukan hanya sebagai pembeli saja, Karena pada dasarnya media sosial juga sebagai sarana memberikan pengaruh serta efek bagi khalayak ramai, terutama di bidang pemasaran yakni proses penyampaian informasi secara cepat. Saat ini ada 2 jenis macam pemasaran yakni : pemasaran tradisional bisa dilakukan interaksi secara langsung dan online marketing atau bisa di bilang jual beli bisnis online dilakukan secara daring seperti contohnya di media sosial facebook. (Sepriadi Saputra & Fera Indasari, 2022)

Adapun beberapa faktor keberhasilan ibu rumah tangga dan masyarakat di desa Bumi Pratama Mandira yakni mereka mampu menjual barang dagangan yang sesuai dengan permintaan konsumen sehingga konsumen tidak merasa kecewa dengan barang yang sudah di pesan melalui jual beli online. Para masyarakat ini mengutamakan kualitas dan kepercayaan dari para pelanggan agar para pelanggan bisa kembali memesan dan bahkan ada juga yang ikut tertarik untuk mengikuti bisnis jual beli online tersebut. Keberhasilan dari bisnis jual beli online di kalangan masyarakat di desa Bumi Pratama Mandira ini sebuah perkembangan.

Keberhasilan masyarakat yang melakukan bisnis jual beli online di desa Bumi Pratama Mandira ini tidak luput dari perjuangan untuk bisa mengantarkan barang yang sudah di pesan oleh pelanggan. Masyarakat dengan sistem reseller yang menjual barang dagangannya kadang harus menunggu barangnya sampai selama 2 minggu untuk bisa sampai dan memberikan barang tersebut kepada pelanggan, hal ini dikarenakan akses yang sangat jauh sehingga untuk barang bisa masuk ke lokasi harus membutuhkan waktu yang cukup lama dari waktu yang sudah di targetkan, yang seharusnya barang itu sampai dalam waktu 4 hari menjadi 2 minggu. Adapun jasa pengiriman barang (JNE, J&T, Sicepat) yang ada di lokasi desa Bumi Pratama Mandira ini terbilang juga baru sekitar di mulai pada tahun 2016 dan sampai sekarang sudah ada beberapa cabang yang bisa memudahkan untuk para penjual dalam mendapatkan barang dari produsennya dan sampai ketangan konsumen/pelanggan bagi yang melakukan bisnis jual beli online sebagai Reseller ataupun dropship.

Fenomena yang membuka peluang masyarakat untuk bisa memanfaatkan keadaan dengan sebaik mungkin, mengajak dan mengarahkan pengguna media sosial sebagai salah satu solusi untuk memberikan kesempatan bagi yang ingin melakukan bisnis online, banyak yang memotivasi agar bisa melakukan hal tersebut, apalagi di zaman sekarang berbagai lapisan masyarakat pun ikut

serta dalam penggunaan media sosial facebook. Aktivitas bisnis jual beli online masyarakat di Desa Bumi Pratama Mandira pada media sosial 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 beranda facebook kemudian dijadikan konsumen sebagai dasar referensi dalam mempertimbangkan berbagai alternatif sebelum melakukan pembelian.

Hasil dari sebuah perkembangan teknologi tersebut yakni informasi dan bisnis yang saat ini mulai banyak dijadikan strategi dalam menjalankan dunia perniagaan/ perdagangan yakni munculnya bisnis jual beli online atau bisa disebut dengan e-Bussines. Dalam sebuah Buku *Cracking Zone* (Kasali,2011:14) memaparkan sebuah studi dari riset penelitian Ericson yang mengatakan bahwa ada salah satu alasan masyarakat Indonesia begitu tertarik dengan teknologi mobile adalah bahwa teknologi tersebut digunakan untuk menguatkan bisnis. Teknologi informasi yang terkoneksi dengan jaringan internet global memberikan peluang dalam pemasaran produk atau jasa. Di era globalisasi ini, 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. Dampak positif yang lain dari perkembangan teknologi adalah proses transaksi yang dapat dilakukan secara cepat, perkembangan ekonomi yang baik. Dan faktor pengaruh keberhasilannya, Sehingga memotivasi masyarakat yang lain ikut menjalankan bisnis online tersebut, Maka dalam hal ini peneliti tertarik untuk mengetahui penilaian tentang bisnis jual beli online mengenai **“INOVASI MASYARAKAT DESA BUMI PRATAMA MANDIRA DALAM PEMASARAN MEDIA SOSIAL FACEBOOK”**.

Adapun ada beberapa rumusan masalah yang ingin diangkat yakni bagaimanakah perkembangan inovasi masyarakat tentang bisnis jual beli online pada media sosial facebook dan bagaimanakah motif inovasi masyarakat yang melakukan bisnis jual beli online melalui media sosial facebook. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana inovasi masyarakat tentang bisnis jual beli online pada media sosial facebook dan bagaimanakah motif dan inovasi masyarakat tersebut menjalankan bisnis jual beli online.

2. METODE PENELITIAN

Berdasarkan pada permasalahan yang akan diteliti maka peneliti menggunakan metode pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian Deskriptif Kualitatif adalah sebuah metode penelitian yang memanfaatkan data kualitatif dan dijabarkan secara deskriptif. Jenis penelitian deskriptif kualitatif kerap digunakan untuk menganalisis kejadian, fenomena, atau keadaan sosial dengan macam cara (observasi, wawancara, dokumentasi, rekaman dan lain lain) yang diolah dan diproses melalui (pencatatan, pengetikan, dan penyuntingan dari teknologi penulisan nya). Penelitian dan sebagian besar studi kualitatif bersifat deskriptif (Eriyanto, 2001:197). Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah Indepth Interview atau wawancara mendalam yaitu suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan seorang peneliti untuk mendapatkan sebuah informasi dengan cara Tanya jawab, yang saling berhadapan satu sama lain dengan informan yang sudah ditentukan dan dapat memberikan informasi dan keterangan yang berkaitan dengan permasalahan peneliti. Wawancara yang dilakukan peneliti menggunakan pedoman wawancara mendalam dan tetap menjaga suasana agar dapat terciptanya keakraban antara peneliti dan informan sehingga peneliti mampu mencari informasi sebanyak mungkin dan peneliti dapat memperoleh gambaran secara jelas mengenai motif dan inovasi masyarakat tentang bisnis jual beli online melalui media sosial facebook.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Bumi Pratama Mandira adalah salah satu desa yang jauh dari kota. Mayoritas masyarakatnya bertumpu pada hasil budidaya udang, dengan sebagian lagi sebagai nelayan, namun juga sebagian nya memiliki pekerja sebagai guru, pegawai negeri, dll. Dari berbagai macam jenis pekerjaan yang ada didesa ini yang menarik perhatian adalah para masyarakat yang melakukan

bisnis jual beli online. Persepsi masyarakat dapat diartikan sebagai salah satu proses penilaian terhadap suatu pengalaman dan objek yang telat diamati oleh suatu masyarakat atau kelompok yang saling hidup berdampingan satu sama lain. Hasil dari motif inovasi setiap orang bisa jadi berbeda-beda terhadap objek yang ia amati dan yang dialami olehnya. Begitu pula dengan pandangan masyarakat Desa Bumi Pratama Mandira yang melakukan bisnis jual beli online melalui media sosial facebook.

Masyarakat di desa Bumi Pratama Mandira yang melakukan sebuah usaha bisnis jual beli online melalui media sosial facebook serta inovasi dan motif tentang bisnis jual beli online tersebut dalam kehidupan sehari-hari. sehingga pengaruh dari melakukan tindakan tersebut dapat memberikan makna bagi orang lain yang ikut tertarik dengan bisnis jual beli online pada media sosial facebook, jika masyarakat tersebut berhasil menjalankan bisnis jual beli online tentunya akan menjadi sebuah tradisi baru bahwa masyarakat juga bisa bekerja menghasilkan uang tanpa harus meninggalkan pekerjaan rumah. Tentunya hal ini tidak terlepas dari saling interaksi, komunikasi antar sesama manusia dan masyarakatnya, sehingga dapat saling mendapatkan pemahaman pada diri mereka.

Media sosial facebook menjadi salah satu sarana komunikasi pada era sekarang untuk saling memberikan informasi, begitupun yang dilakukan oleh masyarakat desa Bumi Pratama Mandira yang memanfaatkan media sosial facebook sebagai sarana untuk melakukan bisnis jual beli online dan media promosi serta saling berkomunikasi antara penjual dan pembeli melalui beranda media sosial facebook.

Melihat dari beberapa latar belakang masyarakat yang sudah diuraikan diatas bahwa hal yang perlu diketahui adalah mengenai motif dan inovasi mereka terhadap bisnis jual beli online. Tentunya ada beberapa argumentasi dari masyarakat yang sudah melakukan bisnis jual beli online tersebut, pada paparan mengenai motif inovasi masyarakat desa Bumi Pratama Mandira tentang bisnis jual beli online maka dilakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil pengumpulan data mengenai motif inovasi masyarakat tentang bisnis jual beli online di desa Bumi Pratama Mandira diuraikan sebagai berikut:

Manusia dapat berkembang melalui pemikiran mereka dengan berinteraksi dengan orang lain. Pikiran yang berkembang dalam diri seseorang atau dalam diri masyarakat sosial komunikasi tidak dapat dimengerti sebagai proses yang terpisah. Proses ini tentunya melibatkan dua fase yang mencakup percakapan gerakan dan bahasa, keduanya dapat saling mempengaruhi dalam konteks sosial diantara dua atau bahkan lebih individu yang saling berinteraksi.

Aktivitas penutup dari rentetan konsep pikiran ialah pengambilan sebuah peran (*role taking*) atau kemampuan secara simbolik untuk menempatkan diri nya sendiri dalam khayalan orang lain. Sebagaimana yang dilakukan oleh para pelaku bisnis jual beli online ini adalah menyebarkan informasi maupun saling berinteraksi satu sama lain terkait keberhasilannya saat melakukan bisnis jual beli online (Richard west dan Lynn Turner,2008:27).

Bisnis jual beli online melalui media sosial facebook yang dilakukan oleh masyarakat Desa Bumi Pratama Mandira yakni dapat memberikan persepsi yang baik bagi orang lain untuk bisa melakukan bisnis jual beli online, karena masyarakatnya sangat menerima perkembangan teknologi dan melihat orang-orang yang berhasil melakukan bisnis jual beli online, serta interaksi komunikasi mereka yang saling terbuka, dimana orang bisa melihat dan memberikan efek serta perkembangan pada masyarakat mengenai bisnis jual beli bisnis.

A. Perkembangan Inovasi Masyarakat Desa Bumi Pratama Mandira yang Melakukan Bisnis Jual Beli Online

Masyarakat yang melakukan bisnis jual beli online berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan beberapa narasumber bahwa secara perkembangan teknologi masyarakat sangat terbuka dan menerima kemajuan teknologi, kemudian perkembangan dari segi ekonomi berdasarkan hasil dari wawancara dengan narasumber bisa memenuhi kebutuhan ekonomi dan rumah tangga, dan dari sisi komunikasi tentunya masyarakat mampu melakukan interaksi secara efektif dan menambah wawasan komunikasi masyarakat dalam melakukan bisnis jual beli online. Tentunya hal ini

merupakan fenomena baru di masyarakat desa Bumi Pratama Mandira bahwa bisnis jual beli online ini bisa dilakukan oleh siapapun walaupun terbilang cukup jauh dari kota.

Hal yang sangat membantu masyarakat ketika tidak berhasil dalam melakukan budidaya udang salah satunya ketika ada sebuah peluang yang dimanfaatkan dari teknologi yang sekarang ini bisa diakses oleh siapapun dapat memudahkan para masyarakat untuk mengembangkan bisnis ataupun usaha mereka melalui bisnis jual beli *online*.

Pada era digital dan majunya perkembangan teknologi dapat memberikan kemudahan bagi masyarakat desa yang menggunakan smartphone untuk melakukan bisnis jual beli *online*, di desa Bumi Pratama Mandira ini masyarakat mengembangkan bisnis online nya melalui media sosial facebook, dan kebiasaan masyarakat yang lebih memilih berbelanja online untuk berbagai macam keperluan pribadi ataupun kebutuhan. Sehingga para pelaku usaha bisnis jual beli *online* kiranya dapat memberikan sebuah contoh atau pembuktian terhadap pemanfaatan media social.

1. Inovasi Masyarakat Dalam Bisnis Jual Beli Online

Hasil dari penelitian berdasarkan pengamatan dan wawancara, peneliti menyimpulkan bahwa temuan ini dilihat sebagai pelaku bisnis jual beli online bahwa inovasi yang ada dalam melakukan bisnis jual beli online ini didasarkan pada kebutuhan dan peluang yang ada dimasyarakat serta melalui interaksi yang dibangun sesama individu sehingga menghasilkan inovasi dan ide, dan dari sisi perkembangan inovasinya bahwa masyarakat mampu menciptakan pasar baru, mengembangkan skill dan kemampuan, kemudahan dalam sarana dan prasarana serta kemampuan dalam bersaing untuk mendapatkan konsumen.

Bentuk komunikasi dan motif yang dimiliki oleh masing-masing individu bahwa para masyarakat yang melakukan bisnis jual beli online melalui media sosial facebook tidak hanya didasarkan pada motif untuk mendapatkan penghasilan namun untuk membangun komunikasi diantara masyarakat yang lainnya. Sehingga dalam hal ini masyarakat mampu berkembang dan memiliki inovasi dalam perkembangan teknologi dan komunikasi tersebut.

2. Menambah Wawasan Masyarakat Dalam Proses Komunikasi

Teknologi dan komunikasi memberikan peluang bagi masyarakat yang bisa memanfaatkan nya. Banyak dari masyarakat yang terus memanfaatkan teknologi agar harapan mereka dapat membantu dari sisi kebutuhan ekonomi mereka, walaupun jarak desa ini terbilang jauh dari kota tetapi masyarakatnya berminat dan mampu melakukan bisnis jual beli online. Adanya latar belakang yang mendukung untuk melakukan bisnis jual beli online Masyarakat yang sudah melakukan bisnis jual beli online di desa bumi pratama mandira ini rata-rata dari kalangan yang sudah berkeluarga, tentunya dari latar belakang mereka yang sudah berkeluarga sangat di support untuk melakukan bisnis jual beli online. Perkembangan teknologi yang bisa membantu secara aspek kehidupan, memenuhi kebutuhan, menyalurkan hobi, dan juga membuka peluang usaha bagi orang lain.

Bisnis jual beli online melalui media sosial facebook yang dilakukan oleh masyarakat Desa Bumi Pratama Mandira yakni dapat memberikan motivasi dan perkembangan yang baik bagi orang lain untuk bisa melakukan bisnis jual beli online, karena masyarakatnya sangat menerima perkembangan teknologi dan melihat orang-orang yang berhasil melakukan bisnis jual beli online, serta interaksi komunikasi mereka yang saling terbuka, dimana orang bisa melihat dan memberikan efek serta perkembangan pada masyarakat mengenai bisnis jual bisnis.

Seiring dengan perkembangan dan majunya teknologi komunikasi dari sisi akademis bahwa banyak dari hasil penelitian yang memberikan sebuah petunjuk terhadap facebook bahwa tidak hanya berperan sebagai media sosial saja melainkan media promosi dalam bisnis jual beli online serta menjadi media berkomunikasi antar calon pembeli dengan penjual. Selain itu facebook juga mampu memberikan peluang dan menciptakan pasar yang begitu luas dan mudah untuk diakses oleh siapapun. Hal tersebut tentunya akan memberikan sebuah dampak tersendiri terhadap masyarakat (Gemilang:2011).

B. Motif Inovasi Masyarakat Desa Bumi Pratama Mandira dalam Melakukan Bisnis Jual Beli Online Melalui Media Sosial Facebook

Profesi masyarakat yang mereka jalani selain dari melakukan bisnis jual beli online adalah kebanyakan masyarakat dari profesi sebagai guru, ibu rumah tangga, dan pelajar yang ikut melakukan bisnis jual beli online. Masyarakat yang menjadi ibu rumah tangga dan berprofesi sebagai guru lebih banyak dalam melakukan bisnis jual beli online dikarenakan waktu dan kesempatan serta peluang yang mereka manfaatkan. Pengalaman yang dialami masyarakat dalam transaksi bisnis jual beli online juga merupakan latar belakang dalam bisnis jual beli online, karena masyarakat lebih mudah dalam melakukan transaksi dalam penjualan dan juga mendapatkan pelanggan atau konsumen dalam transaksi bisnis jual beli online. Para pelaku bisnis jual beli *online* mulai melakukan bisnis jual beli online pada media sosial facebook dan beranda media sosial facebook sebagai media komunikasi melakukan pemasaran dan berkomunikasi dengan masyarakat untuk saling memberikan negosiasi mengenai barang dan harga yang mereka tawarkan dan yang masyarakat inginkan.

Dalam sisi lain pun dapat di jelaskan dan di paparkan bahwa keunggulan sebuah penyampaian informasi yang amat sangat baik sehingga masyarakat mampu menggunakan media sosial facebook untuk melakukan bisnis jual beli *online*, maka dari itu sebuah promosi yang baik bisa disusul agak produk dapat semakin dikenal masyarakat dan laris untuk dilirik dan menarik perhatian konsumen, promosi yang dilakukan para penjual melalui komunikasi yang mereka bangun dilakukan guna memberikan sebuah pengaruh penggunaan facebook dalam hal membeli produk yang ditawarkan oleh para penjual sehingga promosi dibuat sebaik mungkin dan komunikasi yang mereka bangun dilakukan sebisa mungkin menarik minat konsumen untuk membeli atau sampai bisa mereka ikut dalam melakukan bisnis jual beli online melalui media sosial facebook (Kasali,2011:20).

1.) Ekonomis dalam Transaksi

Hal yang menunjang suatu transaksi menjadi ekonomis dalam bisnis jual yakni kemudahan yang didapat, bisnis jual beli *online* juga mampu menawarkan harga jual yang terjangkau. Dengan kemudahan dan terjangkaunya harga maka para pelanggan ataupun pedagang tidak perlu keluar rumah untuk pergi ketoko perbelanjaan untuk mendapatkan barang. Cukup dengan melakukan interaksi melalui media sosial facebook sudah bisa saling bertukar informasi atau memberikan informasi mengenai bisnis jual beli online. Setiap individu pasti terkait dalam masyarakat melalui motivasi yang mereka pilih secara aktif dan sukarela. Jadi masyarakat dapat mendeskripsikan hubungan dari beberapa inovasi dan motivasi yang telah diselaraskan atau disesuaikan oleh masing-masing individu. Serta masyarakat dibentuk oleh individu dengan melakukan tindakan yang sejalan dengan orang lain.

2.) Pemenuhan Kebutuhan

Masyarakat tentunya memiliki kebutuhan dan keinginan untuk menunjang aktifitas yang mereka lakukan, dengan adanya bisnis jual beli *online* diharapkan mampu untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginan pribadi maupun pasar masyarakat. Dalam konteks teori interaksionisme simbolik bahwa individu melakukan bisnis jual beli atas dasar untuk memenuhi kebutuhannya dan mampu melakukan interaksi sesama masyarakat.

3.) Kemudahan Akses Komunikasi

Dalam sebuah lingkup masyarakat pasti akan adanya sebuah jalinan atau hubungan komunikasi, dari hubungan komunikasi yang di lakukan oleh satu individu ke individu yang lain membutuhkan akses untuk saling berkomunikasi, dalam hal ini masyarakat dimudahkan akses komunikasinya melalui media sosial facebook. Masyarakat tentunya harus saling berinteraksi sehingga sebisa mungkin mampu menciptakan motivasi inovasi dan hubungan interaksi yang baik.

4.) Jangkauan Media Komunikasi

Dalam era digital sekarang, situs jejaring sosial sudah banyak dilakukan oleh masyarakat di berbagai kota hingga desa, informasi yang diberikan oleh masyarakat melalui media sosial terutama facebook bahwa informasi yang diberikan diharapkan dapat memberikan informasi

yang positif dan membangun sesama antar masyarakat, sehingga terjadinya makna antar masyarakat.

Masyarakat yang melakukan bisnis jual beli *online* mampu memberikan efek positif bagi masyarakat yang lain, dalam melakukan bisnis jual beli online ataupun memanfaatkan media sosial untuk melakukan hal positif yang bisa menjadi sebuah usaha untuk bisnis jual beli, adapun beberapa hal yang bisa ditarik garis besarnya bahwa motif bisnis jual beli *online* yang berkembang dimasyarakat adalah ekonomis dalam transaksi, pemenuhan kebutuhan, kemudahan akses komunikasi, jangkauan media komunikasi dari beberapa hal yang sudah diuraikan diatas bahwa bisnis jual beli online mampu mempermudah dari berbagai aspek, seperti aspek komunikasi untuk berinteraksi antar sesama yang sangat mudah, kemudian aspek ekonomi yang mampu memenuhi kebutuhan rumah tangga. Teknologi informasi dan komunikasi serta jejaring media sosial facebook yang dapat menjangkau masyarakat luas terbilang sangat penting karena bentuk nyata dari kemajuan teknologi adalah dengan adanya new media (media baru) yang turut andil contohnya media sosial facebook, instagram, twitter, dan youtube.

4. PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Inovasi Masyarakat Desa Bumi Pratama Mandira dalam Pemasaran Komoditi Perikanan Melalui Media Sosial Facebook bahwa menimbulkan atau memberikan tanggapan dan motivasi serta latar belakang masyarakat Desa Bumi Pratama Mandira. Bisnis jual beli online melalui media sosial facebook yang dilakukan oleh masyarakat Desa Bumi Pratama Mandira yakni

1. Perkembangan inovasi masyarakat yang melakukan bisnis jual beli online dapat melakukan promosi produk, melakukan tanya jawab antara produsen dan konsumen yang dilakukan secara aktif, karena masyarakat sangat menerima perkembangan teknologi dan berhasil melakukan bisnis jual beli online, serta interaksi komunikasi mereka yang saling terbuka, dimana orang bisa melihat dan memberikan efek serta perkembangan mengenai bisnis jual beli.
2. Adapaun dari sisi motif inovasi masyarakat yang mereka bangun melalui media sosial facebook dapat terjalin dengan baik, proses jual beli yang ketika cenderung membolehkan pada suatu tempat usaha, dimana pembeli dan penjual harus bertemu. Namun proses tersebut sudah dapat diminimalisir hanya dengan sarana internet yang menghubungkan antara pembeli dan penjual yang berbeda tempat sekalipun.

DAFTAR PUSTAKA

- Aan, M. S, (2013). *Resolusi Neo-strip Metode Riset Komunikasi Wacana*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Chaffey, Dave.(2009). *E-Bussines and E-Commerce Management*: edisi keempat. Harlow, England: Pearson Education Limited.
- Ahmad Muhaimin, & Eraskaita Ginting. (2019). Motif Pemilih Muslim dalam Memilih Calon Presiden 2019-2024 (Studi Fenomenologi Dalam Kontestasi Pemilihan Presiden di Sumatera Selatan). *Tamuddun: Jurnal Kebudayaan Dan Sastra Islam*, 19(2), 60–69.
- Dwi Nur Alim, & Rina Pebriana. (2022). Strategi RRI Pro2 Dalam Meningkatkan Pendengar Milenial di Kota Palembang. *Jurnal Studi Ilmu Komunikasi*, 1(02).
- Meri Ekri Nensi, Ainur Ropik, & Gita Astrid. (2022). Pola Komunikasi Interaksi Pengusaha Souvenir Pagar Alam Dengan Turis Lokal. *Jurnal Studi Ilmu Komunikasi*, 1(01), 23–31. <http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/jsikom/article/view/12565>
- Rahman Akbar, & Ahmad Muhaimin. (2022). Upaya Persuasi Lembaga Knowledge Management PT. Pusri Dalam Memotivasi Departmen-Departmen untuk Melakukan Sharing Knowledge. *Jurnal Studi Ilmu Komunikasi*, 1(02), 55–63. <http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/jsikom/article/view/14072/5475>
- Sepriadi Saputra, & Fera Indasari. (2022). Komunikasi Nonverbal Dalam Strategi Marketing Lowbudget Red Bull. *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi*, 9(2), 545–552.

Feri, Sulianta,(2014). *Trobosan Berjualan Online ala Dropshoping*. Yogyakarta : Penerbit Andi

- Kasali, Rhenald, (2011). *Cracking Zone*. Bandung: PT. Gramedia Pustaka Umum.
- Nurdin, Ali, (2020). *Teori Komunikasi Interperonal Disertai Contoh Fenomena Praktis*. Jakarta : Kencana.
- Sugiono, (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Taqiyya, Rahma, (2020). *Strategi Pemanfaatan Media Sosial Facebook dan Whatsapp Untuk Memperluas Jaringan Pemasaran Digital Benih Sayuran Oleh Wafirpreneur Dimasa Pandemi Covid-19*. Universitas Brawijaya Malang, Vol.2, No. 10
- Tika, R. D, (2020). *Makna Tradisi Tedhat Sinten Pada Masyarakat kendal: sebuah analisis Fenomenologi Alfred Schutz*, volume 1.
- Triana, Neni, (2021). *Pemanfaatan Media Sosial Facebook Bisnis Sebagai Media Promosi dan Pemasaran Melalui Digital Marketing*. Universitas Buana Perjuangan Karawang
- Vernia, D. M, (2017). *Optimalisasi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Bisnis Online Bagi Ibu Rumah Tangga Untuk Meningkatkan Perekonomian Keluarga*. UTILITY: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dan Ekonomi, volume 1 nomor 2, hal 105- 118.
- West, Richard, (2017). *Pengantar Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.