

## PENGARUH PERKEMBANGAN UMKM MELALUI MEDIA SOSIAL DI ERA MODERN

Riswan Rambe<sup>1</sup>, Hafizda Ardianti<sup>2</sup>, Nabila Putri Amanda<sup>3</sup>

Dakwah Dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

e-mail: [riswanrambe93@gmail.com](mailto:riswanrambe93@gmail.com), [hafizdhaa@gmail.com](mailto:hafizdhaa@gmail.com), [nabilaputriamanda18@gmail.com](mailto:nabilaputriamanda18@gmail.com)

### ABSTRACK

*Modern technology makes it possible to start a business using social media such as Youtube, Whatsapp, Instagram, Twitter, TikTok, etc. Micro, small and medium businesses utilize social media to advertise their products and services to every consumer through simple and attractive transactions. The reason why micro, small and medium enterprises use social media as a tool to promote each of their products is because through social media it makes it easier for micro, small and medium enterprises to expand their network to promote products to every consumer. And this research discusses the influence of the development of micro, small and medium businesses through social media such as YouTube, WhatsApp, Instagram, twitter and tiktok. and micro, small and medium businesses can market each product offline, but nowadays more people use social media to buy or shop for everything. The reason why people prefer to use social media as a tool for shopping is because with social media people are able to make transactions faster and more easily, so it can be done not only by teenagers, but even every group can use social media. The aim of this research is to find out how the development of micro, small and medium enterprises influences social media. This research uses a qualitative approach, the data analysis carried out by researchers is descriptive analysis, which uses secondary methods which can be obtained through journals and articles. And carry out data collection techniques using online observation. Because the results of this research show a very high level of development in micro, small and medium enterprises, which nowadays, more people or consumers buy online than offline, which means that the more people in the community buy online, the easier the transactions will be. carried out by every buyer, and the higher the level of positivity in the development of micro, small and medium enterprises.*

**Keyword:** MSMEs, Social Media, Modern Era

### ABSTRAK

Teknologi modern memungkinkan untuk memulai bisnis menggunakan media sosial seperti Youtube, Whatsapp, Instagram, twitter, tiktok, dan lain-lain. Usaha mikro kecil dan menengah memanfaatkan media sosial untuk mengiklankan produk dan layanannya kepada setiap konsumen melalui transaksi yang sederhana dan menarik. Alasan para usaha mikro kecil menengah mengambil sosial media sebagai alat untuk mempromosikan setiap produk-produknya dikarenakan dengan melalui media sosial ini mempermudah para usaha mikro kecil menengah untuk memperluas jaringan mempromosikan produk kepada setiap konsumen. Dan penelitian ini membahas mengenai pengaruh perkembangan usaha mikro kecil menengah melalui media sosial seperti youtube, whatsapp, instagram, twitter, dan tiktok. Dan usaha mikro kecil menengah dalam memasarkan setiap produk bisa melalui offline, akan tetapi pada zaman saat ini lebih banyak para kalangan masyarakat menggunakan media sosial untuk membeli

ataupun berbelanja segala sesuatu. Alasan para kalangan lebih memilih menggunakan media sosial sebagai alat untuk berbelanja dikarenakan dengan media sosial seseorang mampu melakukan transaksi lebih cepat dan lebih mudah, sehingga bisa dilakukan bukan hanya para anak remaja saja bahkan setiap kalangan bisa mempergunakan media sosial tersebut. Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui bagaimana pengaruh perkembangan usaha mikro kecil menengah terhadap media sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, analisis data yang dilakukan peneliti adalah analisis deskriptif, yang dimana dengan metode sekunder yang bisa didapatkan melalui jurnal dan artikel. Dan melakukan teknik pengumpulan data dengan observasi secara *online*. Karena hasil penelitian ini menunjukkan perkembangan tingkat yang sangat tinggi terhadap usaha mikro kecil menengah yang pada zaman saat ini lebih banyak kalangan ataupun konsumen membeli secara *online* dibandingkan melalui secara *offline*, yang artinya semakin banyak para kalangan masyarakat dalam membeli secara *online* maka semakin mudah juga transaksi yang dilakukan oleh para setiap pembeli, dan semakin tinggi juga tingkat positif pada perkembangan usaha mikro kecil menengah.

**Kata kunci :** UMKM, Media Sosial, Era Modern

## PENDAHULUAN

Saat ini setiap masyarakat bisa bekerja di rumah atau dikantor saja, sehingga mengurangi untuk masuk kedalam lapangan atau melakukan perjalanan jauh. Dan masyarakat saat ini dapat menyelesaikan berbagai tugas berkat teknologi internet, termasuk dalam bersosialisasi, berkomunikasi dengan teman-teman, dan berbelanja *online*. Dengan memilih menggunakan media digital pemasaran saat ini para komunitas usaha mungkin lebih memilih untuk menggunakan media sosial. Kerena media sosial merupakan andalan penyebaran informasi saat ini, media sosial juga memiliki banyak peluang yang dapat digunakan untuk komunikasi internal perusahaan, untuk mempromosikan barang dan jasa, untuk meningkatkan merek, untuk memotong pengeluaran, dan untuk penjualan *online*. Dengan adanya media sosial dapat digunakan untuk berjualan atau membeli sesuatu ditengah kesibukan sehari-hari, alat internet di era digital saat ini juga bisa dikatakan sangat sederhana dan bermanfaat. Penggunaan internet memiliki banyak manfaat sehingga setiap penggunanya tidak bisa lepas dari dunia *online*.

Alat pemasaran digital paling sederhana yang tersedia saat ini adalah media sosial. Daripada membangun sebuah situs yang membutuhkan pengetahuan khusus, penggunaan hiburan online untuk tampilan web lebih mudah untuk didominasi. Hal ini dapat mendorong usaha kecil, kecil dan menengah untuk mengembangkan organisasi mereka dan menjadi adil. Selain sederhana dan tidak memerlukan informasi luar biasa untuk menyelesaikan presentasi awal, hiburan berbasis web juga dianggap mampu berinteraksi secara langsung dan bermanfaat dengan klien yang diharapkan. Salah satu metode untuk menampilkan tenaga kerja dan produk di dunia yang mutakhir adalah dengan melibatkan media sebagai alat khusus. Promosi web merupakan salah satu alat pameran delegasi korespondensi yang saat ini sering digunakan melalui hiburan virtual. Usaha mikro kecil menengah dapat memanfaatkan peluang secara efektif untuk mengembangkan perusahaannya. Produk dan jasa dapat diperkenalkan melalui metode promosi ke beberapa lokasi. Dan perkembangan ini dimanfaatkan oleh berbagai operasional perusahaan kecil maupun besar untuk menjalankan operasionalnya.

Dan pemanfaatan pemasaran digital memberikan harapan baru bagi usaha mikro kecil menengah untuk membantu tumbuh menjadi pusat kekuatan ekonomi, hal yang tidak bisa dihindari di era digital ialah membuat materi promosi untuk digunakan secara *online* bersama dengan layanan pembelian berbasis aplikasi. Pelaku usaha mikro kecil menengah kini dapat menjual produk mereka secara online dan melakukan pertukaran melalui kerangka kerja berbasis internet karena kemajuan inovasi komputer. Tentu saja tujuan adanya hal ini untuk memfasilitasi interaksi langsung antara pedagang dan pembeli selama peraturan yang berlaku, seperti membeli barang melalui *online shop* dan lain sebagainya.

*Online shop* adalah kegiatan mengakses internet dan berbelanja, dengan melalui proses belanja *online* dimana pelanggan membeli barang atau jasa secara *online*, khususnya melalui toko *online*. Dalam menggunakan media online untuk berbelanja, konsumen dapat melihat spesifikasi dan deskripsi barang dan jasa yang akan diperolehnya sebelum melakukan pembelian melalui media terkini yang telah dipasarkan oleh usaha mikro kecil menengah.

Dengan menggunakan peralatan atau mediator, misalnya PC, papan gores, PC atau telepon yang berhubungan dengan administrasi akses web, dan aktivitas jual beli ini dapat dilakukan tanpa perlu melakukan percakapan tatap muka dalam bentuk apa pun.

*Online shop* ini dianggap cepat, nyaman, dan berguna. Hal inilah yang melatar belakangi banyak pelaku usaha mikro kecil menengah yang menggunakan toko *online* untuk melayani beragam minat pelanggan. Dan dengan adanya *online shop* akan mempermudah setiap konsumen untuk berbelanja *online* dengan bantuan saluran komunikasi yang saat ini didukung oleh teknologi modern, usaha mikro kecil menengah dan konsumen kini bisa berbisnis tanpa perlu bertemu langsung berkat internet. Hanya dengan mengklik satu tombol, pelanggan dapat berbelanja dan memilih produk yang sesuai dengan minatnya sehingga mempercepat transaksi.

Dan untuk mencapai target pasar dan meningkatkan penjualan maka, diperlukan rencana pemasaran yang baik dan media yang tepat. Agar terhindar dari penindasan Usaha kecil, kecil dan menengah harus mampu bersaing di pasar internasional. Selain itu untuk mempermudah pemasaran produk secara internasional di era yang sangat kompetitif ini perusahaan usaha mikro kecil menengah perlu melakukan dan juga memperhatikan teknologi informasi.

Teknologi informasi ini ialah yang dimana memiliki banyak manfaat untuk meningkatkan pemasaran dan produktivitas. Selain itu, meningkatkan peluang bagi usaha kecil menengah untuk bekerja sama dengan pemilik usaha lain. Dan kehadiran media sosial ini juga merupakan salah satu teknologi informasi yang berkembang pesat dan mempunyai banyak potensi untuk membantu kinerja usaha mikro kecil menengah.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Metode yang digunakan peneliti untuk menganalisis penelitian ini yaitu menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah metode penelitian yang mengamati suatu objek atau fenomena yang menghasikan data deskriptif dan diuraikan berdasarkan objek serta artikel maupun tulisan yang relevan untuk memberikan gambaran secara jelas mengenai

masalah yang diteliti. Penelitian dengan metode kualitatif dapat mengamati peristiwa dan lebih meneliti kepada inti dari makna peristiwa yang diteliti. Pemilihan kata dan kalimat sangat berpengaruh pada ketajaman hasil analisis.

Metode kualitatif berfokus pada proses dan pemahaman hasil yang diteliti yang merujuk pada pendekatan deskriptif dengan mengumpulkan data penelitian untuk membuat gambaran umum atau deskripsi yang akurat untuk menjelaskan item yang sedang dipelajari. Sumber informasi dalam eksplorasi ini adalah informasi tambahan, khususnya diperoleh dari buku-buku pemahaman, catatan harian yang dihubungkan dengan judul.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Media Sosial

Media secara sederhana dapat diartikan sebagai alat untuk berkomunikasi. Dan penafsiran media ini lebih cenderung sesuai dengan karakter pada massa, sehingga terbukti dengan banyaknya teori yang timbul dalam komunikasi massa. Akan tetapi dalam semua definisi tersebut mempunyai kecenderungan yang sama bahwa teknologi akan muncul setiap kali kata media diucapkan.

Sedangkan yang dimaksud media sosial adalah sebuah media *online*, dimana setiap penggunaannya dapat memudahkan mengirim isi pesan, berbagi, dan juga dapat menciptakan forum virtual. Dan pada saat ini media sosial yang sangat banyak digunakan oleh seseorang adalah *whatsapp, instagram, twitter, telegram, facebook, youtube* dan lain sebagainya. Seseorang dalam penggunaan media sosial pasti memiliki motivasi tersendiri, seperti mempergunakannya untuk berkomunikasi, mencari tahu mengenai perkembangan sesuatu, berbagai segala informasi, dan bahkan sebagai tempat untuk mengelola sebuah bisnis.

Dan bagi seseorang yang ingin dikenal maupun diketahui dengan masyarakat luas, maka gunakanlah media sosial yang sifatnya lebih terbuka seperti *facebook, instagram, youtube*, dan

juga *twitter*. Karena dengan menggunakan media sosial inilah seharusnya tempat seseorang untuk bisa bebas dan juga berinteraksi sesuai keinginannya, sehingga seberapa banyaknya suatu update status dan juga postingan yang dimiliki seseorang itu juga merupakan suatu bentuk keinginan besar agar dikenal secara luas.<sup>1</sup>

## B. Usaha Mikro Kecil Menengah

Usaha mikro kecil menengah merupakan bentuk sektor yang sangat penting dalam memainkan sebuah peran di setiap kepentingan ekonomi secara baik. Terutama untuk menciptakan usaha dan lapangan pekerjaan baru. Dan pertumbuhan setiap usaha dapat dilihat dari kegiatan potensi daerah dan aktivitas pasar yang ditunjukkan dengan kemampuan usaha kecil, kecil dan menengah, dengan perencanaan pengembangan kekuasaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengendalian usaha kecil, menengah dan kecil. Sistem yang digunakan dalam periklanan produk usaha kecil, kecil dan menengah adalah melalui komunikasi dua arah antara penghibur bisnis dan klien.

Usaha skala kecil, kecil, dan menengah memainkan peranan penting dalam perekonomian negara saat ini, dan mempunyai tujuan untuk mengembangkan perekonomian lebih lanjut secara bebas. Usaha kecil, menengah, dan kecil juga dapat mengembangkan dan membina organisasinya menjadi kokoh dan mandiri. Pekerjaan usaha kecil, kecil dan menengah yang perlu diketahui adalah:

1. Menciptakan lapangan pekerjaan, dengan begitu dapat membantu mengurangi tingkat pengangguran dan mengambil tenaga kerja terhadap masyarakat
2. Menggerakkan pertumbuhan ekonomi, dengan begitu terciptalah nilai tambah sektor ekonomi dan mendukung pertumbuhan industri
3. Menciptakan inovasi dan kreativitas, dengan begitu akan lebih fleksibel dalam mencoba hal-hal baru dan dapat mengembangkan layanan baru yang inovatif

---

<sup>1</sup> Nurfajri, Abdul Hamid, *Peran Media Sosial Dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah*, Jurnal Ilmiah Mahasiswa, Vol 3, No 2, Oktober 2021, hlm. 113.

4. Mengurangi tingkat kemiskinan, dengan melalui peluang kerja dan pendapatan yang dihasilkan, dengan begitu usaha mikro kecil menengah dapat mengurangi tingkat kemiskinan didalam organisasi yang kurang berkembang
5. Lingkupan global, dengan memanfaatkan lingkupan global ini maka pemasaran produk dapat terjangkau secara meluas.<sup>2</sup>

### C. Manfaat Media Sosial Terhadap UMKM

Setiap orang pastinya akan mengenal sosial media pada saat ini, adapun bermacam-macam yang digunakan selain untuk alat berkomunikasi sosial media juga dapat dimanfaatkan untuk mempromosikan wahana wisata yang indah, dan juga dapat menjual barang atau produk. Dengan adanya hal ini dapat membantu para komunitas usaha mikro kecil menengah untuk mendorong dalam mempromosikan setiap jasa produk. Salah satu cara bagi usaha mikro kecil menengah untuk memajukan bisnisnya dengan biaya yang tergolong lebih murah merupakan salah satu pemanfaatan sosial media.

Manfaat media sosial terhadap usaha mikro kecil menengah ialah sebagai bentuk pemanfaatan dan peningkatan dalam penjualan setiap produk. Dengan menyebarkan setiap produk akan mendapatkan dampak yang positif terhadap usaha mikro kecil menengah, selain itu juga dapat menghemat biaya dan tenaga kerja. Media sosial juga mempunyai manfaat maupun fungsi yang sifatnya dalam bisnis dapat mengidentifikasi pelanggan, memberikan setiap informasi kepada seseorang sesuai keinginan pelanggan, dan dapat menghadirkan pelanggan. Oleh karena itu, teknologi media sosial ini dapat membantu meningkatkan kuantitas banyaknya pelanggan yang mendatang.

Selain itu media sosial merupakan alat yang populer saat ini, sehingga remaja dan bahkan komunitas lokal sering menggunakannya untuk memanfaatkan potensi luar biasa ini sebagai

---

<sup>2</sup> Vicky Indarto dkk, *Pemberdayaan UMKM Melalui Media Digitalisasi Bisnis Modern Dalam Peningkatan Kinerja UMKM*, Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademik, Vol 1, No 3, September 2022, hlm. 3.

*platform* periklanan dan promosi bisnis. Hal ini menunjukkan banyak pemilik usaha yang berupaya memasarkan berbagai produk dengan memanfaatkan berbagai media sosial.<sup>3</sup>

karena mengelola dan mengembangkan bisnis melalui media sosial sangat populer di kalangan miniatur Usaha Kecil dan Menengah. Selain itu, hiburan virtual juga dapat mempengaruhi perkembangan organisasi skala kecil, kecil, dan menengah. Melalui media sosial masyarakat dapat memperoleh dan menyebarkan informasi dengan lebih cepat. Pemilik usaha kecil mikro dan organisasi kecil dan menengah memanfaatkan secara luas akses cepat dan sederhana ini untuk memasarkan apa pun yang ingin mereka peroleh atau jual.

Oleh karena itu, media sosial dapat dimanfaatkan sebagai alat untuk mengoptimalkan suatu para pelaku usaha khususnya bagi usaha kecil, kecil dan menengah dalam memajukan setiap produknya. Selain itu, pemanfaatan hiburan berbasis web dapat memberikan kemajuan dan metodologi promosi bagi para eksekutif yang biasa dilakukan oleh organisasi skala kecil, kecil, dan menengah.<sup>4</sup>

#### **D. Pengaruh Media Sosial Terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah Di Era Modern**

Kecepatan perekonomian suatu negara sangat dipengaruhi oleh usaha mikro kecil dan menengah, terutama dalam hal pengembangan rumah tangga dan lapangan kerja baru yang menopang pendapatan masyarakat, dan perlambatan perekonomian kini sedang terjadi. Oleh karena itu keberadaan usaha mikro kecil dan menengah tersebut diharapkan dapat membantu meningkatkan perekonomian. Memanfaatkan ide berjualan media sosial atau teknologi digital pada masa kini dapat membantu usaha mikro kecil dan menengah memajukan kekuatan ekonomi.

---

<sup>3</sup> Adya Utami Syukri, Andi Nonong, *Digital Marketing Dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah*, Jurnal Ekonomi Dan Manajemen, Vol 19, No 1, 2022, hlm. 173.

<sup>4</sup> Indah Suryati, *Pengaruh Ukuran Usaha Dan Sumber Modal Terhadap Penerapan Standar Akuntansi Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Bidang Jasa Atau Pelayan Makassar*, Jurnal Mahasiswa Akuntansi Unsuraya, Vol 1, No 1, Januari 2021, hlm. 21.

Perkembangan media sosial dapat membantu komunitas usaha mikro kecil menengah dalam mempromosikan produk secara *online* dan juga dapat melakukan sistem transaksi secara *online*. Untuk menghadapi kerugian yang terjadi pada persaingan global, usaha mikro kecil menengah harus mampu memikirkan lebih lanjut agar perekonomian dapat bertahan dan stabil sesuai dengan tujuan.

Maka dengan menggunakan media sosial usaha mikro kecil menengah di era modern pada saat ini dapat mempengaruhi setiap perkembangan ataupun peningkatan yang terjadi terhadap usaha mikro kecil menengah. Karena kehadiran media sosial ini selain mempermudah setiap konsumen untuk melakukan transaksi secara *online* juga dapat menguntungkan komunitas usaha mikro kecil menengah dalam memasarkan jasa dan produk.<sup>5</sup>

## KESIMPULAN

Mengingat hasil dan pembahasan penelitian ini, diasumsikan bahwa hiburan virtual saat ini sangat berkembang dan dimanfaatkan secara luas oleh orang-orang. kalangan masyarakat, media sosial juga dapat digunakan dalam berbisnis. Hal ini dapat juga mempermudah komunitas usaha mikro kecil menengah dalam mengembangkan serta memasarkan setiap barang dan produknya. Oleh karena itu juga dapat mempermudah konsumen dalam membeli sebuah produk yang diminatinya tanpa harus membeli barang tersebut secara langsung maupun tatap muka.

Dan di era modern ini memang membuat banyak sekali peluang terhadap usaha mikro kecil menengah untuk mempromosikan barang dan jasanya dengan media *online*. Salah satu dampak positif terhadap usaha mikro kecil menengah dengan menggunakan media sosial seperti melakukan transaksi ekonomi dengan itu dapat membawa kemajuan yang sangat besar dan juga memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi *online*. Dan dengan melalui penggunaan media *online* ini dapat melakukan berbagai transaksi ekonomi di situs jejaring

---

<sup>5</sup> Abdul Halim, *Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Perkembangan, Vol 1, No 2, 2020, hlm. 160.

sosial sehingga dapat menjadi lebih sederhana. Dengan menjadikan promosi bisnis nyaman dan sangat efektif untuk menghasilkan keuntungan yang signifikan sehingga pelanggan dapat dengan mudah membeli barang sesuai kebutuhannya dengan melakukan riset pembelian melalui pasar.

Selain pada perusahaan *online*, hal ini juga dapat berdampak pada pertumbuhan dan pengembangan iklan saat ini, sehingga banyak bisnis yang melakukan promosi penjualan produk mereka di jejaring sosial dalam upaya membantu kesadaran merek dan pertumbuhan setiap kalangan. Selain penggunaan internet banyak bisnis yang bersaing untuk kampanye cetak jangka panjang, namun mereka tetap mengutamakan penjualan online cepat yang memudahkan pelanggan melakukan pembelian. Informasi dan komunikasi suatu negara dapat dengan mudah dikembangkan untuk pertumbuhan ekonomi, dengan meningkatnya produktivitas ekonomi suatu negara seiring dengan permintaan dan peminatan yang meningkat. Metode perkembangan ekonomi digital juga memberikan dampak positif terhadap perilaku pengguna media sosial, seperti pertumbuhan ekonomi, dengan berkembangnya pusat-pusat industri di suatu wilayah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Halim Abdul. 2020. *Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Perkembangan, Vol 1, No 3.
- Hamid Abdul. Nurfajri. 2021. *Peran Media Sosial Dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah*, Jurnal Ilmiah Mahasiswa, Vol 3, No 2.
- Indarto Vicky dkk. 2022. *Pemberdayaan UMKM Melalui Media Digitalisasi Bisnis Modern Dalam Peningkatan Kinerja UMKM*, Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademik, Vol 1, No 3

Nonong Andi, Syukri Utami Adya. 2022. *Digital Marketing Dalam Pengembangan Usaha Mikro*

*Kecil Dan Menengah*, Jurnal Ekonomi Dan Manajemen, Vol 19, No 1.

Suryati Indah. 2021. *Pengaruh Ukuran Usaha Dan Sumber Modal Terhadap Penerapan Standar*

*Akuntansi Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Bidang Jasa Atau Pelayan Makassar*, Jurnal

Mahasiswa Akuntansi Unsurya, Vol 1, No 1.