

## **Penggunaan Media Sosial Sebagai Alat Promosi Dalam Bisnis**

**Sri Wahyuni<sup>1</sup>, Nazwa Alisya Harahap<sup>2</sup>, Desi Fitri Yani Sembiring<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup> Universitas Islam Negeri Sumatra Utara, Meda, Indonesia

<sup>1</sup>[sriwahyuni12022004@gmail.com](mailto:sriwahyuni12022004@gmail.com), <sup>2</sup>[hnazwaalisya@gmail.com](mailto:hnazwaalisya@gmail.com), <sup>3</sup>[desisaragih103@gmail.com](mailto:desisaragih103@gmail.com)

**Abstrak:** Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi informasi yang makin canggih di zaman ini berdampak mempermudah pekerjaan dalam segala bidang kehidupan, salah satunya dunia bisnis. Jika dulu orang berbisnis harus melakukan cara-cara yang tradisional maka sekarang dalam memasarkan produk jasa dan barang yang dijual cukup mudah dengan adanya media sosial. Tujuan dari artikel ini ialah mengetahui mengenai penggunaan media sosial sebagai alat promosi dalam bisnis yaitu dengan metode penelitian kualitatif dan dari penemuan sebelumnya. Kemudian di temukan kendala dalam mempromosikan karena kurangnya pemahaman dalam menerapkan teknologi pada usaha dan kurangnya inovasi dan kreativitas pelaku usaha.

**Kata kunci:** sosial media, Promosi, bisnis

**Abstract:** The increasingly sophisticated advances in science and information technology in this era have the impact of making work easier in all areas of life, one of which is the business world. If in the past people in business had to use traditional methods, now marketing products, services and goods for sale is quite easy with social media. The purpose of this article is to find out about the use of social media as a promotional tool in business, namely using qualitative research methods and from previous discovery. Then obstacles were found in promoting due to a lack of understanding in applying technology to business and a lack of business innovation and creativit

**Keywords:** Social media, promotion, business

### **Pendahuluan**

Di masa saat ini terjadi perubahan besar dengan mengalami kemajuan dalam bidang kehidupan. Situasi Majunya ilmu pengetahuan dan teknologi masa kini yang serba canggih dan mempermudah aktivitas manusia baik dalam pendidikan, pekerjaan, sosial dan bisnis atau usaha. Seperti Kemajuan teknologi dalam bidang usaha atau bisnis saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat, jika dulu orang berjualan dan melakukan promosi secara tradisional dengan mempromosikan kepada konsumen dengan cara mulut ke mulut, menyebarkan selebaran kertas kepada masyarakat maka saat ini dalam melakukan promosi usaha cukup dengan ketikan jari yaitu dengan menggunakan media sosial. Adanya penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana penggunaan media sosial di jadikan sebagai alat promosi di dalam berbisnis. Selain digunakannya media sosial untuk berinteraksi, dan mengenal seseorang satu sama lain, maka media sosial menjadi cara untuk mengenalkan dan

menawarkan produk dan jasa yang dijual.

### **Kajian Pustaka**

Promosi merupakan metode, cara yang digunakan untuk memperkenalkan, menawarkan produk dan jasa yang di jual dengan tujuan untuk memaksimalkan dan meningkatkan penjualan produk baik dengan cara promosi secara online ataupun secara offline atau langsung. Di dalam promosi online yaitu dengan menggunakan media sosial dijadikan perantara dalam memasarkan secara digital untuk mengenalkan produknya. Menurut Caleb T. Carr dan Rebecca A. Hayes media sosial ialah alat berbasis Internet yang dapat dijadikan oleh penggunaanya untuk melakukan interaksi, memperkenalkan secara luas tanpa batas ruang dan waktu. Sedangkan Kotler dan Keller berpendapat bahwa media sosial merupakan media yang dipakai pembeli untuk mengirimkan berupa tulisan, gambar, suara, dan video yang berisikan informasi mengenai produk yang di pasarkan (Rachmawaty, 2021).

Kemudian, adanya internet merupakan bukti perubahan yang terjadi dalam perkembangan teknologi yakni perdagangan elektronik yang disebut dengan e-commerce dan kegiatan promosi dilakukan secara efektif dan efisien dengan menggunakan media sosial sebagai alat promosi (Setiawati, 2020). Kegiatan promosi yang dilakukan dengan memakai media sosial bisa melalui blog, social networking, facebook, dan instagram, WhatsApp ataupun aplikasi-lain yang digunakan untuk menempuh cara strategi yang baik dalam mempromosikan produk yang di jual. Kemampuan media sosial yang mudah dan hemat berguna untuk mempromosikan barang secara luas, menjadi sebuah tempat diskusi antara penjual dan pembeli. Oleh karena itu hal tersebut, media sosial menjadi salah satu cara pembisnis ataupun pengusaha untuk bisa memanfaatkan media sosial itu menjadi salah satu sarana mempromosikan dan memasarkan barang yang mereka jual dengan menghemat biaya dengan menjangkau konsumen pasar secara sangat luas tanpa harus mengeluarkan banyak biaya biaya (Sumiaty, 2019).

Namun di dalam penggunaan Media sosial menjadi alat promosi juga bukannya mudah, tetapi memerlukan konsisten yang dilakukan terus menerus dan tak jarang menjadi seorang pengusaha akan terjadi hambatan-hambatan yang dilalui di dalam promosi karena tidak menguasai teknologi yang semakin canggih.

## **Metodologi Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Metode kualitatif deskriptif yaitu metode penelitian yang dipakai sebagai menggambarkan fenomena yang sedang berlangsung dengan tulisan atau kata-kata kemudian dijelaskan dengan mendeskripsikan apa-apa saja yang terjadi pada saat penelitian dilakukan. Metode ini dilakukan dengan melihat fenomena-fenomena yang ada di sekitar yang kemudian dilihat dari hasil penelitian yang dilakukan sebelumnya.

## **Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan melihat fenomena-fenomena yang terjadi serta penemuan penelitian sebelumnya maka di dalam Penggunaan media sosial sebagai alat promosi dalam bisnis yang menjadi sebagai salah satu alat promosi yang bisa dijangkau tanpa batas ruang dan waktu pada setiap orang sehingga sangat efektif dan efisien dalam memajukan bisnis yang dimiliki karena akan lebih dikenal oleh masyarakat luas.

Berdasarkan data bahwa penggunaan harian aplikasi media sosial di Indonesia yaitu 2 jam 51 menit. Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII) menampilkan data untuk orang yang mengakses data, 44,16% orang Indonesia memanfaatkan telepon selular, 39,28% menggunakan laptop dan telepon selular dan presentase terkecil hanya menggunakan laptop. Kemudian APJII dalam survei yang dilakukan pada 2017 bahwa 130,8 juta dengan presentase 98,6% orang menggunakan internet sebagai media tempat terjadinya penawaran, alat promosi dan mencari barang dan jasa yang ditawarkan di media sosial, dan sebanyak 84,2 juta atau presentase 63,5% pelaku transaksi secara online dengan pelaku yang menggunakan media sosial sebanyak 97,4% atau 129,2 juta orang yakni facebook 71,6 juta pengguna atau 54%, instagram 19,9 juta atau 15%, youtube 19,9 juta atau 15%, twitter 7,2 juta orang atau 5,5% dan linked 796 ribu atau 0,6% (Nuriyanti, 2019). Untuk kepentingan bisnis, kerja, pelajar memerlukan internet untuk menjalin komunikasi dengan khalayak ramai dengan media sosial. APJII menyebutkan bahwa di Indonesia 87% masyarakat memakai koneksi internet agar bisa mengakses media sosial yang menjadi gaya hidup ataupun kegiatan wajib yang dilakukan oleh masyarakat kota ataupun desa (Supriyono, 2020).

Dengan semakin minatnya penggunaan media sosial maka dalam dunia usaha juga mengambil peluang dengan melakukan promosi usaha dengan online yaitu salah satunya menggunakan media sosial dalam kegiatan marketing dijangkau secara luas dan mudah.

Peluang adalah ketika seseorang atau pelaku usaha mempunyai kesempatan dalam bisnis (Wahyuni, 2015).

Selanjutnya, adanya media sosial sebagai alat promosi di zaman yang serba maju ditinjau menjadi dua bagian yakni sebagai pengiklan yang menyuguhkan bahan penawaran yang bervariasi baik dalam bentuk tulisan, suara hingga audio visual. Ditinjau dari segi efisiensi, jika menggunakan media sosial maka biaya yang digunakan dalam memperkenalkan produk akan lebih hemat biaya yang dikeluarkan untuk melakukan promosi.

Penggunaan media sosial sebagai alat promosi bukan hanya berdampak mendapatkan kesempatan dan tentunya untuk mendapatkan keuntungan, tetapi dalam penggunaan media sosial dalam mempromosikan barang dan jasa yang dijual kepada masyarakat secara luas maka untuk pemakaian media sosial diperlukan sebuah inovasi dan kreativitas di dalam penggunaan media sebagai alat promosi usaha yaitu dengan membuat dan mendesain tampilan yang di tunjukan kepada masyarakat baik dalam bentuk foto, video, poster dan lainnya memiliki tampilan yang cantik dan menarik yang dapat menarik minat masyarakat untuk membeli atau menggunakan barang dan jasa yang ditawarkan serta dapat menjalani hubungan baik antara penjual dan pembeli sehingga usaha berkembang (Andrian, 2021).

Tidak hanya melakukan inovasi dan kreativitas terhadap tampilan yang ada di media sosial, namun diperlukan juga pelaku usaha untuk terus mempertahankan kualitas dari produk yang ditawarkan ke pada masyarakat, bentuk ataupun penampilan yang kekinian yang dapat menarik minat. Dilanjutkan di dalam penggunaan media sosial seperti Facebook, Instagram, Twiter, ataupun media sosial lainnya maka diperlukan tertera penjelasan mengenai karakteristik barang, kegunaan, kelebihan, kekurangan atau hal-hal yang diperlukan agar pembeli tahu mengenai informasi barang yang ingin di beli serta merasa percaya akan kebenaran barang atau jasa yang di tawarkan.

Namun, dengan kemajuan yang ada masih saja pelaku usaha atau bisnis yang mengalami kesulitan dalam menggunakan media sosial sebagai alat promosi karena ia tidak menguasai teknologi yang ada, dan hal lainnya yaitu tidak kemampuan atau usaha yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk melakukan inovasi pada produk yang dijual dan tampilan yang di tawarkan di media sosial tidak menarik dan kurangnya kreativitas. Untuk menjadi pelaku usaha yang usaha bisnisnya berkembang modal yang harus dimiliki seorang pengusaha yaitu dengan adanya inovasi yang dilakukan dan kreativitas dalam membangun usaha untuk menjadi maju serta dikenal dengan masyarakat luas.

## Kesimpulan

Perubahan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin maju, salah satunya dalam dunia bisnis membawa kemudahan bagi pelaku usaha dalam mempromosikan atau memperkenalkan barang dan jasa yang ditawarkan melalui media sosial. Media sosial yang digunakan sebagai alat promosi seperti Instagram, WhatsApp, Facebook, twitter, dan lainnya. Dengan adanya media sosial dalam mempromosikan barang dan jasa yang di jual akan semakin mudah tanpa harus menempuh perjalanan yang jauh tetapi cukup hanya dengan ketikan jari barang dan jasa yang dijual dapat di sebar dengan luas dan cepat. Kemudian, dengan menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi menghemat biaya pengeluaran bagi pelaku usaha. Menjadi seorang pembisnis diperlukan inovasi-inovasi dan kreativitas yang dilakukan agar konsumen.

## Daftar Pustaka

- Noneng Sumiaty, Noneng. (2019). *"pemanfaatan media sosial dalam kewirausahaan pada generasi milenial"*, Jurnal sosial dan politik, Vol XXIV, No 1
- Nuriyanti, Widya. (2019). *" Peran Media Sosial Dalam Perkembangan Industri Kreatif"*, Sosio e-kons, Vol 11, No 2
- Rachmawaty, Asye. (2021). *"Strategi Marketing Menggunakan Instagram "*. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol7, No 1
- Setiawati, Ira. *"Peran Media sosial sebagai upaya pemasaran Bisnis online"*
- Supriyono. (2020). *"Media Sosial Sebagai Alat Promosi Yang Efektif Bagi Usaha Rintisan di Era Normal Baru"*, Prosiding Seminar Stiami Vol 7, No 2
- Wahyuni, Rita. (2015). *" Peran Facebook sebagai media Promosi dalam Mengemabangkan Industri Kreatif"*, Bina Insani ICT Journal, Vol 2 , No 2