

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dimana informasi yang digunakan dalam data ini adalah hasil penelitian secara langsung mengenai fenomena yang sedang terjadi di suatu daerah tanpa menggunakan perhitungan statistik. Dengan teknik tersebut peneliti berusaha memperoleh informasi mengenai perkembangan *home industry* di Desa Temulus, khususnya usaha jahit rumahan yang sudah menerapkan pemasaran digital.

Prosedur yang digunakan dalam penelitian ini adalah membuat daftar pertanyaan untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dalam penelitian. Kemudian wawancara kepada narasumber pemilik usaha jahit rumahan, selanjutnya dilakukan analisis data dari hasil wawancara. Prosedur yang digunakan dalam analisis data tersebut adalah pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan verifikasi data.

Penelitian ini dilakukan di Desa Temulus Kecamatan Mejobo Kabupaten Kudus yang dimulai pada bulan April 2020 - Agustus 2020. Wawancara tersebut dilakukan dengan pemilik usaha jahit rumahan yang sudah menggunakan sosial media dalam usaha mereka.

**Tabel 4.1**  
**Data *Home Industry* Usaha Jahit Rumahan Desa Temulus Kecamatan Mejobo Kabupaten Kudus**

No	Nama	Alamat	Penggunaan Media Sosial
1	Pak Jangkung	Temulus 002/004	Tidak
2	Ibu Endang	Temulus 004/004	Tidak
3	Pak Sudar	Temulus 003/006	Tidak
4	Ibu Rukanah	Temulus 003/006	Tidak
5	Ibu Nani	Temulus 001/006	Sudah
6	Ibu Khasanah	Temulus 001/006	Sudah

Sebagian besar alasan pelaku usaha jahit yang tidak menggunakan sosial media adalah faktor pengetahuan mengenai sosial media dan faktor usia.

## B. Gambaran Umum Data Penelitian

### 1. Sejarah dan Perkembangan *Home Industry* Rumah Jahit Ibu Khasanah (A2R FASHION)

#### a. Profil Usaha Rumah Jahit Ibu Khasanah (A2R FASHION)

Nama Usaha : “A2R Fashion” Rumah Jahit Ibu Khasanah  
 Lokasi : Temulus 001/006 Mejobo Kudus  
 (Google Map : RUMAH JAHIT IBU KHASANAH)  
 WA/Telp : 085 290 481 898  
 Pemilik : Ibu Khasanah  
 Produk : Segala Macam Model Pakaian  
 Berdiri Tahun : 1990 – Sekarang

Rumah Jahit Ibu Khasanah terletak di Desa Temulus 001/006 Kecamatan Mejobo Kabupaten Kudus. Ibu Khasanah merupakan pemilik sekaligus pengelola usaha jahit rumahan. Usaha jahit rumahan yang berdiri sejak tahun 1990 ini merupakan usaha yang beliau mulai sejak awal.<sup>1</sup>

Sebelumnya, usaha rumah jahit Ibu Khasanah pernah hampir tutup karena memiliki anak yang masih kecil sehingga tidak bisa ditinggal untuk menjahit. Namun, sekarang usaha rumah jahit ibu khasanah sudah berjalan seperti biasa semenjak putranya masuk sekolah. Beruntungnya, sekarang usaha rumah jahit yang beliau jalankan sudah banyak sekali pelanggannya, bahkan beberapa pelanggannya berasal dari luar kota seperti Jepara, Pati, Semarang.

Berkat usaha rumah jahitnya, Ibu Khasanah dapat menyekolahkan ketiga putra dan putrinya. Seiring perkembangan zaman, ibu khasanah memanfaatkan kemajuan teknologi sebagai penunjang usaha yang

---

<sup>1</sup> Ibu Khasanah (Pemilik Usaha Rumah Jahit A2R Fashion), Wawancara Oleh Penulis, Ahad/30 Agustus 2020, Pukul 09.00 WIB, Wawancara 1 Transkrip.

beliau jalankan. Oleh karena itu banyak pelanggannya yang berasal dari luar kota karena menemukan informasi melalui media sosial.

b. Visi dan Misi

Visi: Mengembangkan usaha jahit rumahan dalam dunia fashion dan menjadi usaha rumah jahit daerah yang dikenal sampai lingkup nasional, banyak pelanggan dan berhasil.

Misi: Memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan (*online* maupun *offline*), memberikan solusi dalam dunia fashion, pelanggan adalah raja.

c. Produk

Produk Usaha “A2R Fashion” Rumah Jahit Ibu Khasanah berupa pakaian jadi hasil jahit rumahan. Rumah jahit ibu khasanah melayani jahit pakaian wanita/pria segala model, gamis, blouse, kebaya, gaun, seragam, dan lain-lain. Sistem produksi yang beliau pakai adalah sistem custom atau *request* sesuai dengan pesanan pelanggan, sehingga model dan ukuran akan disesuaikan langsung dengan model dan ukuran pelanggan. Hal tersebut untuk mengurangi komplain dari pelanggan akibat tidak puas dengan hasil jahitan dan memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan. Selain itu Ibu Khasanah juga melayani pemesanan seragam dalam bentuk kain (bahan), baik seragam jam’iyah maupun seragam keluarga.

d. Harga

Usaha “A2R Fashion” Rumah Jahit Ibu Khasanah memasang tarif standart untuk semua produknya. Sesuai dengan permintaan pelanggan, model, dan tingkat kesulitan dalam proses menjahit.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Ibu Khasanah (Pemilik Usaha Rumah Jahit A2R Fashion), Wawancara Oleh Penulis, Ahad/30 Agustus 2020, Pukul 09.00 WIB, Wawancara 1 Transkrip.

**Tabel 4.2**  
**Daftar Harga**

Tingkat kesulitan sederhana - sedang	Rp. 35.000,- sampai Rp. 50.000,-
Tingkat kesulitan sedang – cukup sulit	Rp. 60.000,- sampai Rp. 100.000,-
Tingkat kesulitan sangat sulit	Rp. 110.000,- keatas

**2. Sejarah dan Perkembangan *Home Industry* Rumah Jahit Ibu Nani (Nafiza Fashion)**

**a. Profil Usaha Rumah Jahit Ibu Nani (Nafiza Fashion)**

- Nama Usaha : “Nafiza Fashion”
- Lokasi : Temulus 001/006 Mejobo Kudus
- WA/Telp : 088 215 116 766
- Pemilik : Ibu Nani
- Produk : Segala Macam Model Pakaian
- Berdiri Tahun : 2010 – Sekarang

Nafiza Fashion merupakan usaha rumah jahit (*Homedress*) yang terletak di Desa Temulus 001/006 Kecamatan Mejobo Kabupaten Kudus. Ibu Nani adalah pemilik sekaligus pengelola usaha rumah jahit Nafiza Fashion, dibantu oleh 1 karyawannya yang merupakan teman sekolah dan teman kerjanya pada masa dulu.<sup>3</sup>

Nafiza Fashion sudah mulai dirintis pada tahun 2010 dan masih bertahan sampai sekarang, sebelum membangun bisnis sendiri pemilik Nafiza Fashion adalah karyawan di sebuah pabrik / konveksi baju di Kota Kudus. Berkat kerja keras dan kesungguhannya dalam belajar menggeluti dunia menjahit beliau berhasil membangun Nafiza Fashion.

Nafiza Fashion semakin banyak dikenal masyarakat sejak memanfaatkan pemasaran digital sebagai salah satu strategi bisnis untuk mempromosikan hasil usahanya. Sekarang banyak pelanggan Nafiza Fashion yang berasal dari luar kota seperti Pati, Demak, dan Jepara.

---

<sup>3</sup> Ibu Nani (Pemilik Usaha Rumah Jahit Nafiza Fashion), Wawancara Oleh Penulis, Kamis/23 Juli 2020, Pukul 09.00 WIB, Wawancara 2 Transkrip.

b. Visi dan Misi

Visi: Mengembangkan usaha jahit rumahan sampai banyak dikenal oleh masyarakat, bisa membantu teman teman untuk memperoleh lapangan pekerjaan.

Misi: Memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan, menjadi wirausaha yang jujur dan amanah.

c. Produk

Produk Usaha “Nafiza Fashion” berupa pakaian jadi hasil jahit rumahan, melayani jahit pakaian wanita/pria segala model, gamis, blouse, kebaya, gaun, seragam, dan lain-lain. Sistem produksi yang beliau pakai adalah sistem custom atau *request* sesuai dengan pesanan pelanggan, sehingga model dan ukuran akan disesuaikan langsung dengan model dan ukuran pelanggan. Hal tersebut untuk mengurangi komplain dari pelanggan akibat tidak puas dengan hasil jahitan dan memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan.

d. Harga

Usaha “Nafiza Fashion” memasang tarif standart untuk hasil usahannya, tarif yang diberikan sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan tingkat kesulitannya. Harga untuk hasil jahitan yang beliau kerjakan sekitar Rp. 50.000,- sampai Rp. 150.000,-. Kesepakatan harga biasanya dilakukan setelah ada persetujuan dan hasil yang sudah dibuat berdasarkan perhitungan bahan baku yang digunakan.<sup>4</sup>

### C. Data Penelitian

#### 1. Data Tentang Peran Media Sosial dalam Pengembangan *Home Industry* Rumah Jahit di Desa Temulus

Kemajuan teknologi sangat mempengaruhi perkembangan zaman, termasuk pula perilaku manusia dalam menjadi konsumen dan pelaku bisnis. Kebutuhan dan

---

<sup>4</sup> Ibu Nani (Pemilik Usaha Rumah Jahit Nafiza Fashion), Wawancara Oleh Penulis, Kamis/23 Juli 2020, Pukul 09.00 WIB, Wawancara 2 Transkrip.

keinginan untuk mendapatkan sesuatu secara cepat dan praktis akan menjadi kebiasaan baru masyarakat modern. Kemajuan teknologi tersebut berhubungan erat dengan pemanfaatan fasilitas dunia digital. Dunia digital diprediksi akan menjadi poin penting dalam seluruh aktivitas manusia termasuk aktivitas bisnis. Hal tersebut terlihat dari kepemilikan *smartphone* untuk mengakses internet yang semakin meningkat, naiknya pengeluaran iklan digital, perbaikan infrastruktur telekomunikasi dalam rangka peningkatan kualitas akses data. Pesatnya perkembangan teknologi, dunia digital dan internet tentu juga berdampak pada dunia pemasaran.

Media digital merupakan salah satu bentuk kemajuan teknologi dalam dunia bisnis. Banyak sekali pihak yang merasakan dampak positifnya, termasuk pemilik usaha dan konsumen atau pelanggan. Media digital memudahkan pelaku bisnis memantau dan menyediakan segala kebutuhan dan keinginan calon konsumen. Di sisi lain, calon konsumen juga dapat mencari dan mendapatkan informasi produk hanya dengan menjelajah dunia maya. Dengan kata lain, media digital dapat menjangkau seluruh masyarakat dimanapun mereka berada tanpa batasan ruang dan waktu. Seperti yang dijelaskan oleh pemilik sekaligus pengelola Usaha “A2R Fashion” Rumah jahit Ibu Khasanah.

*“Media sosial sangat berperan dalam usaha saya, dengan media sosial banyak perubahan dalam usaha saya, semakin berkembang dan banyak sekali pelanggan yang mulai berdatangan. kalau dulu hanya dikenal sebatas warga sekitar, sekarang sudah banyak bahkan sampai luar kota, seperti jepara, pati dan kota kudus sendiri.”<sup>5</sup>*

Begitu juga dengan peran media sosial pada Nafiza Fashion, ibu nani selaku pemilik dan pengelola mengatakan bahwa usahanya semakin berkembang, bahkan

---

<sup>5</sup> Ibu Khasanah (Pemilik Usaha Rumah Jahit A2R Fashion), Wawancara Oleh Penulis, Ahad/30 Agustus 2020, Pukul 09.00 WIB, Wawancara 1 Transkrip.

semakin banyak pelanggan yang berasal dari luar kota seperti demak, jepara, dan kota kudus.

Dengan berkembangnya teknologi akan mempermudah pengembangan suatu bisnis, melalui media sosial hal tersebut memudahkan para pengusaha dalam melakukan promosi produknya. Selain lebih mudah biaya yang dikeluarkan lebih terjangkau karena tidak harus membuat phamplet dan brosur iklan untuk di bagikan ke masyarakat. Jangkauan pasar yang luas dan dapat menembus pasar nasional lebih memudahkan para pengusaha untuk mempromosikan produknya lewat media digital. Banyak sekali platform media sosial yang bisa dimanfaatkan untuk pengembangan usaha, diantaranya *facebook, instagram, twitter, whatsapp*, dan lain sebagainya.

Seperti yang dijelaskan oleh pemilik sekaligus pengelola Usaha “Nafiza Fashion”.

*“Nafiza Fashion mulai menggunakan sosial media untuk promosi dalam menjalankan usaha, karena dengan sosial media banyak pelanggan menjadi lebih tahu tentang Nafiza Fashion. Nama akun sosial media Nafiza Fashion FB: Nani Jihan Nafisa dan IG: nani\_jihannafisa serta WA yang digunakan untuk berkomunikasi dengan pelanggan”<sup>6</sup>*

Begitu pula dengan A2R Fashion, seperti yang dijelaskan oleh pemilik usaha.

*“Media sosial berperan sebagai alat promosi dan komunikasi dalam usahanya, untuk memperkenalkan produk, mencari pelanggan, dan berkomunikasi dengan pelanggan, pemesanan di A2R Fashion bisa melalui FB: Rumah Jahit A2R FASHION dan IG: a2r.fashion serta WA 085 290 481 898.”*

Penggunaan media sosial memberikan banyak manfaat dalam pengembangan usaha, diantaranya:

---

<sup>6</sup> Ibu Nani (Pemilik Usaha Rumah Jahit Nafiza Fashion), Wawancara Oleh Penulis, Kamis/23 Juli 2020, Pukul 09.00 WIB, Wawancara 2 Transkrip

meningkatkan penjualan produk, melakukan komunikasi dengan konsumen, dan mengembangkan jangkauan pasar yang lebih luas.

Media sosial sebagai sarana komunikasi, membangun *image* dan kepercayaan pelanggan dapat dilakukan melalui media sosial. Kemudahan akses menjadikan media sosial sebagai pilihan untuk berkomunikasi dengan siapa saja, kapan saja, dan dimana saja. Sehingga pelanggan tidak merasa binggung jika terdapat keluhan atau permintaan meskipun jarak jauh.

Dapat disimpulkan bahwa media sosial berperan sebagai fasilitator dan alat promosi untuk mengembangkan usaha, khususnya usaha rumahan seperti usaha “A2R Fashion” dan “Nafiza Fashion”. Hal tersebut terlihat dari pemanfaatan media sosial yang mereka gunakan untuk digital marketing sebagai bentuk strategi marketing dalam meningkatkan jumlah konsumen.

Dalam ekonomi Islam jual beli adalah salah satu dari kegiatan dalam bermuamalah. Berbagai jenis dan cara dalam melakukan kegiatan jual beli, sehingga sangat diperlukan filter agar kegiatan jual beli tetap dapat memenuhi kebutuhan sehari – hari tanpa merugikan salah satu pihak. Banyaknya pesaing dan semakin ketatnya persaingan membuat para pelaku usaha mencoba berbagai cara agar usahanya tetap bertahan namun masih dengan prinsip dasar berdagang menurut Islam termasuk penjualan online melalui sosial media.

Prinsip ekonomi Islam yang dijadikan dasar bermuamalah oleh “A2R Fashion” seperti yang dijelaskan oleh Ibu Khasanah:

*“Tidak masalah melakukan strategi pemasaran online, asalkan tidak ada niatan buruk baik dari penjual ataupun dari pembeli, percaya dan tidak merusak kepercayaan, memberikan pelayanan yang baik meskipun tidak bisa berkomunikasi secara langsung, dan tepat waktu karena pelanggan adalah raja.”<sup>7</sup>*

---

<sup>7</sup> Ibu Khasanah (Pemilik Usaha Rumah Jahit A2R Fashion), Wawancara Oleh Penulis, Ahad/30 Agustus 2020, Pukul 09.00 WIB, Wawancara 1 Transkrip



Konsep ekonomi Islam yang diterapkan dalam usaha jahit A2R Fashion sudah sesuai dengan prinsip ekonomi Islam yaitu suka sama suka, jujur, dan memegang teguh kepercayaan. Selain itu juga masih memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan.

Begitu juga dengan Nafiza Fashion, beliau mengatakan bahwa:

*“Pemasaran online boleh saja, asalkan jujur dan bisa dipercaya serta berhati-hati”*

Bagi seorang muslim yang beragama Islam, khususnya yang berprofesi sebagai wirausaha maka haruslah memegang prinsip ekonomi Islam seperti yang telah diajarkan oleh Rasulullah yaitu empat sifat Rasulullah diantaranya shiddiq (benar dan jujur), amanah (terpercaya), fathanah (cerdas dan cakap) dan tabliqh (komunikatif) yang telah membawa Rasulullah sukses dalam perdagangan, sehingga hal ini dapat diikuti oleh umatnya dalam berbisnis dan mencari keridhaan dari Allah melalui jalan bermuamalah.

## **2. Data Tentang Dampak Media Sosial dalam Pengembangan *Home Industry* Rumah Jahit di Desa Temulus**

Media digital khususnya media sosial merupakan sarana *digital marketing* yang paling mudah untuk dimanfaatkan. Media digital dapat dikatakan sebagai gerbang pembuka sebuah usaha untuk meluncur di dunia maya untuk menjangkau lebih luas target market yang sulit dijangkau dalam dunia nyata. Efek kecepatan dalam penyebaran informasi merupakan salah keunggulan yang dapat diperoleh dengan memanfaatkan media sosial. Tidak hanya itu, hal-hal yang disampaikan melalui media sosial juga memiliki kekuatan yang *shareable* dengan mudah. Bahkan respon dari khalayak juga dapat dengan segera dilihat serta dianalisis untuk kemajuan market yang bersangkutan.

Kemudahan tersebut menjadi kekuatan dalam perkembangan kewirausahaan dan kelangsungan pasar kecil dan menengah. Selain biaya yang murah dan tidak

perlu keahlian khusus, media sosial dianggap mampu secara langsung mendapatkan calon konsumen. Oleh karena itu, tidak heran jika pelaku usaha lebih memilih memanfaatkan media sosial dibanding dengan pengembangan media digital lain. Meskipun demikian, pengelolaan yang tepat menjadi salah satu hal yang perlu dipertimbangkan, sehingga pesan yang ingin disampaikan tepat sasaran dan bisa memberikan *feedback* yang baik untuk kelangsungan usaha.

Pemanfaatan *digital marketing* memiliki beberapa keunggulan atau dampak positif bagi pengembangan usaha, antara lain:

- a. Target bisa diatur sesuai demografi, domisili, gaya hidup, dan bahkan kebiasaan
- b. Hasil dapat cepat terlihat sehingga pemasar dapat melakukan tindakan koreksi atau perubahan apabila dirasa ada yang tidak sesuai
- c. Biaya jauh lebih murah daripada pemasaran konvensional
- d. Jangkauan lebih luas karena tidak terbatas geografis
- e. Dapat diakses kapanpun tidak terbatas waktu
- f. Hasil dapat diukur, misalnya jumlah pengunjung situs, jumlah konsumen yang melakukan pembelian online
- g. Kampanye bisa dipersonalisasi
- h. Bisa melakukan *engagement* atau meraih konsumen karena komunikasi terjadi secara langsung dan dua arah sehingga pelaku usaha membina relasi dan menumbuhkan kepercayaan konsumen.

Seperti yang dijelaskan oleh ibu khasanah pemilik “A2R Fashion” dalam wawancara langsung:

*“Penggunaan sosial media berdampak baik dalam kelangsungan usaha saya karena dengan media sosial saya menjadi lebih mudah menyebarluaskan produk saya sehingga banyak pengunjung”*<sup>8</sup>

Selain dampak positif yang disampaikan Ibu Khasanah “A2R Fashion”, Ibu Nani juga memberikan pernyataan yang hampir sama bahwa setelah usahanya

---

<sup>8</sup> Ibu Khasanah (Pemilik Usaha Rumah Jahit A2R Fashion), Wawancara Oleh Penulis, Ahad/30 Agustus 2020, Pukul 09.00 WIB, Wawancara 1 Transkrip

menggunakan media sosial omset yang beliau dapat meningkat, mulai banyak pelanggan, dan orderan online.

Jejaring sosial atau media sosial dalam dunia digital berpotensi membantu pelaku usaha dalam memasarkan produk dan jasanya. Karena mampu menjangkau wilayah yang luas dengan hemat biaya. Melalui media sosial, pelaku bisnis usaha juga dapat melakukan aktivitas pemasaran seperti memperkenalkan produk, menjalin komunikasi dengan konsumen dan calon konsumen, serta memperluas jaringan bisnis.

Media sosial cenderung lebih cepat menarik perhatian, sifat media sosial yang terbuka dimanfaatkan oleh pelaku usaha khususnya Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk memasarkan produknya. Selain memberikan manfaat bagi pengembangan usaha, media sosial juga memiliki kelemahan atau kendala yang harus dihadapi, di antaranya:

- a. Mudah ditiru oleh pesaing
- b. Dapat disalah gunakan oleh pihak - pihak yang tidak bertanggung jawab
- c. Reputasi menjadi tidak baik ketika ada respon negatif
- d. Belum semua orang menggunakan teknologi internet/digital.

Kendala penggunaan sosial media menurut Ibu Nani pemilik “Nafiza Fashion” adalah:

*“Jika terdapat pelanggan yang baru, jauh dari tempat usaha dan tidak tahu lokasinya maka saya mengalah untuk mendatangi beliau, kemudian kesepakatan order seperti biasa.”<sup>9</sup>*

Sedangkan kendala yang dialami oleh usaha rumah jahit “A2R Fashion” adalah order pesanan yang kurang bisa di pahami maksud satu sama lain karena tidak bisa bertemu langsung berbeda dengan pelanggan offline yang datang langsung ke lokasi usaha. Selain itu keduanya juga khawatir karena media sosial disalahgunakan oleh pihak yang bertanggung jawab seperti penipuan.

---

<sup>9</sup> Ibu Nani (Pemilik Usaha Rumah Jahit Nafiza Fashion), Wawancara Oleh Penulis, Kamis/23 Juli 2020, Pukul 09.00 WIB, Wawancara 2 Transkrip

Berdasarkan pengakuan dari beberapa pelanggan yang datang ke lokasi usaha, menyatakan bahwa mereka mengetahui rumah jahit A2R Fashion dan Nani Fashion dari sosial medianya. Bahkan salah satu pelanggan A2R Fashion saat ditemui pada waktu proses observasi mengatakan bahwa:

*“Dulu saya hanya pelanggan pribadi, hanya menjahitkan baju untuk dipakai sendiri. Setelah merasa nyaman dengan pelayanannya saya sering order dalam partai besar sekarang. Seperti seragam karyawan hotel, sprengel hotel. Dan saya mengetahui A2R Fashion dari sosial media Instagram dan kebetulan teman saya yang memberi infonya”*

Beberapa pelanggan yang lain juga menyatakan bahwa mengetahui rumah jahit A2R Fashion dari *instagram* dan order melalui *whatsapp*. Sedikit berbeda dengan A2R Fashion, pelanggan online Nafiza Fashion banyak yang mengetahui dari *facebook* yang tertarik dan bertanya melalui kolom komentar.

Berdasarkan pengamatan yang peneliti lakukan selama beberapa kali juga terlihat rumah jahit tersebut selalu ada pelanggan, hampir setiap minggunya model-model pakaiannya juga berubah, dan banyak order seragam sekolah. Akan tetapi yang menjadi kelemahan kedua usaha *home industry* tersebut adalah kurang sistem manajemen, sehingga belum ada laporan keuangan yang sistematis, yang bisa ditemukan hanya data pelanggan yang berisi nama, alamat, dan nomor handphone.

No	Nama	No WA	Alamat
1	Mbak Nor	082 227 665 050	Jepara
2	Mbak Rika	085 866 422 865	Sidoarjo
3	Mbak Dania	085 225 662 660	Pati
4	Ibu Warsini	082 325 616 531	Kudus
5	Mbak Nilna	085 227 907 071	Jepara
6	Mbak Fara	082 217 257 228	Kudus
7	Bu Zum	FB (Raffa Sya)	Kudus
8	Mbak Fitri	FB (Ananda Fitri)	Padang

## D. Analisis Data Pembahasan

### 1. Peran Media Sosial dalam Pengembangan *Home Industry* Rumah Jahit di Desa Temulus

Media sosial merupakan salah satu media yang mempermudah komunikasi interaktif antara pengusaha dengan siapapun, termasuk konsumen, dan berbagai pihak yang berkepentingan, kapanpun serta dimanapun. Media sosial sangat membantu sebagai penghubung informasi dan komunikasi dari produsen ke konsumen dimanapun mereka berada dan berapapun jaraknya. Media sosial merupakan media yang sangat potensial untuk menemukan konsumen serta membangun *image* tentang merk suatu produk.<sup>10</sup>

Pada saat ini dengan berkembangnya teknologi akan memudahkan UMKM dalam mengembangkan bisnis melalui promosi, iklan, maupun kegiatan pemasaran lainnya dengan memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasarannya. Hal itu karena lebih mudah dan biaya yang dikeluarkan lebih sedikit dari pada harus membuat pamphlet dan plakat.

Penggunaan media sosial bukan hanya digunakan oleh para anak muda, namun untuk kepentingan yang lain sekarang banyak orang dewasa yang juga menggunakan media sosial. Dengan menggunakan media sosial dapat meminimalisir biaya yang digunakan untuk promosi. Dengan jangkauan yang luas dapat menembus pasar yang luas pula, bukan hanya sekedar di daerah sendiri namun juga dapat menembus pasar nasional dan juga internasional. Selain jangkauan luas penggunaan media sosial juga bergerak dengan cepat, melihat pengguna media sosial pada saat ini yang sangat tinggi.<sup>11</sup>

Berdasarkan riset jumlah pengguna sosial media di Indonesia mencapai 175,2 Juta. Perkembangan pesat dari tahun sebelumnya menunjukkan bahwa di tahun 2020 ini

---

<sup>10</sup> Moch Hari Purwiantoro, Dany Fajar Kristanto S.W., Widiyanto Hadi, Pengaruh *Penggunaan Media Sosial Bagi Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM)*, AMIK Cipta Darma Surakarta, Jurnal EKA CIDA Vol. 1 No. 1 Maret 2016 30 ISSN: 2503-3565 E-ISSN: 2503-3689, Hlm. 35

<sup>11</sup> Arif ardiyanto, *Analisis Penggunaan Media Sosial Dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umk) Di Desa Kemasan Kecamatan Sawit Kabupaten Boyolali*, Surakarta: UIN SURAKARTA, Hlm. 39

pengguna internet di Indonesia mengalami kenaikan sebanyak 17% atau sekitar 25 juta masyarakat Indonesia, artinya 64% atau setengah dari masyarakat Indonesia sudah menggunakan media sosial dan mengakses sosial media setiap harinya.<sup>12</sup>

**Gambar 4.1**  
**Data Pengguna Internet Dan Sosial Media**



Berdasarkan informasi diatas dapat dilihat bahwa jumlah pengguna aktif sosial media adalah sebanyak 160 juta masyarakat dan hampir 338,2 juta masyarakat Indonesia mengoperasikan gawai atau gadget. Berikut adalah prosentase media sosial dimulai dari urutan yang paling banyak penggunaannya atau sering dikunjungi.<sup>13</sup>

<sup>12</sup> Agus Tri Haryanto, *Riset: 175,2 Juta Pengguna Internet Di Indonesia*, Jakarta: Detikinet, Kamis 20 Februari 2020, <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia>

<sup>13</sup> J. Muller, *Penetration of leading social networks in Indonesia as of 3rd quarter 2019*, Statista Februari 2020, <https://www.statista.com/statistics/284437/indonesia-social-network-penetration/>

**Gambar 4.2**  
**Prosentase Pengguna Sosial Media di Indonesia**



Media sosial merupakan salah satu bentuk kemajuan teknologi dalam dunia bisnis. Banyak sekali pihak yang merasakan dampak positifnya, termasuk pemilik usaha dan konsumen atau pelanggan. Media sosial memudahkan pelaku bisnis memantau dan menyediakan segala kebutuhan dan keinginan calon konsumen. Di sisi lain, calon konsumen juga dapat mencari dan mendapatkan informasi produk hanya dengan menjelajah dunia maya. Dengan kata lain, media sosial dapat menjangkau seluruh masyarakat dimanapun mereka berada tanpa batasan ruang dan waktu. Seperti yang dijelaskan oleh pemilik sekaligus pengelola rumah jahit “A2R Fashion” dan “Nafiza Fashion”.

Media sosial memang sangat berperan jika digunakan dengan bijak, manfaat yang didapat juga akan terasa dalam pengembangan usaha jika benar - benar dikelola dengan baik. Seperti yang sudah dijelaskan oleh pemilik sekaligus pengelola usaha rumah jahit di Desa Temulus bahwa media sosial berperan sebagai media promosi dan komunikasi dalam pengembangan usahanya,

banyak kemajuan dan perubahan, semakin banyak dikenal oleh masyarakat, dan memiliki pelanggan dari luar kota.

Banyak sekali platform media sosial yang bisa dimanfaatkan untuk pengembangan usaha, diantaranya facebook, instagram, twitter, *whatsapp*, dan lain sebagainya. Penggunaan media sosial memberikan banyak manfaat dalam pengembangan usaha, diantaranya: meningkatkan penjualan produk, melakukan komunikasi dengan konsumen, dan mengembangkan jangkauan pasar yang lebih luas. Dari yang sebelumnya jumlah hasil produksi pakaian dalam skala normal mengalami peningkatan, banyak pelanggan baru yang datang, sebagian dari mereka ada yang melihat iklan dari media sosial dan pesanan online.

Media sosial sebagai sarana komunikasi, kemudahan akses menjadikan media sosial sebagai pilihan untuk berkomunikasi dengan siapa saja, kapan saja, dan dimana saja. Sehingga pelanggan tidak merasa binggung jika terdapat keluhan atau permintaan meskipun jarak jauh.

Efisiensi yang diperoleh dari pemanfaatan media sosial bagi pelaku usaha menjadi salah satu alasan utama mereka memanfaatkannya. Manfaat lain dari akses media sosial ini adalah pelaku usaha memiliki kesempatan untuk mendapat pelanggan baru. Kemudahan penyebaran informasi yang dibagikan di dalam media sosial mereka dapat dengan cepat tersebar luas di berbagai kalangan konsumen. Sesuai dengan data lapangan hasil survey yang dilakukan oleh *Delloite Access Economics* pada tahun 2015 di 6 kota besar di Indonesia yang meliputi, Jakarta, Semarang, Bandung, Surabaya, Medan dan Makasar menunjukkan bahwa manfaat media sosial terhadap pengembangan usaha sangatlah beragam, mulai jangkauan pasar yang luas, peningkatan jumlah permintaan dan penjualan, komunikasi dengan pelanggan yang lebih efektif dan fleksibel.<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> Kiky Srirejeki, *Analisis Manfaat Media Social dalam Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)*, Universitas Jenderal Soedirman, Jurnal Telematika dan Informasi, Vol : 7 No : 1 (Januari – Juni 2016) 65-66.



Dalam penelitian ini media digital berperan sebagai fasilitator atau alat promosi secara signifikan untuk mengembangkan usaha dalam strategi pemasaran, khususnya UMKM usaha rumahan seperti usaha “A2R Fashion” dan “Nafiza Fashion”. Hal tersebut terlihat dari pemanfaatan media digital yang mereka gunakan untuk digital marketing sebagai bentuk strategi marketing dalam meningkatkan jumlah konsumen dan loyalitas. Meskipun dengan pengetahuan yang seadanya akan tetapi semangat yang beliau miliki untuk membangun usahanya dan mempertahankan usahanya sangat besar. Dengan banyaknya manfaat yang dirasakan oleh pelaku usaha dari penggunaan media sosial, diharapkan media sosial mampu mendorong UMKM untuk terus berkembang.

Sesuai dengan visi Indonesia dalam Gerakan Nasional 100.000 UMKM untuk GO-Online, diharapkan UMKM di daerah pedesaan dapat meningkatkan perekonomian daerah dengan menerapkan industri kreatif melalui *digitalpreneur* dan bisa menjadikan Indonesia sebagai “*Digital Energy of Asia*” dengan gerakan bangsa buatan Indonesia dan beli kreatif lokal.<sup>15</sup>

Selain sebagai alat promosi atau strategi digital marketing, media social juga digunakan oleh rumah jahi A2R Fashion dan Nafiza Fashion sebagai alat komunikasi kepada pelanggan, hal tersebut terlihat dari pelayanan komunikasi melalui whatsapp.

Dalam pandangan Ekonomi Islam, Islam merupakan agama mayoritas yang dianut penduduk Indonesia dan diseluruh dunia yang dalam ajarannya sangat mendorong kemajuan teknologi, termasuk berbagai inovasi dalam sistem perdagangan. Inovasi seperti kemunculan *e-commerce* yang didukung oleh teknologi informasi online, sehingga transaksi bisa dilakukan dimanapun dan kapanpun. Sehingga sudah menjadi hal yang sudah biasa pemasaran online dalam setiap bisnis.

---

<sup>15</sup> Lili Marlinah, *Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Melalui Penguatan Sektor Ekonomi Digitalpreneur Dan Creativepreneur*, AMIK BSI Bekasi, Management Informatika, IKRAITH-Ekonomika Vol 2 No 1 (Maret 2019). Hlm.36

Konsep ekonomi Islam yang diterapkan dalam Rumah Jahit Ibu Khasanah sudah sesuai dengan prinsip ekonomi Islam yaitu suka sama suka, jujur, dan memegang teguh kepercayaan. Selain itu juga masih memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan.

Bagi seorang muslim yang beragama Islam, khususnya yang berprofesi sebagai wirausaha maka haruslah memegang prinsip ekonomi Islam seperti yang telah diajarkan oleh Rasulullah yaitu empat sifat Rasulullah diantaranya shiddiq (benar dan jujur), amanah (terpercaya), fathanah (cerdas dan cakap) dan tabligh (komunikatif) yang telah membawa Rasulullah sukses dalam perdagangan, sehingga hal ini dapat diikuti oleh umatnya dalam berbisnis dan mencari keridhaan dari Allah melalui jalan bermuamalah.

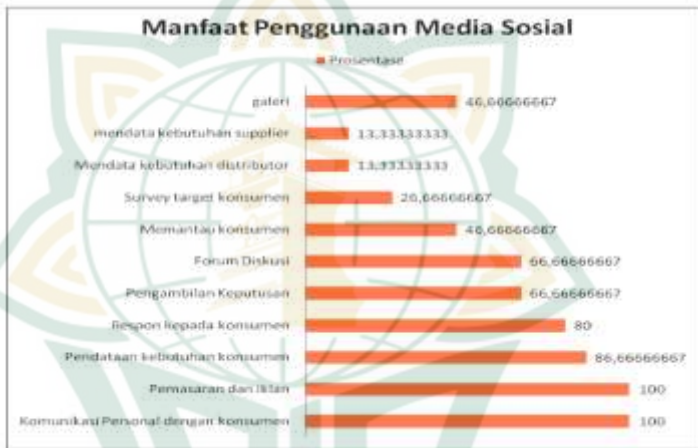
## **2. Dampak Media Sosial dalam Pengembangan *Home Industry* Rumah Jahit di Desa Temulus**

Banyak manfaat yang dapat dirasakan oleh pelaku usaha dengan penggunaan media sosial dalam pengembangan usaha mereka. Media sosial merupakan salah satu media yang mempermudah komunikasi interaktif antar pengusaha maupun konsumen. Media sosial juga sangat membantu dalam menghubungkan informasi dan komunikasi di berbagai belahan dan berbagai lapisan. Oleh karena itu media sosial sangat bermanfaat dalam pengembangan usaha dan membantu dalam pengambilan keputusan.

Seperti yang dijelaskan oleh Ibu Nani “Nafiza Fashion” dan Ibu Khasanah “A2R Fashion” dalam wawancara, semenjak menggunakan media sosial dalam usahanya, banyak sekali manfaat yang beliau dapatkan. Dengan media sosial kita dapat memasarkan produk dengan mudah tanpa harus banyak mengeluarkan biaya yang mahal, tidak banyak waktu yang terbuang, dan dapat dilakukan kapanpun tidak terikat waktu selain itu juga dapat meningkatkan omset atau pendapatan dan lebih banyak pelanggan.

Media sosial cenderung lebih cepat menarik perhatian dibanding masyarakat di dunia nyata. Kesempatan ini kemudian dijadikan sebagai jalan untuk membangun merk terhadap konsumen dengan dukungan media sosial. Sifat media sosial yang terbuka kemudian dimanfaatkan oleh pelaku usaha khususnya Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk memasarkan produknya.

**Gambar 4.3**  
**Manfaat Media Sosial Dalam Usaha**



Selain memberikan manfaat bagi pengembangan usaha, media sosial juga memiliki kelemahan atau kendala yang harus dihadapi, di antaranya:

- a. Mudah ditiru oleh pesaing
- b. Dapat disalah gunakan oleh pihak - pihak yang tidak bertanggung jawab
- c. Reputasi menjadi tidak baik ketika ada respon negatif
- d. Belum semua orang menggunakan teknologi internet/digital.

Dalam wawancara langsung dengan pemilik usaha Rumah Jahit Ibu Khasanah juga menambahkan bahwa menggunakan media sosial juga tidak semuanya dapat berjalan lancar, ada beberapa kendala yang harus diterima, seperti kurangnya pemahaman bahasa antara penjahit dan pelanggan, masalah teknis lokasi dan ukuran, harus kreatif

dan mengalah untuk keperluan pelanggan, selain itu harus berhati-hati dalam mempertahankan *brand image* karena alasan baik atau buruk dari brand kita akan dengan mudah dapat tersebar ke pelanggan.

Selain hal tersebut, rumah jahit A2R Fashion dan Nafiza Fashion mengaku takut jika sosial media mereka di salah gunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab, sehingga dapat disalah gunakan untuk penipuan atau hal yang tidak diinginkan.

Beberapa pelaku usaha yang belum menerapkan media sosial dalam usaha rumah jahitnya adalah karena beberapa alasan, diantaranya: kurangnya pemahaman tentang media sosial, belum bisa menggunakan gawai atau *smartphone*, pelaku usaha lama sehingga sudah tidak termasuk usia produktif, lebih nyaman memberikan pelayanan secara langsung.

Sehingga dapat disimpulkan dari data wawancara dan observasi dalam penelitian ini bahwa dampak positif media sosial bagi pengembangan usaha adalah:

- a. Meningkatkan volume penjualan atau pendapatan
- b. Meningkatkan komunikasi dan pelayanan terhadap pelanggan
- c. Memperluas jaringan

Sedangkan dampak negatif dari media sosial bagi pengembangan sosial media adalah kebocoran data yang takutnya disalahgunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.