

## **Analisis Penggunaan *Marketplace Facebook* Terhadap Penjualan Mebel Dalam Bauran Pemasaran Syariah Di Supran Mebel Karang Anyar Palembang**

**Reza Agusti, Havis Aravik**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi dan Bisnis Syariah (STEBIS) Indo Global Mandiri  
Email *corresponding author* : rezagusti2000@gmail.com

### **Abstrak**

Penelitian ini membahas mengenai bagaimana peningkatan penjualan barang mebel milik Supran Hadi setelah menggunakan Marketplace Facebook untuk memasarkan barang mebel nya melalui konsep bauran pemasaran syariah sesuai dengan kaidah-Kaidah Islam. Adapun rumusan masalah yang di bahas dalam penelitian ini ialah (1) Bagaimana cara penggunaan Marketplace Facebook pada Supran Mebel (2) Apa dampak penggunaan Marketplace Facebook dalam Bauran Pemasaran Syariah di Supran Mebel (3) Bagaimana peningkatan penjualan Supran Mebel setelah menggunakan Marketplace Facebook. Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian ini juga akan mendeskripsikan dengan perhitungan metode deskriptif kualitatif dari hasil data lapangan dengan menggunakan metode pengumpulan data seperti wawancara, dokumentasi, observasi dan menggunakan teknik pengumpulan data triangulasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan dari marketplace facebook dan pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi didukung dengan penjualan sesuai dengan bauran pemasaran syariah dapat meningkatkan penjualan barang mebel milik Supran Mebel. Terbukti dilihat dari segi penjualan yang terus mengalami kenaikan penjualan setiap tahun nya dibandingkan pada saat belum menggunakan marketplace facebook.

**Kata kunci** : *Marketplace Facebook, Penjualan Mebel, Bauran Pemasaran Syariah*

### **Abstract**

*This study discusses how to increase sales of Supran Hadi's furniture after using the Facebook Marketplace to market his furniture through the concept of a sharia marketing mix in accordance with Islamic principles. The formulation of the problems discussed in this study are (1) How to use the Facebook Marketplace at Supran Furniture (2) What is the impact of using the Facebook Marketplace in the Sharia Marketing Mix at Supran*

Page 375 of 390

*Furniture (3) How to increase sales of Supran Furniture after using the Facebook Marketplace. Researchers used descriptive qualitative research methods. This study will also describe the calculation of qualitative descriptive methods from the results of field data using data collection methods such as interviews, documentation, observation and using triangulation data collection techniques. The results of this study indicate that the use of the facebook marketplace and the use of social media as a promotional tool supported by sales in accordance with the sharia marketing mix can increase sales of Supran Furniture's furniture. It is proven in terms of sales, which continue to increase in sales every year compared to when they did not use the Facebook marketplace.*

**Keywords :** *Marketplace Facebook, Sales Furniture, Sharia Marketing Mix*

## **Pendahuluan**

Perkembangan ekonomi setiap negara saat ini berkembang pesat, yang ditunjukkan dengan banyaknya perusahaan sebagai produsen yang memproduksi produk sejenis dengan keunggulan yang berbeda dengan yang diproduksi oleh produsen. Perkembangan dunia bisnis sejalan dengan kemajuan teknologi yang semakin canggih. Dengan bertambahnya jumlah pelaku ekonomi, persaingan semakin ketat dan efek dari arus perdagangan bebas yang cepat secara otomatis menciptakan persaingan dari seluruh dunia, domestik dan *local* (Pambudi, 2021).

Industri mebel merupakan salah satu sektor industri yang terus berkembang di Indonesia. Kebutuhan akan produk-produk berdasarkan industri mebel semakin tinggi lantaran sektor industri ini menaruh desain interior dan nilai artistik yang bisa dimanfaatkan sebagai kebutuhan sehari-hari serta bisa menunjang banyak sekali aktifitas. Mebel Indonesia sekarang pula berperan krusial menjadi asal *devisa* bagi negara lantaran pendaftar produk ini tidak hanya dari dalam negeri namun pula pada luar negeri. Keadaan ini menciptakan para pengusaha mebel bersaing guna membuat produk yang berkualitas untuk menyenangkan para konsumen (Karmila, 2019). Salah satu perusahaan mebel yang memanfaatkan *Marketplace Facebook* sebagai sarana untuk mempromosikan produk nya yaitu Supran Mebel yang sudah 2 tahun bergerak di perusahaan industri ini.

Berdasarkan fenomena tersebut peneliti tertarik untuk melakukan peneliti yang berjudul Analisis Penggunaan *marketplace Facebook* Terhadap Penjualan Mebel Dalam

Bauran Pemasaran Syariah Di Supran Mebel Karang Anyar Palembang.

## Landasan Teori

### 1. Analisis

Analisis adalah kegiatan mengurai suatu pokok masalah tertentu yang dihadapi atau fokus kajian menjadi bagian-bagian (*decomposition*) sehingga menghasilkan sebuah susunan dalam bentuk sesuatu yang diuraikan dengan jelas dan menghasilkan maksud sesuai dengan perkara masing-masing. (Jasmin, 2021).

Definisi lain menjelaskan, analisis adalah proses menyadari sesuatu dengan teliti dan hati-hati, atau menggunakan data dan metode statistik untuk memahami atau menjelaskan hal tersebut. Definisi ini merupakan rumusan umum tentang analisis. Menurut KBBI, pengertian analisis adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa (karangan, perbuatan, dan sebagainya) untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya (sebab musabab, duduk perkara, atau hal-hal lainnya) (Putra, 2020).

### 2. Marketplace

*Marketplace* secara langsung bisa menjadi perantara untuk segala transaksi antara penjual dan pembeli, pelanggan akan memiliki jaminan keamanan bertransaksi serta melakukan pembayaran. *Marketplace* menawarkan keamanan *system* transaksi *online*, baik bagi penjual maupun pembeli. Setiap uang yang dibayarkan pembeli akan diterima dan ditahan sementara oleh pihak *Marketplace*. Baru setelah barang dikirim oleh penjual dan diterima pembeli serta tidak ada komplain dari pembeli, uang transaksi tersebut akan ditransfer ke saldo akun penjual di *Marketplace*.

*Marketplace* adalah sebuah wadah pemasaran produk secara elektronik yang mempertemukan banyak penjual dan pembeli untuk saling bertransaksi. Penjual tidak perlu bersusah payah dan kebingungan jika ingin berjualan *online*, karena *Marketplace* sudah menyediakan tempat untuk berjualan online. Hanya diperlukan pendaftaran saja

untuk memulai berjualan. Semua proses sudah ditanggung oleh tim *Marketplace*. Penjual hanya perlu meningkatkan pelayanan dan promo. Kemungkinan barang terjual lebih banyak, karena di situ tempat bergabung banyaknya para penjual dan pembeli (Apriadi, 2017).

### **3. Jenis-Jenis *Marketplace***

*Marketplace* terdiri atas empat jenis yaitu Horizontal, Vertikal, murni dan Konsinyasi :

1. Horizontal yaitu dimana produk yang ditawarkan umumnya dapat dijangkau oleh banyak konsumen seperti produk-produk pakaian, makanan, aksesoris dan hal-hal yang bisa dikatakan pokok untuk pemenuhan kebutuhan masyarakat (Karmila, 2019).
2. Vertikal diartikan sebagai produk untuk pemenuhan kebutuhan orang-orang khusus maupun perusahaan. Murni adalah jenis kerjasama penjualan di mana situs *Marketplace* tersebut hanya menyediakan fasilitas berjualan, pembayaran, dan transaksi. Penjual yang membuka toko di *Marketplace* murni seringkali memiliki kebebasan dalam kustomisasi toko mereka seperti mengubah tampilan, mengategorikan produk, dan memilih jasa pengiriman (Karmila, 2019).
3. Konsinyasi adalah sebuah sistem kerjasama di mana pihak marketplace mengatur secara penuh perihal promosi, penyimpanan, pengiriman, dan pelayanan pelanggan. Dalam kerja sama ini, penjual hanya perlu menyediakan produk saja (Karmila, 2019).

### **4. *Facebook***

*Facebook* adalah sebuah layanan jejaring sosial yang berkantor pusat di Menlo Park, California, Amerika Serikat yang diluncurkan pada bulan Februari 2004. Hingga September 2012, *Facebook* memiliki lebih dari satu miliar pengguna aktif, lebih dari separuhnya menggunakan telepon genggam. Nama *Facebook* diambil oleh Mark dari buku *Facebook*, yakni buku yang biasanya berisi daftar anggota komunitas dalam satu kampus. Pada awalnya *Facebook* hanya beranggotakan teman-teman kuliahnya saja.

Tapi saat ini sudah puluhan juta orang di dunia ini sudah menjadi anggota *Facebook*, bahkan diprediksi akan mencapai ratusan juta pada akhir tahun (Wahyuningtyas, 2021).

## 5. Fungsi *Facebook* Sebagai Alat Pemasaran

Tujuan dan fungsi utama *Facebook* dibuat adalah membantu Anda terhubung dan berbagi dengan orang-orang dalam kehidupan Anda. Intinya tujuan adanya *Facebook* adalah membantu untuk mempermudah komunikasi dengan keluarga maupun teman. Komunikasi nya bentuk *update status*, komentar, *chatting*, bergabung dengan grup, mengikuti atau membuat halaman dan lainnya (Jayanti, 2016).

Selain fungsi di atas, dalam dunia pemasaran penggunaan *Facebook* juga banyak dimanfaatkan fitur nya oleh para pengusaha di tanah air. Adapun manfaat *Facebook* terhadap pemasaran adalah sebagai berikut:

- 1) Tempat jual beli gratis dengan menggunakan *Facebook Marketplace* dan fitur lainnya.
- 2) Membangun dan meningkatkan *brand*.
- 3) Memperoleh target atau sasaran untuk bisnis yang tepat.
- 4) Dapat beriklan dengan berbagai fitur yang sangat menguntungkan.
- 5) *Facebook* berperan sebagai wadah untuk mencari pelanggan.
- 6) Memberikan dampak positif terhadap peningkatan penjualan pada bisnis mereka (Jayanti, 2016).

## 6. Penjualan

Penjualan merupakan syarat mutlak keberlangsungan suatu usaha, karena dengan penjualan maka akan didapatkan keuntungan (Utomo et al., 2022). Semakin tinggi penjualan maka keuntungan yang akan didapat pun akan semakin maksimal. Untuk mencapai tujuan ini sangat diperlukan usaha-usaha agar konsumen mempunyai daya tarik dan sifat loyal dalam berbelanja disuatu unit usaha (Gusrizaldi & Komalasari, 2016).

Untuk memperoleh gambaran lebih jelas tentang penjualan, maka dapat ditinjau dulu definisi penjualan menurut para ahli berikut:

1. Penjualan menurut Kotler diketahui bahwa pasar pokoknya penjualan adalah ilmu dan seni memengaruhi pribadi pribadi dan dipersuakan oleh penjualan untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang yang ditawarkan.
2. Penjualan menurut Swastha penjualan adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjualan untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan (Rahmadi, 2017).

## 7. Mebel

Mebel atau termasuk barang *furnitur* adalah perlengkapan rumah mencakup semua barang seperti kursi, meja, dan lemari. Mebel berasal dari kata *movable*, yang artinya bisa bergerak. Dalam kata lain, mebel atau *furnitur* adalah semua benda yang ada di rumah dan digunakan oleh penghuninya untuk duduk, berbaring, ataupun menyimpan benda kecil seperti pakaian atau cangkir. Mebel terbuat dari kayu, papan, kulit, sekrup, dan lain-lain (Roda, 2017).

Manfaat barang mebel untuk kebutuhan rumah tangga adalah membuat rumah lebih nyaman untuk dipandang, untuk beristirahat setelah beraktivitas seharian, bekerja, serta membantu rumah agar terlihat lebih rapi. Oleh karena itu, mebel atau mebel tersebut sudah sangat tua dan terpelihara hingga saat ini.

## 8. Bauran Pemasaran Syariah

Bauran Pemasaran (*marketing mix*) adalah proses penyusunan komunikasi terpadu yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai barang atau jasa dalam kaitannya dengan memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia (Fadilla et al., 2021). *American Marketing Association* (AMA) mendefinisikan pemasaran sebagai proses perencanaan dan pelaksanaan rencana penetapan harga, promosi dan distribusi ide-ide, barang-barang dan jasa-jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan-tujuan individual dan organisasional (Wariyanti, 2021).

Dalam pemasaran terdapat strategi pemasaran yang disebut dengan bauran

pemasaran (*marketing mix*) yang memiliki peranan penting dalam memengaruhi konsumen agar dapat membeli suatu produk atau jasa yang di tawarkan oleh perusahaan (Aji & Aravik, 2023). Elemen-elemen bauran pemasaran terdiri dari semua variabel yang dapat di kontrol perusahaan untuk dapat memuaskan para konsumen (Djunaid, 2018).

## Metode Penelitian

### 1. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara holistic dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan cara memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Febriyantoro, 2020).

### 2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang dilakukan adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif merupakan suatu bentuk penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun fenomena buatan manusia. Fenomena itu dapat berupa bentuk, aktivitas, perubahan, karakteristik, hubungan, kesamaan, dan perbedaan antara fenomena yang satu dengan fenomena lainnya.

### 3. Waktu dan Tempat

Waktu yang digunakan untuk melakukan penelitian ini yaitu mulai dari Bulan Maret hingga Juli 2022. Adapun lokasi yang dipilih oleh peneliti yaitu di Daerah Karang Anyar Kecamatan Gandus, sebagai lokasi penelitian dengan judul Analisis Penggunaan

*Marketplace Facebook* Terhadap Penjualan Mebel Dalam Bauran Pemasaran Syariah Di Supran Mebel Karang Anyar Palembang.

#### **4. Metode Pengumpulan Data**

Wawancara : Dalam penelitian ini, penulis mewawancarai *stakeholder*, dari Supran selaku pemilik usaha dan karyawan dari Supran Mebel. Dokumentasi : Studi dokumentasi dalam penelitian ini diperlukan untuk mempertajam analisis penelitian yang berkaitan dengan penggunaan *Marketplace Facebook* terhadap penjualan mebel dalam perspektif islam. Observasi : Peneliti melakukan observasi di Supran Mebel secara langsung tetapi tidak menjadi bagian dari yang di observasi (*non-partisipan*).

#### **4. Teknik Keabsahan Data**

Perpanjangan Pengamatan: penelitian ini peneliti melakukan perpanjangan pengamatan dari pada awalnya hanya 2 bulan penelitian menjadi kurang lebih 3 (tiga) bulan penelitian.

Meningkatkan Ketekunan : Peneliti melakukan pengecekan kembali data-data yang telah dikumpulkan dan juga menambah referensi melalui buku-buku untuk memperoleh data yang tepat.

Uji Triangulasi. Tujuan triangulasi adalah untuk meningkatkan kekuatan teoritis, metodologis, maupun interpretatif dari penelitian kualitatif. Triangulasi diartikan juga sebagai kegiatan pengecekan data melalui beragam sumber, teknik, dan waktu (Mekarisce, 2020). Peneliti mengecek seluruh sumber data yang dikumpulkan untuk memastikan data yang dikumpulkan sudah valid. Teknik yang dilakukan peneliti yaitu dengan deskriptip kualitatif dengan data sekunder diperoleh dari proses dokumentasi, wawancara langsung dan observasi yang dilakukan oleh peneliti. Kemudian untuk waktu, peneliti melakukan penelitian ini yaitu mulai dari Bulan Maret hingga Juli 2022. Adapun lokasi yang dipilih oleh peneliti yaitu Supran Mebel di Daerah Karang Anyar Kecamatan Gandus Palembang Sumatera Selatan,

## 6. Teknik Analisis Data

- a. Pengumpulan Data : Pada penelitian ini peneliti melakukan pencatatan data dan berbagai bentuk data yang ada di lapangan yaitu pada Supran Mebel di Karang Anyar Palembang.
- b. Reduksi Data : Pada penelitian ini, peneliti melakukan reduksi data sebagaimana terlihat dari kerangka penelitian, permasalahan studi, dan pendekatan pengumpulan data yang didapatkan dari hasil penelitian
- c. Penyajian data : Pada penelitian ini peneliti memberikan kesimpulan atau gambaran penelitian dalam bentuk teks berupa catatan lapangan pada penelitian di Supran Mebel Karang Anyar Palembang.
- d. Penarikan Kesimpulan: Pada penelitian ini peneliti menarik kesimpulan dengan mencari hubungan, persamaan, atau perbedaan untuk ditarik kesimpulan sebagai jawaban dari penelitian.

## Hasil dan Pembahasan

### 1. Gambaran Umum Supran Mebel

Supran Mebel merupakan suatu usaha rumahan (*home industry*) yang bergerak di bidang peralatan rumah tangga yaitu *furniture* seperti kursi, meja, sofa dan lain-lain. Supran Mebel yang bertempat di Kec. Gandus Karang Anyar yang memiliki usaha mebel berdiri sejak tahun 2018 ini, sebelumnya tidak mempunyai nama khusus namun sudah beberapa tahun kemudian baru di beri nama yaitu Supran Mebel, dimana menurut pemilik mebel setelah diberi nama usaha mebel tersebut semakin berkembang hingga saat ini Bapak Supran selaku pemilik usaha mengungkapkan bahwa untuk membawa penghasilan keluarga, Bapak Suprani memulai usaha mebel dengan modal sendiri. Ia memulai usaha mebel di rumahnya sendiri tepatnya di Jl. PS Ing Kenayan RT. 07 Kelurahan Karang Anyar Kecamatan Gandus Kota Palembang.

## 2. Analisis Penggunaan *Marketplace Facebook* Pada Supran Mebel

### 1. Tata Cara Penggunaan *Marketplace Facebook*

Sebelum menggunakan *Marketplace*, pastikan *Facebook* sudah diperbarui dengan tampilan terbaru guna memastikan pengguna dapat melakukan transaksi, mencari produk, dan menjual produk di aplikasi *Facebook* sebelum menjual dengan fitur *Facebook Marketplace*. Berikut merupakan tata cara menggunakan *Marketplace Facebook* beserta dengan tampilan gambar nya :

#### 1) *Form login*

Sebelum memulai masuk ke fitur *Marketplace Facebook*, pengguna harus login akun terlebih dahulu untuk masuk ke laman selanjutnya dari *Facebook*.

#### 2) *Form Tampilan Awal*

Pada *form* ini segala aktifitas layanan *Facebook* berupa fitur menonton video, profil, beranda aktivitas teman, *Marketplace* dan banyak fitur lainnya yang dapat digunakan sesuai dengan apa yang kita inginkan. Dan tentunya sebelum masuk ke laman *Marketplace*, pengguna akan masuk ke *form* awal ini terlebih dahulu.

#### 3) *Tampilan Marketplace Facebook*

Tampilan ini langsung tersedia fitur disebelah kiri berupa penelusuran yang berfungsi mencari jenis benda atau jasa dan segala kebutuhan yang ada dalam pasar *Marketplace Facebook*, dan terdapat layanan untuk membuat dagangan sendiri dengan nama jual.

#### 4) *Form Penjualan*

Pada *form* inilah tempat untuk membuat deskripsi barang atau jasa yang akan ditawarkan, *form* ini ada pada fitur "JUAL" jenis tawaran berupa barang maupun jasa. Untuk pembelajaran yang lebih lengkap, *Facebook* telah mempermudah dengan icon. Supran mebel telah menggunakan fitur *Marketplace Facebook* ini untuk penjualan barang mebel nya selama 2 tahun dengan nama toko *online* di *facebook* adalah Joe Ammar Yufran.

### 3. Analisis Penjualan Mebel Dalam Bauran Pemasaran Syariah

#### 1) Produk (*Product*)

Dilihat dari pelaksanaan bauran produk, Supran Mebel telah menjalankan strategi produk dengan baik yaitu mulai dari penciptaan produk yang berkualitas dengan selalu memperhatikan mutu dari bahan baku yang digunakan dalam proses produksi sehingga produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik dan tentunya tahan lama. Kemudian pada Supran Mebel memiliki berbagai macam barang mebel seperti diantaranya sofa, kursi, lemari, meja dan lain-lain. Selain itu, Supran selaku owner dari Supran Mebel ini selalu meminta konsumen mebel nya untuk berkomentar dan meminta masukan terhadap produk yang dijual ke konsumen. Dari segi jaminan, Supran Mebel memberikan garansi 6 bulan apabila barang yang di jual mengalami kerusakan bukan dari kerusakan yang dibuat oleh konsumen melainkan kerusakan yang sewaktu-waktu bisa terjadi tanpa sepengetahuan penjual dan pembeli. Selanjutnya barang yang mengalami kerusakan tersebut nantinya akan diperbaiki langsung ataupun ditukar dengan barang mebel yang baru.

#### 2) Lokasi (*Place*)

Supran mebel juga memanfaatkan *Marketplace Facebook* untuk mendeskripsikan alamat lengkap tempat usaha miliknya tersebut di akun resmi “joe ammar yufan” dengan tujuan pembeli bisa mengecek lokasi Supran Mebel terlebih dahulu sebelum datang ke lokasi untuk membeli barang mebel yang dicari. Bisa juga memesan terlebih dahulu bentuk mebel yang diinginkan melalui pesan dari *marketplace* milik Supran Mebel, misalnya memilih warna, model dan bentuk sesuai dengan kesepakatan. Adapun lokasi pembuatan dan distribusi dari Supran Mebel adalah terletak di jalan PS Ing Kenayan Kelurahan Karang Anyar Kecamatan Gandus Kota Palembang Sumatera Selatan.

#### 3) Harga (*Price*)

Dilihat dari strategi penentuan harga, penetapan harga jual yang dilakukan oleh

Supran Mebel berdasarkan pada tujuan perusahaannya maka harga yang ditawarkan tersebut mampu memperbesar jumlah konsumen dan mampu menghadapi persaingan dengan produk pesaing. Penetapan harga pada Supran Mebel juga telah mempertimbangkan kondisi yang memungkinkan berubahnya harga per set barang mebel yang diakibatkan oleh berubahnya harga pada bahan baku yang digunakan. Menurut bapak Supran selaku pemilik Supran Mebel, harga yang ditawarkan tentunya juga mengikuti perubahan kondisi yang terjadi di pasaran.

Kemampuan pemilik usaha dalam hal menetapkan harga yang relatif murah tentunya juga melihat bagaimana sasaran pasar yang akan menjadi target konsumen. Dimana dengan harga yang relatif murah ini maka konsumen pun akan tertarik untuk membeli barang mebel di Supran Mebel sehingga penjualan mebel tersebut pun akan meningkat. Hal ini juga dikemukakan oleh para konsumen yang berpendapat bahwa harga yang ditawarkan pada Supran Mebel sangatlah terjangkau.

#### **4) Promosi (*Promotion*)**

Pada Supran Mebel, untuk melakukan promosi produk mebel nya ke konsumen yaitu dengan cara memposting setiap hari proses pembuatan mebel seperti contohnya pembuatan kursi, mulai dari foto sebelum menjadi kursi sampai dengan foto yang telah menjadi kursi dan siap untuk dipasarkan. Selain dengan mempromosikan produk nya lewat *Marketplace Facebook* miliknya, tak jarang Supran juga memposting di *Whatsapp* pribadi miliknya guna untuk menambah konsumen yang melihat produk mebel miliknya. Dan benar saja, setelah mempromosikan barang mebel melalui *Marketplace Facebook* ini, peningkatan penjualan pun terus bertambah setiap bulannya.

#### **4. Analisis Peningkatan Penjualan Supran Mebel dalam Menggunakan *Marketplace Facebook***

Peningkatan penjualan barang mebel milik Supran Mebel semakin meningkat setelah menggunakan *Marketplace Facebook*. Awal mulai memanfaatkan *Marketplace Facebook* Sejak tahun 2018 dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan barang mebel miliknya, dapat dikatakan berhasil meningkat dari tahun sebelum Supran menggunakan

*Marketplace Facebook* dalam penjualan mebel. Dengan ditunjukkan data-data yang didapat peneliti seperti dibawah ini :

Bulan	Varian Barang Mebel				Omset
	Meja	Lemari	Kursi	Sofa	
Januari	5	7	20	7	Rp 12.650.000
Februari	10	7	25	7	Rp 14.700.000
Maret	12	10	25	6	Rp 14.230.000
April	6	5	25	8	Rp 9.900.000
Mei	15	10	40	8	Rp 19.000.000
Juni	7	12	25	6	Rp 16.000.000
Juli	10	15	20	9	Rp 17.500.000
Agustus	10	15	20	10	Rp 17.700.000
September	15	20	30	11	Rp 22.000.000
Oktober	12	21	30	12	Rp 24.500.000
November	12	25	40	12	Rp 31.000.000
Desember	15	25	45	15	Rp 45.500.500

Dari hasil observasi yang dilakukan peneliti, dapat diperoleh kesimpulan bahwa peningkatan jumlah penjualan di UMKM Lapak Jaka dipengaruhi oleh media dan strategi promosi. Jumlah penjualan sebelum penggunaan *Marketplace* di 3 bulan pertama dengan strategi *offline* hanya mencapai omzet sekitar Rp 5.302.000. Sedangkan omzet yang dicapai setelah penggunaan *Marketplace* mencapai sekitar Rp 5.352.000 di 3 bulan pertama. Setelah melihat hasil dari penelitian terdahulu tersebut maka dapat dinyatakan penelitian ini telah menghasilkan data yang benar yaitu fitur *Marketplace Facebook* membawa dampak positif bagi pelaku usaha untuk meningkatkan penjualannya. Seperti pada Supran Mebel dan UMKM Lapak Jaka mengalami peningkatan penjualan setelah

menggunakan *Marketplace Facebook* untuk meningkatkan penjualan produk usahanya.

## Simpulan

1. Penggunaan *Marketplace Facebook* Terhadap Penjualan Mebel Dalam Bauran Pemasaran Syariah di Supran Mebel Karang Anyar Palembang berdasarkan hasil observasi dan wawancara pada *stakeholder*, Supran Mebel yang meliputi pemilik usaha, karyawan, serta pelanggan telah diterapkan dengan baik seperti menerapkan cara penggunaan fitur *Marketplace Facebook* dengan baik dan terstruktur untuk keperluan promosi, dan penjualan barang mebel dan berhasil meningkatkan penjualan mebel nya sebelum menggunakan *Marketplace Facebook* ini.
2. Bauran pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan pada Supran Mebel yaitu dari segi produk mampu bersaing dengan kompetitor dengan selalu memberikan kualitas yang bagus baik dari kualitas maupun kuantitas. .Dari segi harga, Supran Mebel menetapkan harga jual yang sangat terjangkau mengingat sasaran pasarnya yaitu dari semua kalangan masyarakat. Dari segi tempat saluran distribusi pada Supran Mebel belum mampu meningkatkan penjualan secara maksimal dikarenakan lokasi yang cukup jauh dari pusat kota. Dan dari segi promosi, Supran Mebel telah menggunakan sistem promosi yang modern yaitu melalui penggunaan *Marketplace Facebook*. Sehingga mampu meningkatkan penjualan secara maksimal.
3. Peningkatan penjualan mebel pada Supran Mebel setelah menggunakan *Marketplace Facebook* dengan tujuan meningkatkan penjualan mebel telah terbukti mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Peningkatan penjualan pada Supran Mebel dapat terjadi karena strategi promosi melalui media sosial *Marketplace Facebook* yang digunakan mampu menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian barang mebel yang ditawarkan. Dengan meningkatnya minat konsumen maka otomatis terjadi peningkatan pada penjualan Mebel di Supran Mebel melihat data-data penjualan yang didapatkan langsung dari Supran

melalui wawancara langsung di lokasi mebel Supran khususnya data penjualan di tahun 2020 silam.

## Saran

### 1. Bagi Pelaku Usaha

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti pelaku usaha khususnya pemilik dan beberapa konsumen Supran Mebel diharapkan untuk tetap mempertahankan dan menjaga kualitas barang mebel yang dijual agar baik konsumen lama maupun konsumen baru nanti nya akan tetap membeli barang mebel di Supran karena kualitas mebel nya yang baik. Selanjutnya untuk penggunaan *Marketplace Facebook* dalam memasarkan barang mebel nya sudah sangat baik, namun alangkah lebih baik nya Supran Mebel memanfaatkan media sosial lain seperti *Instagram, Tiktok, Twitter* dan sebagainya guna menambah minat beli konsumen terhadap barang mebel yang ditawarkan karena jangkauan promosi yang lebih luas tidak hanya di *Marketplace Facebook* saja. Agar diharapkan setiap bulannya orderan Barang Mebel milik Supran Mebel ini terus meningkat secara maksimal dari tahun ke tahun.

### 2. Bagi Masyarakat atau Pelanggan

Diharapkan agar dapat memahami juga bagaimana memanfaatkan *Marketplace Facebook* dalam mencari barang yang dibutuhkan khususnya barang mebel. Agar kedepan nya tidak ada lagi terjadi nya peniupuan dalam jual beli barang melalui media sosial terutama *Marketplace Facebook*. Peneliti juga mengharapkan kepada masyarakat dan pelanggan agar lebih berhati-hati dan teliti membeli barang di *Marketplace Facebook* dan tidak mudah tergiur dengan barang murah yang ditawarkan di *Marketplace Facebook* tanpa memastikan kebenaran toko serta lokasi tempat pemasarannya.

### Daftar Pustaka

- Aji, R. H. S., & Aravik, H. (2023). *Manajemen Sumber Daya Insani: Konsep, Filosofi dan Implementasi*. Yogyakarta: Deepublish. <https://deepublishstore.com/shop/buku-manajemen-sumber-6/>
- Apriadi, D. (2017). E-Commerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian. *Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi*, 1.
- Djunaid, I. S. (2018). Analisis Bauran Pemasaran (Marketing mix) Jasa Penginapan Berbasis Syariah Di Hotel Sofyan Inn Srigunting Bogor. *Fame*, 1.
- Fadilla, Choiriyah, & Aravik, H. (2021). *Islamic Marketing: Konsep, Filosofi dan Implementasi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Febriyantoro, M. T. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis Dewantara*, 1. <https://doi.org/https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Gusrizaldi, R., & Komalasari, E. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan di Indrako Swalayam Teluk Kuantan. *Valuta*, 2.
- Jasmin, M. (2021). Analisis Sistem Informasi Pemasaran Pada Komunitas Barbershops Menggunakan Framework Cobit 5 Domain Deliver Service And Support (DSS) (Studi Kasus : Kec, Tanjung Bintang). *Teknologi Dan Sistem Informasi*, 2.
- Jayanti, L. (2016). Analisa Pola Penyalahgunaan Facebook Sebagai Alat Kejahatan Trafficking Menggunakan Data Mining. *Teknik Informatika*, 8.
- Karmila, D. (2019). E-Marketplace Penjualan Dan Pemasaran Barang Furniture PADA Toko Mebel Menggunakan PHP Dan MYSQL Server. *Penelitian Dosen Fikom*, 10.
- Mekarisce, A. A. (2020). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat*, 12, 150.
- Pambudi, R. S. (2021). Strategi Pemasaran dalam Marketplace Facebook. *Ekonomi Dan Bisnis*.
- Putra. (2020). *Pengertian Analisis: Fungsi, Tujuan dan Jenis Jenis Analisa*.
- Rahmadi, A. R. (2017). Pelaksanaan Promosi Dalam Meningkatkan Tujuan Penjualan Distro Woodtrap Kab.Bandung. *Ekonomi Dan Pemasaran*.
- Roda, J. M. (2017). *Atlas Industri Mebel Kayu Di Jepara, Indonesia* (1st ed.). CIFOR.
- Utomo, K. W., Aji, R. H. S., & Aravik, H. (2022). *Islamic Entrepreneurship : Konsep Berwirausaha Ilahiyah*. Jakarta: Media Edu Pustaka.
- Wahyuningtyas, M. (2021). *Pemanfaatan Facebook Sebagai Media Promosi Produk Umkm*. 31.
- Wariyanti, S. (2021). Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Tingkat Penjualan (Studi Home Industry Roti Al Mustafa di Metro). *Hukum Dan Ekonomi Syariah*, 9.