

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Globalisasi dipahami dalam pemahaman yang beragam sebagai kedekatan jarak, ruangan, waktu yang menyempit, pengaruh yang cepat, dan dunia yang menyempit. Perbedaannya hanya terletak pada penekanan darisudut pandang material, ruangan, dan waktu, serta aspek-aspek dari globalisasi.¹ Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang demikian pesat di era globalisasi tentunya akan membawa dampak terhadap seluruh aspek kehidupan manusia. Dampak yang dimaksud dapat bersifat positif, akan tetapi dapat pula bersifat negatif. Hal ini akan tergantung pada kesiapan manusia yang bersangkutan dalam menerima pembaharuan dimaksud sebagai suatu dinamika, khususnya dibidang kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Apalagi ketika kita berhadapan dengan era globalisasi, di mana telah membawa perubahan dalam peri kehidupan masyarakat yang menyebabkan mobilitas masyarakat kian meningkat dari waktu ke waktu. Kondisi semacam ini tentunya dapat pula membawa perubahan pola kehidupan masyarakat dan bisa menimbulkan dampak yang kurang baik bagi perkembangan generasi muda kita, bahkan dapat menggeser nilai-nilai dan norma-norma yang ada.

Perkembangan penggunaan media internet sebagai sarana komunikasi ini pun menjadi semakin pesat. Menurut Nasrullah, media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual.² Tidak dapat disangkal bahwa pada saat ini sosial media telah menjadi cara baru masyarakat dalam berkomunikasi. Hal ini berdampak pada berbagai sisi kehidupan masyarakat. Kehadiran media sosial telah membawa dampak yang sangat signifikan dalam cara melakukan komunikasi. Banyaknya jumlah pengguna media sosial di Indonesia tentu saja memunculkan kesempatan untuk mengoptimalkan kehadiran media sosial sebagai media

¹ Abuddin Nata, Kapita Selekta Pendidikan Islam, 2003, (Bandung: Angkasa).

² Nasrullah, Rulli. Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi, 2015, (Bandung : Simbiosis Rekatama Media).

komunikasi, sehingga kemudian memunculkan pertanyaan, bagaimana penggunaan media sosial untuk mengefektifkan cara berkomunikasi di dalam masyarakat dalam bidang pemasaran. Media sosial memberikan peranan sebagai media penghubung informasi dan komunikasi antara penjual dengan pembeli, selain itu media sosial memiliki potensi untuk menemukan konsumen. Proses jual beli yang dilakukan melalui internet dikenal dengan e-commerce atau electronic commerce. Marketplace Facebook dan Shopee yang digunakan sebagai media pemasaran. Penggunaan marketplace dan online shop seperti shopee dan facebook pada saat ini memang sangat banyak diminati oleh masyarakat karena memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan pemasaran konvensional karena dirasa mudah dalam melakukan transaksi jual beli.

Perkembangan teknologi di era digital seperti ini terus berkembang, kemudahan untuk berbelanja secara online juga terus mengalami inovasi. Di beberapa marketplace, bahkan bisa berbelanja tanpa harus membayar terlebih dahulu. Semakin banyak pula pedagang yang memasarkan produknya secara online melalui marketplace. Berbagai produk bisa ditemukan dengan mudah. Setiap pengguna media sosial termasuk didalamnya politisi dapat memproduksi pesan dengan publik yang lebih terarah karena tersedianya stimulus teknologi yang modern selama kampanye untuk menjalin hubungan kembali dengan pemilih. Terbukanya media, didukung dengan kemajuan teknologi informasi yang semakin maju.

Dalam hal karakteristik khususnya masyarakat perkotaan mempunyai sifat kehidupan agamanya kurang, pada masyarakat perkotaan hanya memikirkan duniawi saja yang dikejar tanpa memikirkan akhirat. Dalam hal pekerjaan masyarakat perkotaan salah satunya yang ada di Desa Langgar Dalem mempunyai lapangan pekerjaan yang bisa dikatakan banyak. Pada masyarakat kota dalam hal pekerjaan masyarakat perkotaan lebih baik dan lebih banyak.

Pola pikir masyarakatnya lebih rasional. Masyarakat perkotaan pada umumnya dapat mengurus dirinya sendiri tanpa bergantung pada orang lain. Pada kehidupan masyarakat perkotaan khususnya Desa Langgar Dalem sangat menarik untuk dibahas. Dalam pengembangannya masyarakat perkotaan banyak yang menjadi wirausaha untuk memenuhi kebutuhan hidup.

Salah satu wirausaha penjual madu di Langgar Dalem ini hanya menjual ke orang terdekat saja. Strategi pemberdayaan

untuk menambah penghasilan sangat diperlukan.³ Dalam strategi pemasaran ini diharapkan dapat menambah penghasilan untuk membantu memenuhi kebutuhan hidup.

Sasarannya yaitu salah satu wirausaha penjual madu di Desa Langgar Dalem. Fokusnya di strategi pemasaran untuk menambah penghasilan. Setelah strategi pemasaran berhasil, konsumen akan datang dengan sendirinya. Jika cara mencari konsumen ditambah lagi dengan cara online maka penghasilan menjadi bertambah. Oleh sebab itu berdagang lewat online dapat menjadi masukan dalam wirausaha.

Usaha yang kedua yaitu usaha bidang ekspedisi paket. Ekspedisi paketnya dari dalam negeri. Dalam usaha paket ini di Kudus rata-rata kurang terkenal. Masyarakat lebih tahu ekspedisi paket yang terkenal dan yang lebih lama berdirinya. Dari *system* pengiriman ini pengusaha memegang kewajiban wilayah pengantaran Kudus dan Jepara. Permasalahannya dalam ekspedisi paket ini dari *system pickup*. Masyarakat kebanyakan kurang tahu dengan ekspedisi paket ini.

Dalam permasalahan dari ekspedisi paket ini perlu adanya promosi. Promosi melalui aplikasi *market place* merupakan solusi yang lebih mudah dalam melakukan promosi karena bisa mencakup orang banyak. Dalam kegiatan promosi menggunakan aplikasi *market place* facebook dan aplikasi shopee. Dari kegiatan promosi ini diharapkan bisa membuat ekspedisi paket ini dilihat banyak orang. Dari aplikasi *facebook* dan *shopee* ini bisa mencakup beberapa wilayah dan tujuan dari promosi ini terkhusus pada daerah Kudus terlebih dahulu supaya kebanyakan orang tahu dengan ekspedisi paket ini. Dari masalah tersebut saya mengambil judul **“STRATEGI PEMBERDAYAAN WIRUSAHA MELALUI APLIKASI MARKET PLACE DALAM MENINGKATKAN EKONOMI KELUARGA DI DESA LANGGAR DALEM KECAMATAN KOTA KABUPATEN KUDUS”**

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini di strategi pemasaran untuk menambah penghasilan dari salah satu wirausaha di Desa Langgar Dalem. Dari sektor itu terjadi pola pikir masyarakat yang lebih maju untuk mengembangkan sektor ekonomi dan

³ Wisataone, “Penggunaan Marketplace Untuk Meningkatkan Pemasaran Digital Di Masa Pandemi.” 2021. Diakses pada 6 November 2022.

mengembangkan usahanya khususnya di wilayah perkotaan. Kegiatan promosi yang dilakukan ekspedisi paket REX Kudus pada aplikasi Facebook dan penjualan madu lewat aplikasi Facebook dan aplikasi Shopee.

C. Rumusan Masalah

Di Desa Langgar Dalem rata-rata masyarakatnya mempunyai usaha, baik itu modal sendiri atau bekerja sama dengan orang lain. Permasalahan pada masa modern ini adalah harus mengikuti trend dan mencari inovasi supaya dagangan kita laku. Di Desa Langgar Dalem jarang sekali berjualan lewat online. Adapun rumusan masalahnya yaitu:

1. Bagaimana bentuk wirausaha di Desa Langgar Dalem?
2. Bagaimana strategi pemberdayaan wirausaha dalam meningkatkan ekonomi keluarga di Desa Langgar Dalem?

D. Tujuan Penelitian

Berjualan lewat online sangatlah menguntungkan dan dapat menambah penghasilan. Berwirausaha sendiri bisa dengan cara offline maupun online. Di era serba modern ini kita dituntut serba canggih. Tujuannya sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan bentuk wirausaha di Desa Langgar Dalem.
2. Untuk mendeskripsikan strategi pemberdayaan wirausaha dalam meningkatkan ekonomi keluarga di Desa Langgar Dalem.

E. Manfaat Penelitian

Dalam penjualan online akan mendapatkan keuntungan yang dapat menambah penghasilan dari yang sebelumnya. Dalam berwirausaha banyak saingannya dari dalam kota maupun luar kota. Dalam era sekarang banyak mencari konsumen online dan offline sehingga bisa menguntungkan. Dari penjualan tersebut kita bisa menambah penghasilan. Dari promosi online orang lain juga tahu dengan produk kita. Dari sini manfaat promosi dari online sangat bermanfaat.

Selain itu ada beberapa manfaat yaitu

1. Manfaat Teoritis

Dalam penelitian ini dapat bermanfaat untuk menambah pengalaman, wawasan, dalam bidang usaha dan pemberdayaan masyarakat.

2. Manfaat Praktis

Dalam penelitian ini diharapkan bisa menambah referensi bagi pelaku usaha serta kegiatan ini dapat memberikan inspirasi bagi pelaku usaha lainnya.

F. Sistematika Penelitian

1. Bagian Awal

Pada bagian awal ini berisi halaman judul dan daftar isi.

2. Bagian Isi

Bagian ini terdiri dari:

Bab I : PENDAHULUAN

Pada bagian pendahuluan ini berisi latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian

Bab II : KAJIAN PUSTAKA

Pada bagian kajian pustaka ini berisi teori-teori yang terkait dengan judul, penelitian terdahulu dan kerangka befikir.

Bab III : METODE PENELITIAN

Pada bagian metode penelitian ini berisi jenis dan pendekatan penelitian, setting penelitian, subyek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, pengujian keabsahan data, dan teknik analisis data.

Bab IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Terdiri dari deskripsi obyek penelitian dan pembahasan hasil penelitian.

3. Bagian Akhir

Pada bagian akhir ini berisi kesimpulan, kata penutup, daftar pustaka, dan lampiran-lampiran.