

Analisis Penggunaan Media Sosial (*Facebook*) Terhadap *Income* Usaha Kecil Menengah (Ukm) Di Desa Paldas Kecamatan Rantau Bayur Kabupaten Banyuasin

Anton Wijaya¹⁾, Moh. Faizal²⁾, Choiriyah³⁾

^{1,2,3}Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah (STEBIS) Indo Global Mandiri

Email: antonwijaya0100@gmail.com¹, izar@stebisigm.ac.id², choi@stebisigm.ac.id

Abstrak

This study aims to analyze the use of social media (facebook) on the income of small and medium enterprises (SMEs) in Paldas Village, Rantau Bayur District, Banyuasin Regency. The type of research used is qualitative research. This research is a qualitative research. Qualitative research is a process of research and understanding based on methods that investigate social phenomena and human problems, the theoretical basis is used as a guide so that the focus of research is in accordance with the facts on the ground. In addition, the theoretical basis is also useful for providing an overview of the research background and as a material for discussing research results, which use data collection techniques, documentation, observation and interviews. The data sources used are primary data and secondary data.

Keywords: *Small and Medium Enterprises (SMEs), Paldas Village*

Abstract

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan media sosial (*facebook*) terhadap *income* usaha kecil menengah (UKM) di desa Paldas Kecamatan Rantau Bayur Kabupaten Banyuasin. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metode yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia, landasan teori dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta dilapangan. Selain itu landasan teori juga bermanfaat untuk memberikan gambaran umum tentang latar penelitian dan sebagai bahan pembahasan hasil penelitian Yang mana menggunakan teknik pengumpulan data dokumentasi, observasi serta wawancara. Sumber data yang digunakan adalah data primer seta data sekunder.

Kata Kunci: *Usaha Kecil Mnengah (UKM), Desa Paldas*

Pendahuluan

Kehidupan manusia saat ini telah perkembangan teknologi informasi saat ini membuat manusia sudah tidak lagi mempermasalahkan batas jarak, ruang dan waktu. Teknologi informasi melahirkan internet, internet menawarkan banyak

Anton Wijaya, Moh. Faizal, Choiriyah

Analisis Penggunaan Media Sosial (*Facebook*) Terhadap *Income* Usaha Kecil Menengah (UKM) Di Desa Paldas Kecamatan Rantau Bayur Kabupaten Banyuasin

manfaat bagi UKM untuk meningkatkan pemasaran produknya. Selain itu juga internet memberikan manfaat meningkatkan kesempatan UKM untuk bekerjasama dengan pengusaha lainnya. Salah satu teknologi internet yang sedang berkembang pesat dan sangat berpotensi untuk mendorong pemasaran UKM adalah media sosial.

Media sosial memiliki potensi menghubungkan banyak orang dengan mudah dan gratis. Media Sosial kini telah menjadi trend dalam komunikasi pemasaran. Menurut Kaplan dan Haenlein (2010), media sosial adalah sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun berdasarkan kerangka pikiran ideologi dan teknologi dari Web 2.0, dan memungkinkan terbentuknya kreasi pertukaran isi informasi dari pengguna internet. Web 2.0 adalah dasar terbentuknya sosial media. Contoh-contoh media sosial yang berkembang saat ini adalah: facebook, Mengingat pentingnya informasi tentang bagaimana penggunaan media sosial bagi UKM dan manfaatnya, maka perlu dilakukan suatu penelitian observasional (Purwiantoro et al., 2016).

Banyaknya manfaat penggunaan media sosial dalam mengembangkan UKM merupakan salah satu faktor pendorong yang kuat bagi UKM untuk terus memanfaatkan media sosial dalam rangka mengembangkan usahanya, meningkatkan penjualan produk, melakukan komunikasi dengan konsumen, serta mengembangkan jaringan pasar yang lebih luas lagi. hal ini senada dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa persepsi terhadap manfaat penggunaan teknologi informasi merupakan salah satu faktor pendorong bagi UKM untuk menggunakan media teknologi informasi (Supriyanto et al., 2021).

Di desa ini banyak masyarakat yang memiliki Usaha Kecil Menengah (UKM) dan adapun usahanya ada yang memakai (*facebook*) dan tidak memakai (*facebook*), Nah di sini saya hanya meneliti masyarakat yang memiliki Usaha Kecil Menengah (UKM) yang memakai (*facebook*) saja. Secara garis besar tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui *income* Usaha Kecil Menengah terhadap penggunaan media sosial (*facebook*) di Desa Paldas Kecamatan Rantau Bayur Kabupaten Banyuasin. Dari pemaparan diatas diketahui fenomena-fenomena yang berhubungan dengan penggunaan media sosial terhadap *income* usaha kecil menengah bahwa dengan menggunakan facebook sangatlah produktif dilakukan.

Landasan Teori

1. Media Sosial

Istilah media sosial tersusun dari dua kata, yakni “media” dan “sosial”. “Media” diartikan sebagai alat komunikasi. Sedangkan kata “sosial” diartikan sebagai kenyataan sosial bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat. Pernyataan ini menegaskan bahwa pada kenyataannya, media dan semua perangkat lunak merupakan “sosial” atau dalam makna bahwa keduanya merupakan produk dari proses sosial. (M.Bayirudin Usman: 2002)

Menurut Boyd menjelaskan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada *user generated content* (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di institusi media massa. Sedangkan menurut Van Dijk (2003), media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) *online* yang menguatkan hubungan antarpengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.

2. Fungsi Media Sosial

Setelah mengetahui dan memahami mengenai definisi tentang media sosial secara umum dan berdasarkan para ahli, pada bagian ini Kamu akan dijelaskan tentang fungsi media sosial. Sebagai salah satu platform digital yang paling banyak digunakan saat ini, media sosial berhasil menghubungkan hampir setiap orang yang memiliki akses internet. Namun, fungsi media sosial ternyata tidak hanya sebatas itu saja, ada banyak sekali fungsi lain yang bisa Kamu dapatkan dari media sosial. Berikut ini adalah beberapa fungsi media sosial diantaranya yaitu:

a. Komunikasi

Fungsi pertama dari media sosial tentunya adalah komunikasi. Sebelum berkembang hingga seperti ini, media sosial pada awalnya hanya berfokus pada membangun ekosistem komunikasi yang baik baik bagi pengguna. Namun, seiring dengan berkembangnya internet dan teknologi, media sosial lebih dari hanya

Anton Wijaya, Moh. Faizal, Choiriyah

Analisis Penggunaan Media Sosial (*Facebook*) Terhadap *Income* Usaha Kecil Menengah (UKM) Di Desa Paldas Kecamatan Rantau Bayur Kabupaten Banyuasin

komunikasi, media sosial telah menjadi dunia kedua bagi manusia di seluruh belahan dunia untuk berkumpul dan berinteraksi. Media sosial telah berhasil membangun komunikasi yang tanpa batasan waktu dan geografi.

b. *Branding*

Fungsi kedua dari media sosial yaitu *Branding*. Setelah berhasil membangun tempat berkumpul untuk seluruh manusia dari berbagai belahan dunia, media sosial selalu berkembang dan menyediakan berbagai kebutuhan dari manusia, salah satunya yaitu *Branding*. *Branding* sendiri adalah cara seseorang dalam membangun sebuah citra di mata banyak orang. Untuk melakukan *Branding*, pengguna biasanya memiliki cara yang unik dan khas untuk mendesain akun media sosial sehingga menarik untuk dilihat pengguna yang lain. Hal inilah yang menjadikan akun media sosial mirip seperti dunia nyata, karena setiap orang memiliki ciri khasnya masing-masing.

c. Tempat Usaha

Fungsi ketiga dari media sosial adalah sebagai wadah untuk melakukan usaha atau bisnis. Setelah berhasil menyediakan komunikasi dan *Branding*, sosial media perlahan berkembang sehingga membuat setiap penggunanya dapat membangun sebuah usaha dalam jaringan atau online. Sebagai tempat yang terbuka selama 24 jam, media sosial terbukti sangat memudahkan penggunanya untuk membangun suatu bisnis secara maya. Hal ini diprediksi memiliki banyak potensi untuk menjangkau lebih banyak orang dibandingkan usaha yang hanya mengandalkan dunia nyata.

d. *Marketing*

Fungsi keempat dari media sosial adalah untuk melakukan *Marketing* atau pemasaran. Sebagai platform yang hampir selalu digunakan oleh manusia, sekarang ini media sosial berhasil menciptakan layanan yang memudahkan pebisnis untuk mengenalkan dan menjangkau lebih banyak konsumen. Cara ini terbukti efektif untuk meningkatkan keuntungan dan memudahkan pengguna untuk mendapatkan kebutuhannya.

3. Facebook

Diartikan dari frasa katanya *facebook* dapat diartikan sebagai buku muka. Pengertian *facebook* adalah situs yang menyediakan informasi berupa buku muka, Facebook merupakan sebuah situs yang menghadirkan layanan jejaring sosial dimana para penggunanya dapat saling berinteraksi dengan para pengguna lainnya yang berasal dari seluruh penjuru dunia. dalam situs jejaring sosial ini, penggunanya dapat mengunggah berbagai informasi mengenai dirinya, sehingga para pengguna facebook lainnya dapat mengetahui informasi tersebut untuk lebih mengenal pemilik akun tersebut. Tidak hanya itu, para pengguna akun facebook juga dapat saling mengomentari berbagai hal seperti tulisan status ataupun informasi lainnya yang mereka bagikan dalam situs jejaring sosial ini.

4. Dampak Positif Dan Negatif Dari Media Sosial Facebook

Namun di era saat ini kita juga harus hati-hati dalam menggunakan Facebook. Karena selain banyak manfaat yang kita bisa dapatkan, banyak dampak buruk juga yang kita dapatkan jika kita tidak hati-hati menggunakannya, Berikut dampak positif dan negatif dari media sosial *Facebook*. Dampak positif pada *Facebook* sebagai berikut:

1. Bisa bertemu dengan saudara yang jauh, bertemu teman lama, maupun rekan kerja. Kita bisa menapa mereka walau hanya di dunia maya. Namun bukan tidak mungkin berawal dari Facebook kita bertemu dengan mengunjunginya secara langsung. Karena kita bisa menanyakan alamat rumah teman lama kita atau yang lainnya.
2. Membagikan informas terkini, kita sering melihat status dari pengguna Facebook yang sering memberikan informasi di suatu daerah. Sehingga kita bisa tahu peristiwa apa yang sedang terjadi di daerah lain. Selain dari status langsung pengguna, terkadang pengguna juga mengirimkan sebuah link yang menuju ke situs website yang berisikan tentang informasi tersebut.
3. Berbagi dan mendapatkan ilmu, kia bisa mengikuti komunitas atau grup yang ada di Facebook ada banyak grup di sana namun kita harus pandai memilih grup yang bisa memberi manfaat untuk kita. Kita bisa belajar dari grup

Anton Wijaya, Moh. Faizal, Choiriyah

Analisis Penggunaan Media Sosial (*Facebook*) Terhadap *Income* Usaha Kecil Menengah (UKM) Di Desa Paldas Kecamatan Rantau Bayur Kabupaten Banyuasin

tersebut, bisa bertanya, bisa berbagi ilmu yang kita miliki. Sehingga wawasan pengetahuan kita akan semakin luas dengan seringnya kita berdiskusi di sana.

4. Anda pasti sering melihat status yang berisikan informasi tentang suatu produk biasanya akan disertai dengan gambar dan informasi lainnya. Mereka memanfaatkan Facebook untuk mempromosikan produk yang mereka jual. Mereka bisa menggunakan layanan ini secara gratis.

Dari beberapa dampak positif di atas, maka selanjutnya terdapat dampak negatif dari Facebook sebagai berikut :

- a. Facebook dijadikan tempat untuk menebarkan kebencian, fitnah, provokasi. Banyak orang tidak bijak dalam menggunakan Facebook mereka sering membuat status yang hanya membuat orang lain terluka dan sakit hati bahkan untuk kelompok tertentu.
- b. Adanya kasus penipuan, tentu anda sering melihat di berita baik di media cetak maupun media elektronik tentang kasus penipuan dengan menggunakan media sosial Facebook.
- c. Sering membuang waktu untuk membaca informasi yang tidak penting yang ada di Facebook. Hal ini akan membuat kita malas dan enggan melakukan hal yang lebih bermanfaat.

5. Usaha Kecil Menengah (UKM)

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) adalah suatu bentuk usaha yang dilihat dari skalanya usaha rumah tangga dan usaha kecil hanya mempunyai jumlah pegawai antara 1- 19 orang. UKM ini telah terbukti merupakan salah satu bentuk usaha yang dapat bertahan dalam krisis ekonomi yang pernah terjadi di Indonesia. Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan salah satu bidang yang memberikan kontribusi yang signifikan dalam memacu pertumbuhan ekonomi Indonesia (Utomo et al., 2022).

Hal ini dikarenakan daya serap UKM terhadap tenaga kerja yang sangat besar dan dekat dengan rakyat kecil. Statistik pekerja Indonesia menunjukkan bahwa 99,5 % tenaga kerja Indonesia bekerja di bidang UKM. Hal ini sepenuhnya disadari oleh yang dicanangkan oleh pemerintah Indonesia. Terdapat tiga pendekatan yang dapat

diambil oleh pemerintah dalam upaya pemerintah, sehingga UKM termasuk dalam salah satu fokus program pembangunan

pembinaan industri kecil yaitu :

- a. *Non Policy approach*, jenis pendekatan ini difokuskan pada industri yang bergerak pada *lower spectrum* (kegiatan marginal). Pendekatan jenis ini dipilih mengingat bahwa intervensi pemerintah pada umumnya akan menciptakan biaya birokrasi yang relatif tinggi.
- b. *Protection approach*, kebijakan proteksi pada umumnya berupa larangan bagi industri berskala besar untuk memproduksi barang-barang tertentu, batasan impor untuk produk substitusi, kontrol terhadap penyebaran inovasi teknologi yang dapat menyebabkan kejutan mendadak bagi industri kecil. Kebijakan ini cenderung menguntungkan produsen ketimbang konsumen.
- c. *Stimulaltion approach*, kebijakan jenis ini lebih menfokuskan pada sisi suplay dalam bentuk pemberian kredit, penyediaan bahan baku dan peralatan produksi, serta penyelenggaraan kursus. Kebijakan jenis ini memiliki dampak negatif, antara lain berupa tergesernya unit usaha yang tidak atau belum terlayani oleh program (Jauhari, 2010)
- d. Pengaruh terhadap perkembangan psikologis, bukan tidak mungkin karakter seseorang terbentuk dari Facebook. Hal ini karena pengguna Facebook menemukan ribuan orang yang memiliki karakter yang berbeda-beda walaupun mereka tidak saling bertemu

6. Ciri-Ciri Usaha Kecil Menengah (UKM)

Ada beberapa ciri-ciri dari usaha kecil menengah (UKM) sebagai berikut:

- a. Bahan baku mudah diperoleh.
- b. Menggunakan teknologi sederhana sehingga mudah dilakukan alih teknologi.
- c. Keterampilan dasar umumnya sudah dimiliki secara turun-menurun.
- d. Bersifat padat karya atau menyerap tenaga kerja yang cukup banyak.
- e. Pasar peluang cukup luas, sebagian besar produknya terserap di pasar lokal/dosmetik dan tidak tertutup sebagian lainnya berpotensi untuk di ekspor.
- f. Melibatkan masyarakat ekonomi lemah setempat, secara ekonomis

menguntungkan.

7. Permasalahan Dan Penghambat UKM

Pada umumnya permasalahan yang dihadapi oleh usaha kecil dan menengah (UKM) antara lain meliputi:

a. Faktor Internal

a) Kurangnya permodalan,

Permodalan merupakan faktor utama yang diperlukan untuk mengembangkan suatu unit usaha, Sedangkan modal pinjaman dari bank atau keuangan lainnya sulit diperoleh, karena persyaratan secara administratif dan teknis yang diminta oleh bank tidak dapat dipenuhi.

b) Sumber Daya Manusia (SDM) yang Terbatas

Sebagian besar usaha kecil tumbuh secara tradisional dan merupakan usaha keluarga yang turun temurun. Keterbatasan SDM usaha kecil baik dari segi pendidikan formal maupun pengetahuan dan keterampilannya sangat berpengaruh terhadap management pengelolaan usahanya, sehingga usaha tersebut sulit untuk berkembang dengan optimal.

b. Faktor Eksternal

a) Iklim Usaha Belum Sepenuhnya Kondusif

Hal ini terlihat antara lain masih terjadinya persaingan yang kurang sehat antara pengusaha-pengusaha kecil dengan pengusaha-pengusaha besar.

b) Terbatasnya Sarana dan Prasarana Usaha

Kurangnya informasi yang berhubungan dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, menyebabkan sarana dan prasarana yang mereka miliki juga tidak cepat berkembang dan kurang mendukung kemajuan usahanya sebagaimana yang diharapkan.

c) Impikasi Otonomi Daerah

Dengan berlakunya Undang-Undang No.22 tahun 1999 tentang Otonomi Daerah, kewenangan daerah mempunyai otonomi untuk mengatur dan mengurus masyarakat setempat. Perubahan system ini akan mengalami implikasi terhadap

pelaku bisnis kecil dan menengah berupa pungutan-pungutan baru yang dikenakan pada usaha kecil dan menengah (UKM).

d) Sifat produk dengan Lifetime Pendek

Sebagian besar produk Industri kecil memiliki ciri atau karakteristik sebagai produk-produk fasion dan kerajinan dengan lifetime yang pendek.

e) Aspek Permodalan UKM

Salah satu kelemahan dalam pemberdayaan UKM di Indonesia umumnya bersifat parsial yaitu dibidang permodalan, pemasaran atau bahan baku. Tetapi tidak tertutup kemungkinan pada keseluruhan yang merupakan proses dari kegiatan usaha tersebut. Namun karena dimungkinkan oleh banyaknya masalah yang dihadapi UKM serta pendidikan pengelola UKM umumnya rendah, mereka hanya bisa menyebutkan masalah yang ada dalam pikirannya itu sehingga hanya bisa menyebutkan seperti di atas (2017 & Nuari, 2017).

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metode yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia, landasan teori dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta dilapangan. Selain itu landasan teori juga bermanfaat untuk memberikan gambaran umum tentang latar penelitian dan sebagai bahan pembahasan hasil penelitian. Sifat penelitian ini adalah deskriptif yaitu suatu bentuk metode penelitian yang mengikuti proses pengumpulan data, penulisan dan penjelasan atas data dan setelah itu dilakukan analisis. (Sugiono, 2019)

Deskriptif kualitatif yaitu menganalisa data yang bersifat penjelasan atau penguraian data dan informasi yang kemudian dikaitkan dengan teori dan konsep-konsep yang mendukung pembahasan yang relevan dimana penjelasan ini menggunakan metode kualitatif kemudian diperoleh kesimpulan dari permasalahan penelitian ini.

Pembahasan

1. Penggunaan Media Sosial (*Facebook*) Terhadap *Income* Usaha Kecil Menengah di Desa Paldas Kecamatan Rantau Bayur Kabupaten Banyuasin

Perkembangan media sosial membuat kinerja menjadi lebih cepat, tepat, akurat sehingga dapat meningkatkan produktivitas yang dihasilkan. Adapun media sosial yang banyak digunakan pada saat ini salah satunya adalah *facebook*. Masyarakat merupakan salah satu pengguna media sosial yang aktif dalam kesehariannya, sehingga menjadi salah satu sarana untuk mendirikan usaha kecil menengah (UKM) kepada dunia online (Gunawan, 2021). Peneliti menanyakan pertanyaan tentang pemahaman pelaku UKM terhadap sosial media Facebook,

Di sektor ini diperlukan sekali tenaga ahli, tenaga khusus yang akan mengendalikan internet dalam mempromosikan suatu produk, melalui berbagai macam media sosial yang sangat banyak sekali, sangat mudah untuk digunakan, di usaha kecil menengah banyak hal yang bisa dikembangkan dalam memajukan UMKM ini, dari segi produk yang dijual yang bertahan hingga saat ini, sektor pelayanan yang tentunya harus membuat konsumen merasa puas setiap saat, dan tentunya promosi (Eriyanto, 2021). Kemudian peneliti akan lebih lanjut membahas mengenai pengguna media sosial (*facebook*) terhadap *income* usaha kecil menengah (UKM) di Desa Paldas, dengan beracuan pada indikator seperti frekuensi, perhatian dan durasi.

Kemudian peneliti mewawancarai salah seorang pelaku UKM yaitu ibu widia yang mengatakan :

“saya sudah cukup lama menggunakan aplikasi sosial media Facebook dalam mempromosikan dagangan saya, karena menurut saya penggunaan Facebook sangat mudah dan sangat menguntungkan bagi saya. Apalagi di zaman sekarang ini saingan dalam berdagang sangat banyak jika kita tidak pandai dalam mempromosikan dagangan maka kita akan mengalami kerugian” (wawancara pelaku UKM)

Jadi dapat disimpulkan bahwa dunia usaha saat ini, di zaman ini sangat sangat perlu sekali mempromosikan, memperkenalkan, memperlihatkan, produk atau pun jasa menggunakan internet, teknologi ini sangat membantu suatu usaha dan

berpotensi sekali bahkan menjadi pondasi berdiri atau tidak nya lagi suatu usaha tersebut. Bill Gates, salah satu orang terkaya di dunia pernah berkata (apabila suatu usaha/bisnis di era saat ini (moderen) tidak menggunakan teknologi, maka bisa di katakan usaha itu akan mati, tidak akan bertahan lama (Ginting, 2021).

2. Dampak Penggunaan Media Sosial (Facebook) Terhadap Income Usaha Kecil Menengah Di Desa Paldas Kecamatan Rantau Bayur Kabupaten Banyuasin

Dalam sebuah UKM, pasti ada yang namanya problem entah itu internal eksternal, dari segi keuangan, manajemen waktu, manajemen sistem yang dijalankan, apapun itu yang berkaitan dalam UKM, karena di setiap usaha pasti ada rintangan nya, dan itu tidak bisa kita pungkiri lagi hal itu akan terjadi, akan tetapi, semua nya itu bukan berarti kita tidak bisa mencari solusi nya, semua pasti ada jalan nya, asalkan kita serius dalam menjalankannya, dan tergantung bagaimana sikap kita dan apa yang harus kita lakukan akan problem tersebut.

Jika kita perbaiki bersama dan baik, pelan-pelan problem itu akan terselesaikan satu persatu, dan problem-problem yang sudah di perbaiki, kedepan hal itu akan kita jadikan pembelajaran dan pengalaman, sehingga kita tahu bagaimana caranya berproses itu, dan semua nya tidak ada yang instan, tergantung bagaimana caranya kita menghadapinya, nah di UKM di desa Paldas ini ada salah satu hambatan dari segi promosi, penjelasan lebih lanjut bisa di lihat dari wawancara bersama pelaku usaha kecil menengah (UKM).

Adapun wawancara bersama pelaku usaha kecil menengah (UKM) mengenai hambatan dalam mempromosikan produknya melalui media sosial *facebook* sebagai berikut:

“waktu yang di dapat untuk fokus dalam mengelola akun facebook sedikit, di karenakan saya juga saat ini sedang mengajar di salah satu sekolah di desa Paldas, dan waktu mengajar tersebut ialah dari pukul 07.00-17.00, dengan begitu untuk mengelola akun facebook ini pun agak sedikit, dan seharusnya dalam mempromosikan suatu produk memang harus aktif, untuk melayani permintaan konsumen, apalagi di masa seperti ini, konsumen males keluar rumah karena pengennya yang isntan saja, hal ini membuat para pelaku usaha kecil menengah akan terus meningkatkan produksinya.” (wawancara dengan bapak muhammad firdaus pelaku UKM, 12 juli 2022).

Anton Wijaya, Moh. Faizal, Choiriyah

Analisis Penggunaan Media Sosial (*Facebook*) Terhadap *Income* Usaha Kecil Menengah (UKM) Di Desa Paldas Kecamatan Rantau Bayur Kabupaten Banyuasin

Dari wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa kemudahan mengakses internet memberikan kesempatan besar bagi para pelaku usaha kecil menengah untuk menggunakan media sosialnya. Mudahnnya mengakses *facebook* tentunya memberikan dampak tersendiri, baik dampak positif maupun dampak negatif. Namun dengan menggunakan media sosial pelaku usaha kecil menengah dengan mudah berkomunikasi dengan para kostumer dekat maupun jauh tanpa bertemu. Medis sosial bagi para pelaku usaha kecil menengah (UKM) merupakan hal yang penting tidak hanya sebagai tempat memperoleh informasi yang menarik tentang usaha kecil menengah tetapi juga sudah menjadi gaya hidup.

Daftar Pustaka

- Caleb T. Carr dan Rebecca A. Hayes (2015). *Media Sosial Menurut Para Ahli. Pakarkomunikasi*. Jakarta: kencana
- Drs. H. Kasianto Kasemin, m. S. (2015). *Agresi Perkembangan Teknologi Informasi*. Jakarta: Pranadamedia Grub.
- Eriyanto, (2021). *Analisis Jaringan Media Sosial*, Jakarta: kencana
- Ginting, Rahmanita. (2021). *Etika Komunikasi Dalam Media Sosial*, Gunung Jati : Insania
- Gunawan, Budi, (2021). *Medsos Diantara Dua Kutub*, PT. komunikasindo
- Harya Bhima Sena, Fitri Santi, Annisa Puspita Dewi, Undang-undang Republik Indonesia nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektron. Jakarta: Salemba Empat.
- Helianthusonfri, Jefferly. (2019), *Belajar Sosial Media Marketing*. Jakarta : Pt. Elex Media Komputindo
- Joyce Kasman Valenza (2014). *Media Sosial Menurut Para Ahli. Pakarkomunikasi*. Jakarata. Simbiosis Rekatama Media.
- Iryana Risky, Kawasati. *Teknik Pengumpulan Data Kualitatif*. Jurnal Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Sorong.
- Irawati Qolbunlah Hasanah (2016), *Peran Media Sosial Dalam Pemasaran Pada Produk Chocofaza*, Skripsi Institut Pertanian Bogor.
- La Moriansyah, (2013) "*Pemasaran Melalui Media Sosia0l: Antecedents dan Consequences*", Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik, Vol. 19 No.3, Desember 2015 Mudrajad Kuncoro, Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi, Jakarta: Erlangga,
- Nasrullah, (2016). *Media sosial: perspektif komunikasi, budaya, dan sositeknologi*. Jakarata. Simbiosis Rekatama Media.

- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2016). *Media Sosial Menurut Para Ahli*. Pakarkomunikasi.
- Prajarini, Dian. (2020), *media sosial periklanan*. Sleman: CV. Budi Utama
- Retno, D. (2019). *Sejarah Berdirinya Facebook-Jejaring Sosial Besar*. Sejarah Lengkap. Com
- Rina Hayati (2022). *Pengertian Manfaat Teoritis dan 2 Contohnya*. Penelitian Ilmiah.
- Supriyanto, D., Aravik, H., & Choiriyah. (2021). Analisis Perilaku Milenial dalam Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Di Era Revolusi Stebis Igm Palembang. *Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah Sekolah Tinggi Ekonomi Dan Bisnis Syariah (STEBIS) Indo Global Mandiri*, 1(2), 185–192.
- Utomo, K. W., Aji, R. H. S., & Aravik, H. (2022). *Islamic Entrepreneurship : Konsep Berwirausaha Ilahiyah*. Jakarta: Media Edu Pustaka.
- Yuantari et al., (2016). *Peningkatan Pendapatan Pertanian*. Jurnal Teknologi Vol 15, No 1(2016). "Pemanfaatan Teknologi Informasi Untuk Meningkatkan Pemasaran Hasil Pertanian Di Desa Curut Kecamatan Penawangan Kabupaten Brobogan.

Anton Wijaya, Moh. Faizal, Choiriyah

Analisis Penggunaan Media Sosial (*Facebook*) Terhadap *Income* Usaha Kecil Menengah (UKM) Di Desa Paldas Kecamatan Rantau Bayur Kabupaten Banyuasin