

SKRIPSI

**KEEFISIENAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP
PENINGKATAN PENDAPATAN *RESELLER*
DI DESA NAMPIREJO**

Oleh:

**MEIZTA WANTI
NPM. 1804040064**



**Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1444 H / 2023 M**

**KEEFISIENAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP
PENINGKATAN PENDAPATAN *RESELLER*
DI DESA NAMPIREJO**

Diajukan Untuk Memenuhi Skripsi dan Memenuhi Sebagian
Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S. E)

Oleh:

MEIZTA WANTI
NPM. 1804040064

Pembimbing: Selvia Nuriasari, M. E. I.

Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1444 H / 2023 M

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (satu) berkas
Hal : **Pengajuan untuk Dimunaqosyahkan
Saudara Meizta Wanti**

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
Di _
Tempat

Assalammu'alaikum Wr. Wb.

Setelah Kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya maka skripsi saudara:

Nama : **MEIZTA WANTI**
NPM : 1804040064
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : **KEEFISIENAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL
TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN RESELLER
DI DESA NAMPIREJO**

Sudah dapat kami setujui dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk dimunaqosyahkan.

Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalammu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 11 Mei 2023
Pembimbing II,


Selvia Nuriasari, M.E.I
NIP. 16810828 200912 2 003

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **KEEFISIENAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL
TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN *RESELLER*
DI DESA NAMPIREJO**

Nama : **MEIZTA WANTI**
NPM : 1804040064
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Metro, 11 Mei 2023
Pembimbing II,



Selvia Nuriasari, M.E.I
NIP. 19810828 200912 2 003



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 3411
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : B-1777/In.28.3/D/PP.00.9/06/2023

Skripsi dengan Judul "KEEFISIENAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN *RESELLER* DI DESA NAMPIREJO", Disusun oleh MEIZTA WANTI, NPM. 1804040064, Jurusan : Ekonomi Syariah yang telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro pada hari/tanggal : Jum'at, 26 Mei 2023.



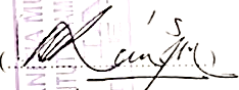

TIM PENGUJI MUNAQOSYAH

Ketua / Moderator : Selvia Nuriasari, M.E.I

Penguji I : Liberty, S.E., M.A

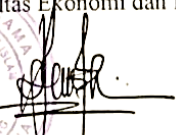
Penguji II : Reonika Puspita Sari, M.E.Sy

Sekretaris : Iva Faizah, M.E

()
()
()
()

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. Siti Zulaikha, S.Ag., M.H
NIP. 197206111998032001

ABSTRAK

KEEFISIENAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN RESELLER DI DESA NAMPIREJO

**Oleh:
MEIZTA WANTI
NPM. 1804040064**

Reseller adalah menjual kembali sebuah barang dari supplier tanpa adanya stok barang dengan komisi yang telah ditentukan sendiri/dari supplier, akan tetapi sebagai syarat Reseller diharuskan untuk membeli produk supplier terlebih dahulu. Penerapan sistem reseller dalam jual beli di anggap cukup efisien bagi seseorang yang ingin memulai bisnis sebagai reseller. Efisiensi merupakan kemampuan menjalankan tugas dengan baik dan tepat (dengan tidak membuang waktu, tenaga, dan biaya). Seseorang yang menjadi reseller bisa menjalankan tugasnya dimana saja dan kapan saja, tanpa menyetok barang sehingga tidak memerlukan gudang penyimpanan, reseller di Desa Nampirejo juga merasa dimudahkan dengan adanya sistem reseller ini karena barang dagangan tidak hanya dipajang dalam toko namun kini bisa dilihat banyak orang melalui media sosial dalam bentuk gambar.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keefisienan penggunaan media sosial terhadap peningkatan pendapatan reseller di Desa Nampirejo dilihat dari indikator efisiensi media sosial dalam meningkatkan pendapatan. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (field research) dan sifat penelitiannya bersifat deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi. Data hasil temuan digambarkan secara deskriptif kualitatif melalui proses pengumpulan data, pengkategorian data reduksi data, dan penyajian data.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial memberikan kemudahan dan efisien bagi reseller di Desa Nampirejo dalam berbisnis. Penggunaan media sosial menciptakan hubungan lebih intens kepada pembeli, jangkauan luas dan global, terkendali dan terukur serta lebih cepat, ringkas, padat dan sederhana. Keefisienan penggunaan media sosial bagi reseller di Desa Nampirejo berupa menetapkan target penjualan agar tujuan dari kegiatan pemasaran produk bisa dicapai, pemilihan supplier untuk mendapatkan produk yang berkualitas, penetapan sistem pembayaran melalui media elektronik, menjaga kualitas produk yang di jual, tekun dalam memperbarui informasi dan produk secara berkala, dan masing-masing reseller tetap menyesuaikan diri dengan kemampuan yang dimiliki. Indikator efisiensi yang telah diterapkan oleh reseller di Desa Nampirejo menjadikan pendapatan reseller di Desa Nampirejo mengalami peningkatan.

Kata Kunci: *Media Sosial, Peningkatan Pendapatan, Reseller*

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : MEIZTA WANTI

NPM : 1804040064

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 26 Mei 2023
Yang Menyatakan

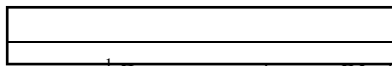


Meizta Wanti
NPM. 1804040064

MOTTO

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَى
عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ﴿١٠٥﴾

Artinya: Dan katakanlah, “Bekerjalah kamu, maka Allah akan melihat pekerjaanmu, begitu juga Rasul-Nya dan orang-orang mukmin, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui yang gaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.” (Q.S. At-Taubah: 105)¹



¹Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: CV. Diponegoro, 2005), 162.

PERSEMBAHAN

Dengan kerendahan hati dan rasa syukur kepada Allah SWT, peneliti persembahkan skripsi ini kepada:

1. Ayahanda Wibowo dengan Ibunda Zaitun yang sangat peneliti sayangi, yang tanpa kenal lelah memberikan kasih sayang, mendo'akan, motivasi serta dukungan demi keberhasilan peneliti.
2. Suami tercinta Bagas Aryo dan anakku tersayang Tania Sophia Maharani yang senantiasa memberikan dukungan dan tanpa lelah memotivasi peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Almamater Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian Skripsi ini. Penelitian Skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) di IAIN Metro.


Dalam upaya penyelesaian skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag, selaku Rektor IAIN Metro.
2. Bapak Dr. Mat Jalil, M.Hum, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Yudhistira Ardana, M.E.K, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
4. Ibu Selvia Nuriasari, M. E. I., selaku Pembimbing pada penelitian ini, yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga kepada peneliti.
5. Kepala Desa dan segenap warga Desa Nampirejo yang telah memberikan sarana dan prasarana serta informasi yang berharga kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini akan sangat di harapkan diterima dengan lapang dada. Dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu Ekonomi Syariah.

Metro, 26 Mei 2023

Peneliti,



Meizta Wanti

NPM. 1804040064

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
PERSETUJUAN	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
ORISINALITAS PENELITIAN	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pertanyaan Penelitian	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
D. Penelitian Relevan	10
BAB II LANDASAN TEORI	13
A. Media Sosial	13
1. Pengertian Media Sosial.....	13
2. Tujuan Media Sosial	14
3. Macam-Macam Media Sosial	15
4. Kelebihan Media Sosial	18
5. Kekurangan Media Sosial	20
B. Penjualan Secara Online	20
1. Pengertian Penjualan secara Online	20
2. Pengertian <i>Reseller</i>	21
3. Macam-Macam Model Sistem <i>Reseller</i>	22

4. Tujuan Sistem <i>Reseller</i>	23
C. Hubungan Efisiensi dengan Penjualan Online <i>Reseller</i>	24
1. Pengertian Efisiensi Media Sosial terhadap Peningkatan Pendapatan	24
2. Indikator Efisiensi Penggunaan Media Sosial terhadap Peningkatan Pendapatan.....	25
3. Hubungan Efisiensi dan Penjualan Online <i>Reseller</i>	28
D. Prinsip Ekonomi Islam	29
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Jenis dan Sifat Penelitian.....	33
B. Sumber Data	34
C. Teknik Pengumpulan Data	35
D. Teknik Analisis Data	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
A. Gambaran Umum <i>Reseller</i> di Desa Nampirejo	40
B. Keefisienan Penggunaan Media Sosial Terhadap Peningkatan Pendapatan <i>Reseller</i>	41
C. Analisis Keefisienan Penggunaan Media Sosial Terhadap Peningkatan Pendapatan <i>Reseller</i>	51
BAB V PENUTUP.....	61
A. Simpulan.....	61
B. Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Pendapatan <i>Reseller</i>	7
4.1 Produk <i>Reseller</i> di Desa Nampirejo.....	41
4.2 Pendapatan <i>Reseller</i> di Desa Nampirejo Sebelum dan Sesudah Menjadi <i>Reseller</i>	46

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Penunjukkan Pembimbing Skripsi
2. Outline
3. Alat Pengumpul Data
4. Surat Research
5. Surat Tugas
6. Surat Balasan Research
7. Surat Keterangan Bebas Pustaka
8. Surat Uji Plagiasi Turnitin
9. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
10. Foto-foto Penelitian
11. Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Masyarakat modern saat ini hampir tidak mungkin tidak terkena paparan media sosial. Disadari atau tidak, media dengan segala kontennya hadir menjadi konsumsi bagi masyarakat. Media Sosial adalah fitur berbasis website yang dapat membentuk jaringan serta memungkinkan orang untuk berinteraksi dalam sebuah komunitas. Pada media sosial kita dapat melakukan berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan, visual maupun audio visual. Contohnya seperti *Twitter, Facebook, Blog, Instagram* dan lainnya. Media sosial adalah sebuah media online dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Media sosial juga dapat diartikan media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif.¹

Media sosial banyak menyajikan berbagai hal yang tidak diperoleh melalui media cetak. Media sosial juga mudah digunakan oleh setiap orang. Tidak dapat disangkal bahwa saat ini media sosial telah menjadi cara baru masyarakat dalam berkomunikasi. Kehadiran media sosial telah membawa dampak yang sangat signifikan. Yaitu membuat komunikasi satu arah menjadi

¹ Siti Makhmudah, *Medsos Dan Dampaknya Pada Perilaku Keagamaan Remaja*, (Bogor: Guepedia, 2019), 26.

dialog interaktif. Tujuannya yaitu untuk memudahkan penggunaanya untuk berinteraksi pesan dalam bentuk jejaring sosial.

Perkembangan teknologi informasi di era globalisasi sangat berperan dalam membantu pekerjaan manusia. Hal ini sejalan dengan perkembangan teknologi yang ada dengan kebutuhan manusia yang semakin kompleks serta ketergantungannya terhadap teknologi informasi tersebut, sehingga peranan teknologi informasi sangat bermanfaat bagi segala aspek aktivitas manusia salah satunya adalah aktivitas bisnis. Penggunaan fasilitas internet memungkinkan aktivitas bisnis dilakukan dimana saja dan kapan saja, hal ini dalam dunia bisnis dikenal dengan bisnis online.

Sementara seiring berkembangnya ilmu pengetahuan yang didukung dengan kemajuan teknologi, keinginan manusia terus meningkat, sehingga selain keinginan pokok, manusia juga memiliki banyak keinginan-keinginan tambahan lainnya yang sangat banyak macam dan ragamnya yang kadang mengakibatkan keinginan dan kebutuhan bertolak belakang, hal ini membuat manusia dituntut untuk terus semangat dalam bekerja (mencari nafkah).²

Adapun dalil yang memerintahkan untuk bekerja sebagaimana firman Allah dalam al-Qur'an surat Al-Mulk ayat 15 Allah Ta'ala berfirman:³

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمْ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَأَمْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ
وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

² M. Fuad dkk, *Pengantar Ilmu Bisnis*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000), 12.

³Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: CV. Diponegoro, 2005), 449.

Artinya: “Dialah yang menjadikan bumi untuk kamu yang mudah dijelajahi, maka jelajahilah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nyalah kamu (Kembali setelah) dibangkitkan.” (Qs. Al-Mulk [67]: 15).

Sejak awal tahun 2020 tepatnya pada bulan maret, Indonesia dihebohkan oleh salah satu fenomena yaitu pandemic covid-19.⁴ Penyebaran dan peningkatan jumlah kasus covid-19 terjadi dengan waktu yang sangat cepat. Hal tersebut membuat pemerintah Indonesia mengeluarkan berbagai macam kebijakan telah dibuat dibuat oleh dalam menangani pandemic covid-19. Kebijakan yang ada tersebut secara langsung berdampak positive namun secara tidak langsung juga dapat menimbulkan dampak negative, salah satunya yang dapat kita ketahui saat ini yaitu merosotnya pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Dampak pada sector ekonomi di Indonesia akibat dari pandemic ini antara lain terjadinya PHK, terjadinya PMI Manufacturing Indonesia, penurunan impor, peningkatan harga (inflasi) serta terjadi juga kerugian pada sector pariwisata yang menyebabkan penurunan okupansi.

Pemerintah Indonesia memberlakukan berbagai macam kebijakan dalam merespon pandemic covid-19 ini. Salah satu kebijakannya yaitu pada awal bulan Maret 2020 telah diberlakukanya *social distancing*, *physical distancing* bagi masyarakat Indonesia.⁵ Selama masa pandemic ini kegiatan perdagangan mengalami perbedaan yang sangat jelas, banyak usaha yang terpaksa harus tutup karena mengalami kerugian, omset penjualan yang jauh

⁴ Fakhrol Rozi Yamali dan Ririn Noviyanti Putri, “Dampak Covid-19 Terhadap Ekonomi Indonesia”, *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, Vol. 4 No. 2/ 2020: 1.

⁵ *Ibid.*, 385.

menurun, sehingga ada yang cara penjualannya juga berubah menjadi online. Akibat hal itu banyak masyarakat yang berminat untuk menjadi *reseller* seperti beberapa *reseller* yang berada di Desa Nampirejo yaitu *reseller* perabotan rumah, pakaian, sandal, jilbab, tas wanita, dan makanan.

Reseller adalah menjual kembali sebuah barang dari *supplier* tanpa adanya stok barang dengan komisi yang telah ditentukan sendiri/dari *supplier*, akan tetapi sebagai syarat *Reseller* diharuskan untuk membeli produk *supplier* terlebih dahulu.⁶ *Reseller* hampir mirip dengan pedagang yang sama-sama mengambil barang dari penjual dan menjualnya kembali dengan harga yang lebih tinggi. Dari sisi pelanggan biasanya tidak terlalu mempermasalahkan apakah *reseller* memiliki stok sendiri atau tidak. Selama *reseller* bisa melayani dan menjelaskan produk yang dia jual dengan baik, itu sebenarnya sudah cukup bagi pelanggan.⁷

Penerapan sistem *reseller* dalam jual beli di anggap cukup efisien bagi seseorang yang ingin memulai bisnis sebagai *reseller*. Efisiensi merupakan kemampuan menjalankan tugas dengan baik dan tepat (dengan tidak membuang-buang waktu, tenaga, dan biaya).⁸ Seseorang yang menjadi *reseller* bisa menjalankan tugasnya dimana saja dan kapan saja, tanpa menyetok barang sehingga tidak memerlukan gudang penyimpanan, *reseller* di Desa Nampirejo juga merasa dimudahkan dengan adanya sistem *reseller* ini

⁶ Ahmad Syafii, *Step By Step Bisnis Dropshipping & Reseller*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2013), 3

⁷ Amalia Damayanti, "Analisis Mekanisme *Reseller* dan Dropshipper Dalam Bisnis Online Perspektif Ekonomi Islam", *Jurnal Eksyar (Jurnal Ekonomi Syariah)*, Vol. 07, No. 02/2020: 74-97.

⁸ *Ibid.*, 375.

karena barang dagangan tidak hanya dipajang dalam toko namun kini bisa dilihat banyak orang melalui media sosial dalam bentuk gambar.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Eti salah satu *reseller* berpendapat yaitu dengan adanya media sosial jelas sangat membantu perekonomian keluarga karena dapat dijadikan pekerjaan sampingan, dengan menjadi *reseller* pekerjaan menjadi lebih mudah karena hanya mengunggah foto barang ke media sosial seperti *Whatsapp* dan *Facebook* sehingga lebih menghemat waktu. Permasalahan yang sering dialami dalam usaha online seperti ini adalah banyak konsumen yang merasa kecewa karena ketika konsumen memasan produk ke *reseller* lalu *reseller* memesan ke suplier namun produk tersebut sudah habis dikarenakan banyaknya jumlah *reseller* sehingga produk yang diinginkan menjadi terbatas.⁹

Kemudian Ibu Lia selaku *reseller* berpendapat sama dengan ibu Eti yaitu dengan adanya media sosial juga sangat membantu perekonomian keluarga karena dapat dijadikan pekerjaan sampingan, dengan menjadi *reseller* pekerjaan menjadi lebih mudah karena hanya mengunggah foto barang ke media sosial seperti *Whatsapp*, *Facebook* dan *Instagram* sehingga lebih menghemat waktu. Permasalahan yang sering dialami dalam usaha online seperti ini oleh ibu Lia juga sama dengan Ibu Eti yaitu banyak konsumen yang merasa kecewa karena ketika konsumen memasan produk ke *reseller* lalu *reseller* memesan ke suplier namun produk tersebut sudah habis dikarenakan banyaknya jumlah *reseller* sehingga produk yang diinginkan menjadi terbatas, dan pihak *suplier* juga terlalu *slow respon* kepada *reseller*

⁹ Ibu Eti, *Reseller* di Desa Nampirejo, *Wawancara pada pra-survey*, tanggal 02 November 2022

sehingga untuk menyampaikan informasi kepada konsumen menjadi sulit dan dapat menyebabkan kegagalan pemesanan produk. Hal tersebut tentu saja berdampak pada pendapatan Ibu Lia.¹⁰

Selanjutnya dengan Ibu Ning berpendapat yaitu dengan adanya media sosial juga sangat membantu perekonomian keluarga karena dapat dijadikan pekerjaan sampingan, dengan menjadi *reseller* pekerjaan menjadi lebih mudah karena hanya mengunggah foto barang ke media sosial seperti *Whatsapp* dan *Facebook* sehingga lebih menghemat waktu. Permasalahan yang sering dialami dalam usaha online seperti ini oleh ibu Ning yaitu sering terjadi banyak komplain konsumen kepada *reseller* karena produk tidak sesuai dengan yang digambar seperti bahan tidak sesuai, dan ukuran yang tidak sesuai juga dengan deskripsi. Selain itu, beberapa kali ada beberapa barang yang rusak yang didapatkan Ibu Ning saat membeli suatu barang untuk dijual dan barang tersebut tidak dapat dikembalikan. Hal tersebut tentu saja membuat Ibu Ning rugi dan berdampak pada pendapatan Ibu Ning¹¹

Sistem penjualan berbasis reseller dengan tentu dapat meningkatkan pendapatan dari usaha yang dijalaninya. Pendapatan adalah penambahan kekayaan yang terjadi sebagai akibat dari kegiatan usaha seperti penjualan, persewaan, penerimaan bagi hasil, dan sebagainya.¹² Sistem penjualan berbasis reseller dengan memanfaatkan media sosial memiliki peluang untuk semakin berkembang dan dapat meningkatkan jumlah penjualannya dan

¹⁰ Ibu Lia, *Reseller* di Desa Nampirejo, *Wawancara pada pra-survey*, tanggal 02 November 2022

¹¹ Ibu Ning, *Reseller* di Desa Nampirejo, *Wawancara pada pra-survey*, tanggal 02 November 2022

¹² Margo Saptowinarko Prasetyo dan Endang Wulandari, *Pengantar Akuntansi*, (Yogyakarta: Penebar Media Pustaka, 2020), 6

memasarkan serta memperkenalkan barang jualannya dalam jangkauan yang lebih luas.

Berikut adalah tabel dalam pendapatan lima reseller dalam 6 bulan terakhir:

Tabel 1.1
Pendapatan Reseller

Media Sosial	Awal penggunaan	Nama	Pendapatan Reseller				
			April 2020-September 2020	Oktober 2020-Maret 2021	April 2021-September 2021	Oktober 2021-Maret 2022	April 2022-September 2022
Facebook	2020	Diah	Rp. 1.200.000	Rp. 1.800.000	Rp. 2.100.000	Rp. 2.400.000	Rp. 1.500.000
	2020	Ning	Rp. 2.400.000	Rp. 3.300.000	Rp. 9.000.000	Rp. 7.800.000	Rp. 7.200.000
	2020	Lia	Rp. 600.000	Rp. 1.200.000	Rp. 900.000	Rp. 1.800.000	Rp. 1.200.000
	2020	Eti	Rp. 3.000.000	Rp. 2.400.000	Rp. 4.800.000	Rp. 4.200.000	Rp. 3.600.000
	2020	Dian	Rp. 900.000	Rp. 900.000	Rp. 1.200.000	Rp. 1.500.000	Rp. 1.500.000
Instagram	2020	Diah	Rp. 300.000	Rp. 300.000	Rp. 600.000	Rp. 600.000	Rp. 900.000
	2020	Lia	Rp. 300.000	Rp. 300.000	Rp. 450.000	Rp. 600.000	Rp. 600.000
Whatsapp	2020	Diah	Rp. 600.000	Rp. 600.000	Rp. 900.000	Rp. 2.400.000	Rp. 2.100.000
	2020	Ning	Rp. 2.400.000	Rp. 2.700.000	Rp. 1.800.000	Rp. 1.800.000	Rp. 1.800.000
	2020	Lia	Rp. 600.000	Rp. 900.000	Rp. 1.200.000	Rp. 300.000	Rp. 1.200.000
	2020	Eti	Rp. 1.200.000	Rp. 1.800.000	Rp. 5.400.000	Rp. 4.200.000	Rp. 4.200.000
	2020	Dian	Rp. 1.500.000	Rp. 1.200.000	Rp. 2.400.000	Rp. 1.500.000	Rp. 2.700.000

Berdasarkan tabel 1.1 pendapatan reseller selama 6 bulan terakhir tidak menentu. Pendapatan 5 reseller tersebut terkadang mengalami penurunan juga bahkan mengalami kenaikan yang signifikan. Kondisi ketersediaan stok barang yang tidak menentu akan mempengaruhi pendapatan reseller. Selain itu, reseller yang menggunakan berbagai macam sosial media dan aktif dalam memasarkan barang jualannya dan cepat dalam menanggapi pembeli di sosial media akan berdampak terhadap penjualan barang. Sedangkan pembatalan pemesanan oleh pembeli dan barang rusak yang didapatkan reseller berdampak pada penurunan pendapatan terhadap reseller Nampirejo. Berdasarkan hal tersebut para reseller Nampirejo di tuntut untuk lebih giat dalam mempromosikan setiap produk penjualannya baik dalam promosi maupun pelayanan yang memuaskan guna untuk lebih meningkatkan penjualan mereka secara online.

Berdasarkan hasil Pra Survey dalam latar belakang, peneliti tertarik mengangkat penelitian ini dalam bentuk skripsi dengan judul Keefisienan Penggunaan Media Sosial Terhadap Peningkatan Pendapatan *Reseller* di Desa Nampirejo .

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas, maka peneliti dapat menyimpulkan pertanyaan penelitian mengenai “bagaimana keefisienan penggunaan media sosial terhadap peningkatan pendapatan *reseller* di Desa Nampirejo?”

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penulisan penelitian skripsi ini adalah untuk mengetahui keefisienan penggunaan media sosial terhadap peningkatan pendapatan *reseller* di Desa Nampirejo dilihat dari indikator efisiensi media sosial dalam meningkatkan pendapat.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian adalah merupakan hal-hal yang dapat diambil oleh pihak lain (selain peneliti) dari hasil penelitian ini. Suatu penelitian akan lebih bermakna dan bermanfaat apabila dapat menjadi pengembangan ilmu pengetahuan, maupun bagi kehidupan masyarakat.¹³

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa tambahan pengetahuan dan wawasan kepada peneliti. Dapat dijadikan referensi untuk melakukan penelitian lebih lanjut.

a. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan informasi kepada pembaca dan peneliti sendiri mengenai keefisienan penggunaan media sosial terhadap peningkatan pendapatan *reseller*.

b. Secara Praktis

Penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan, baik untuk peneliti sendiri maupun masyarakat serta pemerintah tentang

¹³ *Ibid*, 291.

keefisienan penggunaan media sosial terhadap peningkatan pendapatan *reseller* di Desa Nampirejo.

D. Penelitian Relevan

Penelitian Relevan berisi uraian mengenai hasil penelitian terdahulu (*Prior Research*) tentang persoalan yang dikaji. Oleh karena itu, penelitian relevan terhadap hasil kajian terdahulu perlu dilakukan dalam penelitian ini, sehingga dapat ditentukan dimana posisi penelitian yang akan dilakukan berbeda. Berikut beberapa penelitian yang berkaitan dengan penelitian yang peneliti lakukan antara lain sebagai berikut:

Penelitian yang dilakukan oleh Sundari Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Makassar dengan judul “*Analisis Efisiensi Biaya Operasional Terhadap Tingkat Pendapatan Usaha Jual Beli Pisang Di Pasar Minahasa Maupa Kabupaten Gowa*” penelitian ini berfokus pada analisis efisiensi biaya operasional terhadap tingkat pendapatan usaha jual beli pisang di pasar minahasa maupa. Hasil temuan penelitian ini adalah dalam periode tahun 2016 sampai 2018 usaha jual beli pisang ini sudah dikatakan efisien karena dari keseluruhan pedagang rata-rata memperoleh hasil yang efisien. Dimana dari kesepuluh pedagang, delapan diantaranya memperoleh hasil efisien dan dua pedagang lainnya memperoleh hasil sangat efisien. Hal ini dapat dilihat dari hasil perhitungan efisiensi dan kriteria pengukuran efisiensi, dimana apabila $\leq 20\%$ dikategorikan sangat efisien, 21%-85% dikategorikan

efisien, dan >85% dikategorikan tidak efisien..¹⁴ Perbedaan penelitian ini dengan yang dilakukan oleh peneliti terletak pada subyeknya, pada penelitian Sundari Meneliti tentang analisis efisiensi biaya operasional terhadap tingkat pendapatan usaha jual beli pisang di pasar minahasa maupa kabupaten gowa, sementara yang peneliti lakukan yaitu keefisienan penggunaan media sosial terhadap peningkatan pendapatan reseller di Desa Nampirejo.

Penelitian yang dilakukan oleh Mutmainnah Rusdi Mahasiswi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar dengan judul “*Analisis Efisiensi Penggunaan Faktor Produksi Pada Usahatani Cengkeh Di Desa Palangka Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai*” penelitian ini berfokus pada analisis efisiensi penggunaan faktor produksi pada usahatani cengkeh di desa palangka kecamatan sinjai selatan kabupaten sinjai. Hasil temuan penelitian ini adalah regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel modal, pupuk, dan tenaga kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap produksi usahatani cengkeh didesa palangka sedangkan luas lahan berpengaruh positif, usia tanam berpengaruh negatif dan tidak signifikan. Sedangkan Hasil penelitian menggunakan analisis efisiensi alokatif (harga) menunjukkan bahwa variabel tenaga kerja belum efisien sedangkan pupuk menunjukkan tidak efisien.¹⁵ Perbedaan penelitian ini dengan yang dilakukan oleh peneliti terletak pada subyeknya, pada penelitian Mutmainnah Rusdi meneliti tentang analisis

¹⁴ Sundari, “*Analisis Efisiensi Biaya Operasional terhadap tingkat Pendapatan Usaha Jual Beli Pisang di Pasar Minahasa Maupa Kabupaten Gowa*”, Universitas Muhammadiyah Makassar, 2019.

¹⁵ Mutmainnah Rusdi, “*Analisis Efisiensi Penggunaan Faktor Produksi Pada Usahatani Cengkeh Palangka Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai*”, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2017.

efisiensi penggunaan faktor produksi pada usahatani cengkeh di desa palangka kecamatan sinjai selatan kabupaten sinjai, sementara yang peneliti lakukan yaitu keefisienan penggunaan media sosial terhadap peningkatan pendapatan reseller di Desa Nampirejo.

Penelitian Nurul Hidayah mahasiswa jurusan Agribisnis fakultas Pertanian Universitas Kediri Kediri dengan judul “*Peran Media Sosial Terhadap Peningkatan Pendapatan Usahatani Bibit Bawang Merah*” penelitian ini berfokus kepada dampak penggunaan media social dalam meningkatkan pendapatan usahatani bibit bawang merah dan untuk mengetahui pendapatan usahatani bibit bawang merah yang memanfaatkan media social dengan usahatani bibit bawang merah yang tidak memanfaatkan media social.¹⁶ Persamaan dengan yang dilakukan oleh peneliti yaitu sama-sama berfokus pada penggunaan media sosial dalam meningkatkan pendapatan. Perbedaan dengan peneliti yaitu peneliti membahas keefisienan media sosial terhadap peningkatan pendapatan *reseller* sedangkan pembahas berfokus terhadap usahatani bibit bawang merah.

¹⁶ Nurul Hidayah, “*Peran Media Sosial Terhadap Peningkatan Pendapatan Usahatani Bibit Bawang Merah*”, Universitas Kediri Kediri, 2019.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Media Sosial

1. Pengertian Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media online dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Media sosial juga dapat diartikan media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif.¹

Media sosial adalah sebuah platform berbasis internet yang mudah digunakan sehingga memungkinkan para pengguna untuk membuat dan berbagi konten (informasi, opini, dan minat) dalam konteks yang beragam (informatif, edukatif, sindiran, kritik dan sebagainya) kepada khalayak yang lebih banyak lagi.²

Media sosial adalah paradigma media baru dalam konteks industri pemasaran.³ Media sosial adalah fitur berbasis *website* yang dapat membentuk jaringan serta memungkinkan orang untuk berinteraksi dalam

¹ Siti Makmudah, *Medsos Dan Dampaknya Pada Perilaku Keagamaan Remaja*, (Bogor: Guepedia, 2019), 26.

² Direktorat Jenderal Informasi Dan Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi Dan Informatika Republik Indonesia, *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial Dalam Lembaga Pemerintah*, (Jakarta: Direktorat Pengelolaan Media Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2018), 4-5.

³ Ita Rahmawati, Lailatus Sa'adah, dan Siti Afiyah, *Efektivitas Penggunaan Media Sosial Untuk Pengembangan UMKM Kabupaten Jombang*, (Jombang: LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, 2020), 8.

sebuah komunitas.⁴ Pada media sosial kita dapat melakukan berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan visual maupun audiovisual. Contohnya seperti *twitter*, *facebook*, *blog*, *forsquare*, dan lainnya.⁵

Berdasarkan uraian di atas dapat digaris bawahi bahwa media sosial merupakan wadah yang dapat digunakan untuk berinteraksi baik berkomunikasi ataupun untuk kegiatan pemasaran bisnis.

2. Tujuan Media Sosial

Seperti yang di sebutkan pada definisi media sosial diatas, salah satu tujuannya adalah sebagai media komunikasi alternatif bagi masyarakat. Berikut adalah beberapa tujuan menggunakan media sosial secara umum:⁶

a. Aktualisasi Diri

Bagi sebagian besar orang, media sosial merupakan tempat untuk aktualisasi diri. Mereka menjujukan bakat dan keunikan di media sosial sehingga dapat dilihat banyak orang. Tidak heran kenapa saat ini banyak artis berlomba-lomba untuk terkenal di media sosial mereka.

b. Membentuk Komunitas

Komunitas online sangat mudah ditemukan saat ini, baik itu di situs forum maupun di situs social network lainnya. Media social menjadi

⁴ Danis Puntoadi, *Menciptakan Penjualan Melalui Media Sosial*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2011), 1.

⁵ An Nisa Dian Rahma, "Pemanfaatan Media Sosial Facebook Dalam Gerakan Sosial (Studi Pada Relawan Yang Bergabung Dalam Komunitas Laskar Karo Erdilo Di Fanpage Facebook Laskar Karo Erdilo)", *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, Vol. 4 No.1/ 2021: 30.

⁶ Suwartini dan Sumiyati, *Produk Kreatifitas Dan Kewirausahaan Akuntansi Dan Keuangan Lembaga*, (Jakarta: PT. Gramedia Widisarana, 2019), 231.

wadah tempat berkumpulnya masyarakat online yang memiliki minat yang sama untuk saling berkomunikasi dan bertukar informasi atau pendapat.

c. Menjalin Hubungan Pribadi

Media sosial juga berperan penting dalam aktivitas menjalin hubungan personal dengan orang lain secara pribadi. Ada banyak sekali pengguna media sosial yang menemukan pasangan hidup, sahabat, rekan bisnis, di media sosial.

d. Media Pemasaran

Pengguna media sosial yang jumlahnya sangat banyak tentu saja menjadi tempat yang sangat potensial untuk memasarkan sesuatu. Bisnis online yang banyak berkembang sekarang ini banyak dipengaruhi oleh media sosial sebagai tempat promosi.

3. Macam-Macam Media Sosial

a. Facebook

Facebook diluncurkan pertama kali pada tanggal 4 Februari 2004 oleh Mark Zuckerberg.⁷ Dengan adanya media sosial ini kita bisa mencari teman, mengirim pesan, menyimpan & mengirim foto maupun video. Hanya dengan duduk santai atau melakukan aktifitas apapun mereka bisa membuka Facebook dengan menggunakan handphone. Facebook memberikan tempat untuk bertemu dan berkomunikasi antara seorang anggotadengan anggota lainnya. Facebook menawarkan

⁷ Rita Wahyuni Arifin, "Peran Facebook Sebagai Media Promosi Dalam Mengembangkan Industri Kreatif", *Bina Insani ICT Journal*, Vol. 2 No. 2/ 2015: 118.

tempat iklan kepada para anggota dalam memasarkan atau promosi produk-produk seperti pakaian, sepatu, produk kecantikan dan kesehatan. Karena dengan adanya keramaian, banyak pula calon pembeli. Peluang bisnis kemudian muncul yaitu dengan cara memberikan penawaran bisnis untuk prospek berkumpul dan melakukan kegiatan jual beli yang terjadi di Facebook. Facebook sekaligus menjadi media promosi industri kreatif yang sangat mudah dan murah karena dapat menjangkau pasar hingga seluruh dunia.⁸

b. Instagram

Instagram ialah media sosial berbentuk gambar dan menyajikan layanan berbagai macam foto dan video secara online. Kata “insta” berasal dari kata “instan”, ini artinya instagram bisa memperlihatkan gambar-gambar secara instan, sebagaimana kamera polaroid dimasanya sering disebut “foto instan”. Dan kata “gram” berasal dari kata “telegram” dimana yang diketahui cara kerjanya yaitu mengirimkan informasi untuk khalayak secara cepat. Jadi, instagram berasal dari kata instan dan telegram. Hal ini dikarenakan instagram bisa mengirimkan gambar, yang membuat informasi yang akan disampaikan terkirim dengan cepat. Instagram diluncurkan pada tahun 2010, yang dibuat oleh Kevin Systrom dan Mike.⁹ media sosial termasuk instagram bagi pelaku usaha adalah untuk memperluas dan

⁸ Syaharullah, Muhammad Yahya, dan Ahmad Syarif, “Penggunaan Facebook Dalam Promosi Produk Barang Jadi”, *Jurnal Pilar: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, Vol. 12 No. 2/ 2021: 29.

⁹ Reni Ria Armayani, dkk, “Analisis Peran Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Penjualan Online”, *Jurnal Pendidikan Tambusai*, Vol. 5 No. 3/ 2021: 8922.

mempermudah promosi serta memudahkan pelaku usaha untuk menjalin hubungan dengan calon pembeli dengan mengetahui bagaimana penilaian mereka terhadap produk yang kita promosikan.

c. Whatsapp

Aplikasi Whatsapp merupakan satu aplikasi pesan ringkas berasaskan internet yang diperkenalkan pada 24 Februari tahun 2009 oleh dua orang bekas pekerja Yahoo Inc. yaitu Brian Acton dan Jan Koum.¹⁰ WhatsApp merupakan aplikasi yang memungkinkan pengguna berbagi gambar, video, audio, file, serta dapat melakukan panggilan video dan suara secara gratis. WhatsApp sangat potensial untuk dimanfaatkan sebagai media komunikasi, karena memudahkan penggunaannya untuk saling berkomunikasi dan berinteraksi tanpa menghabiskan banyak biaya dalam pemakaiannya, karena WhatsApp tidak menggunakan pulsa, melainkan menggunakan data internet. Sebagai media bisnis, apabila seseorang membeli barang atau produk lewat media sosial biasanya akan diarahkan menghubungi melalui Whatsapp. Penggunaan whatsapp memberikan kemudahan dan efisien karena dengan hanya membuka whatsapp reseller dapat langsung berkomunikasi dengan calon pembeli maupun dengan pihak lainnya. Artinya reseller mengunggah foto-foto produk di status WhatsApp,

¹⁰ Gerald Ariff, dkk, "Pemanfaatan Whatsapp Sebagai Media Informasi dan Strategi Marketing", *JIS (Jurnal Ilmu Siber)*, Vol. 1, No. 5/ 2022: 181.

pelanggan yang berminat bisa langsung komunikasi melalui chat dan pemilik produk bisa langsung membalas.¹¹

4. Kelebihan Media Sosial

Pembisnis banyak membangun wadah sosial sendiri dan mengajak siapa yang berminat untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan umpan balik, komentar, tanggapan, mengisi poling dan survei, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat mengenai suatu produk melalui media sosial. Kemajuan perkembangan teknologi internet, komputer tablet dan *smartphone* membuat media sosial ikut tumbuh dengan pesat.

Berikut ini beberapa kelebihan media sosial dibandingkan media konvensional, antara lain:¹²

- a. Cepat, ringkas, padat dan sederhana. Kalau kita lihat, setiap produksi media konvensional membutuhkan keterampilan khusus, standar yang baku dan kemampuan marketing yang unggul. Sebaliknya, media sosial begitu mudah digunakan (*user friendly*), bahkan pengguna tanpa basis pengetahuan teknologi informasi (TI) pun dapat menggunakannya, yang diperlukan hanya komputer, tablet, *smartphone*, ditambah dengan koneksi internet.
- b. Menciptakan hubungan lebih intens. Media-media konvensional hanya melakukan komunikasi satu arah. Untuk mengatasi keterbatasan itu,

¹¹ Nur Laily, dkk, "Media Sosial Sebagai Sarana Peningkatan Penjualan Umkm Kerajinan Di Gresik", *Journal of Service Learning*, Vol. 8, No. 1/ 2022: 46.

¹² Siti Makhmudah, *Medsos Dan Dampaknya Pada Perilaku Keagamaan Remaja*, (Bogor: Guepedia, 2019), 34-35.

media konvensional mencoba membangun hubungan dengan model interaksi atau koneksi secara *live* melalui telepon, sms atau *twitter* sedangkan media sosial memberikan kesempatan yang lebih luas kepada *user* untuk berinteraksi dengan mitra, pelanggan, dan relasi, serta membangun hubungan timbal balik secara langsung dengan mereka.

- c. Jangkauan luas dan global. Media-media konvensional memiliki daya jangkauan secara global, tetapi untuk menjangkau itu perlu biaya lebih besar dan membutuhkan waktu lebih lama sedangkan melalui media sosial, siapapun bisa mengkomunikasikan informasi secara cepat tanpa hambatan geografis.
- d. Kendali dan terukur. Dalam media sosial dengan sistem *tracking* yang tersedia, pengguna dapat mengendalikan dan mengukur efektivitas informasi yang diberikan melalui respon balik serta reaksi yang muncul. Sedangkan pada media-media konvensional, masih membutuhkan waktu yang lama.

Berdasarkan uraian di atas dapat digarisbawahi bahwa manfaat media sosial adalah selain cepat dan ringkas juga meningkatkan hubungan yang lebih intens dari para penggunanya selain itu media sosial bermanfaat untuk memecah jarak dan waktu yang ada karena jangkauan yang luas dan global. Sehingga informasi yg disampaikan dapat diakses dimanapun pengguna inginkan.

5. Kekurangan Media Sosial

Kekurangan media sosial yaitu¹³:

- b. Produk tidak bisa disentuh dan dicoba secara nyata oleh konsumen.
- c. Kurangnya keamanan terkait keaslian produk.

Jika hanya menggunakan satu media sosial akan menjadi suatu kesalahan. Sebagai pengusaha harus menggunakan platform yang berbeda-beda dan berbagai misi dengan melihat pola pikir orang – orang yang ada di dalamnya sehingga perusahaan akan mencapai tujuan.

B. Penjualan Secara Online

1. Pengertian Penjualan Secara Online

Penjualan secara online adalah sebuah kegiatan berbisnis yang dilakukan secara online.¹⁴ Penjualan secara online adalah aktivitas transaksi yang terjadi antara si penjual dan si pembeli secara online, yang mana transaksi tersebut menggunakan perantara seperti website, media sosial, dan sebagainya yang dihubungkan dengan internet.

Penjualan secara online atau bisnis online adalah bisnis yang dijalankan secara online biasanya menggunakan jaringan internet sedangkan informasi yang akan disampaikan atau dijual biasanya menggunakan situs media. Sebagian orang mendefinisikan bahwa bisnis online adalah sesuatu aktifitas bisnis baik jasa maupun produk yang

¹³ Syaharullah, Muhammad Yahya, dan Ahmad Syarif, “Penggunaan Facebook Dalam Promosi Produk Barang Jadi”, *Jurnal Pilar: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, Vol. 12 No. 2/ 2021: 31.

¹⁴ Fathul Husnan dan Java Creativity, *Buku Pintar Bisnis Online*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2015), 1.

ditawarkan melalui media internet mulai dari bergabung, negoisasi hingga kegiatan transaksinya.¹⁵

2. Pengertian *Reseller*

Reseller adalah menjual kembali sebuah barang dari *supplier* tanpa adanya stok barang dengan komisi yang telah ditentukan sendiri/dari *supplier*, akan tetapi sebagai syarat *Reseller* diharuskan untuk membeli produk *supplier* terlebih dahulu.¹⁶ *Reseller* sesuai istilah terdiri atau 2 suku kata yaitu re dan seller. *Re* artinya lagi/ kembali dan *seller* artinya penjual. Jadi, secara terminologi *reseller* artinya adalah penjual yang menjual kembali. *Reseller* hampir mirip dengan pedagang yang sama-sama mengambil barang dari penjual dan menjualnya kembali dengan harga yang lebih tinggi. Dari sisi pelanggan biasanya tidak terlalu mempermasalahkan apakah *reseller* memiliki stok sendiri atau tidak. Selama *reseller* bisa melayani dan menjelaskan produk yang dia jual dengan baik, itu sebenarnya sudah cukup bagi pelanggan.¹⁷

Berdasarkan uraian di atas dapat digarisbawahi *Reseller* atau perantara di dalam perdagangan yang menjembatani penjual dan pembeli, terkaitnya hubungan perdagangan antara pedagang kolektif dan pedang perorangan sehingga *reseller* di dalam hal ini berperan sangat penting. Seorang *reseller* sebagai penghubung antara kedua belah pihak yang saling

¹⁵ Farida Hanum, "Bisnis Online Indonesia Menarik Minat Kalangan Muda" *Jurnal Bisnis Corporate*, Vol. 4 No. 1/2019:77.

¹⁶ Ahmad Syafii, *Step By Step Bisnis Dropshipping & Reseller*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2013), 3

¹⁷ Amalia Damayanti, "Analisis Mekanisme *Reseller* dan Dropshipper Dalam Bisnis Online Perspektif Ekonomi Islam", *Jurnal Eksyar (Jurnal Ekonomi Syariah)*, Vol. 07, No. 02/2020: 74-97.

berkepentingan pada praktiknya lebih banyak pada pihak-pihak yang akan melakukan jual beli.

3. Macam-Macam Model Sistem *Reseller*

a. Model bagi hasil

Model bagi hasil ini prosentase komisi yang didapat bisa mencapai 50% dan semua produk bisa dijual, selain itu pada awal mula registrasi sistem *reseller* kebanyakan membayar terlebih dahulu atau dapat menambahkan harga jual.

b. Model jaminan

Model jaminan ini menggunakan jaminan uang untuk menjadi *reseller*. Model memungkinkan pengelola dan pelaku bisnis tidak mau dirugikan oleh *reseller*. Biasanya *reseller* memberikan uang DP (Uang Muka) yang telah ditentukan kepada pengelola/pelaku bisnis sehingga jika terjadi kecurangan oleh *reseller* maka pengelola tidak dirugikan sepenuhnya.

c. Model *Web Replika*

Model berikut ini mempunyai kekhususan yang unik, web replica merupakan website yang pengelola berikan kepada *reseller* sebagai media promosi secara *online*, *reseller* akan menerima komisi jika pada web replika mereka terjadi transaksi.

d. Model *Web Online*

Model ini *reseller* bisa melakukan kebebasan di dalam produk, disamping sepenuhnya dimanjakan dengan diskon harga, juga *reseller* dapat melakukan penjualan sendiri dengan web *online* yang dimiliki.

e. Model beli jual

Pada model beli jual memiliki fasilitas yang mengedepankan pelayanan *reseller*. *Reseller* cukup melakukan pembelian yang telah ditentukan oleh pengelola selanjutnya akan menjadi member dengan berbagai fasilitasnya, disamping bisa bermain harga *reseller* juga mendapatkan diskon harga yang menarik.¹⁸

4. Tujuan Sistem Reseller

Ada beberapa tujuan dalam sistem reseller yaitu :¹⁹

- a. Modal yang dikeluarkan tidak terlalu banyak dan merupakan salah satu cara untuk membuka usaha dengan modal kecil.
- b. Memudahkan *reseller* dalam bertransaksi menggunakan media elektronik seperti di zaman modern saat ini.

Banyak produsen atau pemilik usaha yang menggunakan sistem *reseller*, salah satu alasannya ialah untuk menambah konsumen, menyebarluaskan distribusi dan meningkatkan laba. Selain itu, sistem *reseller* ini dapat memudahkan aktivitas produsen untuk menjalankan usahanya melalui media sosial dan untuk memanfaatkan peluang kebutuhan masyarakat yang saat ini lebih memilih cara instan dengan pemesanan barang atau jasa secara online sesuai kemajuan teknologi saat ini.

¹⁸ Ahmad Syafi'i, *Bisnis Dropshipping dan Reseller*, (Jakarta: PT Alex Media Kouputindo, 2003), 7.

¹⁹ Ifitah Dian Humairoh, "Analisis Sistem Penjualan Berbasis Reseller Dalam Maksimalisasi Laba Oleh Umkm Tape Mayang Madu Desa Tegalwaru Kecamatan Mayang Kabupaten Jember", (Jember: UIN KH Achamd Siddiq, 2022), 50-51.

C. Hubungan Efisiensi dengan Penjualan Online *Reseller*

1. Pengertian Efisiensi Penggunaan Media Sosial terhadap Peningkatan Pendapatan

Menurut KBBI, kata efisiensi berasal dari kata efisien yang berarti tepat atau sesuai untuk mengerjakan (menghasilkan) sesuatu (dengan tidak membuang-buang waktu, tenaga, biaya) serta mampu menjalankan tugas dengan tepat dan cermat, berdaya guna, atau tepat guna.²⁰ Sedangkan kata efisiensi berarti ketepatan cara (usaha, kerja) dalam menjalankan sesuatu (dengan tidak membuang-buang waktu, tenaga, biaya) atau kedayagunaan.

Efisiensi merupakan kemampuan menjalankan tugas dengan baik dan tepat (dengan tidak membuang-buang waktu, tenaga, dan biaya).²¹ Efisiensi juga dapat diartikan ukuran tingkat penggunaan sumber daya dalam suatu proses. Semakin hemat atau sedikit penggunaan sumber daya, maka prosesnya dikatakan semakin efisien. Proses yang efisien ditandai dengan perbaikan proses sehingga menjadi lebih murah dan lebih cepat.²²

Sedangkan media sosial adalah sebuah platform berbasis internet yang mudah digunakan sehingga memungkinkan para pengguna untuk membuat dan berbagi konten (informasi, opini, dan minat) dalam konteks

²⁰ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), 375

²¹ *Ibid.*, 375.

²² Hayuning Rizki Mahardita, "Efektivitas Dan Efisiensi Kerja Aparatur Sipil Negara Di Sekretariat DPRD Provinsi Kalimantan Timur", *eJournal Ilmu Pemerintahan*, Vol. 5 No 1/ 2017: 135.

yang beragam (informatif, edukatif, sindiran, kritik dan sebagainya) kepada khalayak yang lebih banyak lagi.²³

Jadi, efisiensi penggunaan media sosial terhadap peningkatan pendapatan adalah ketepatan cara (usaha, kerja) dalam menjalankan bisnis (dengan tidak membuang-buang waktu, tenaga, biaya) atau kedayagunaan melalui sebuah platform berbasis internet yang mudah digunakan semua orang sehingga memudahkan interaksi antara penjual dengan pembeli secara online dan berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan penjual.

2. Indikator Efisiensi Penggunaan Media Sosial terhadap Peningkatan Pendapatan

a. Efisiensi Biaya

Efisiensi biaya adalah ketepatan pengeluaran biaya yang dikeluarkan penjual, sehingga rencana pemasaran dan penjualan dapat dilaksanakan sesuai target, dan biaya yang dikeluarkan tidak akan terbuang percuma.²⁴ Efisiensi biaya diukur dengan pengeluaran uang dalam bentuk biaya untuk memperoleh hasil yang diinginkan terhadap hasil yang dicapai. Semakin kecil uang yang dikeluarkan untuk memperoleh hasil yang diinginkan disertai dengan semakin besar capaian hasil yang diperoleh, maka akan semakin efisien.

²³ Direktorat Jenderal Informasi Dan Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi Dan Informatika Republik Indonesia, *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial Dalam Lembaga Pemerintah*, (Jakarta: Direktorat Pengelolaan Media Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2018), 4-5.

²⁴ Muhammad Nur Ihsan Ginting, *“Efisiensi Biaya Promosi Pada Inovasi Berbahan Dasar Daun Ruku-Ruku”*, (Medan: Universitas Medan Area, 2021), 13.

Efisiensi biaya dalam pengertian sesungguhnya, bukanlah pemangkasan biaya. Peningkatan efisiensi biaya menyangkut perhitungan bahwa setiap rupiah yang dikeluarkan harus dengan memperhitungkan tingkat kemanfaatan bagi pendapatan penjual.²⁵ Efisiensi biaya seperti biaya transportasi, komunikasi, sewa tempat, gaji karyawan dan yang lainnya akan lebih hemat. Dengan adanya penghematan biaya dalam berbagai komponen tersebut, secara otomatis akan meningkatkan pendapatan.²⁶

b. Efisiensi Waktu

Efisiensi waktu adalah kualitas melakukan sesuatu dengan baik tanpa membuang waktu. Penjelasan lain tentang efisiensi waktu adalah perencanaan hari/waktu supaya bisa melakukan penggunaan paling baik atas waktu yang dimiliki.²⁷ Penjual dapat memasarkan produk jualan tanpa terikat pada tempat dan waktu tertentu. Penjual dapat berjualan online kapanpun dan dimanapun, selama tersedia fasilitas untuk mengakses internet. Jika setiap penjual mampu menyelesaikan pekerjaannya tepat waktu, maka operasional bisnis pun dapat berjalan lancar sehingga peningkatan pendapatan pun dapat diwujudkan.

Efisiensi menjadi pertimbangan dalam bisnis digital, penjual harus bisa mengendalikan waktu karena model pemasaran digital lebih

²⁵ Meryanti Gobel, "Analisis Efisiensi Biaya Operasional Melalui Pengelolaan Tunjangan Makan Dan Jaminan Pemeliharaan Kesehatan Pada Perusahaan Jasa Outsourcing", *Jurnal Emba*, Vol 1 No. 4/ 2013: 1869.

²⁶ Achamd Zurohman Dan Eka Rahayu, "Jual Beli Online Dalam Perspektif Islam ", *Jurnal Iqtishodiyah*, Vol. 5 No. 1/ 2019: 29.

²⁷ Antonius Atosökhi Gea, "Time Management: Menggunakan Waktu Secara Efektif Dan Efisien", *Jurnal Humaniora*, Vol. 5 No. 2/ 2014: 779.

cepat direspons dan dalam waktu singkat sudah menjadi gaya hidup masyarakat. Akses yang cepat dan hemat akan memberikan keuntungan yang besar di masa mendatang.²⁸

c. Efisiensi Tenaga/Energi

Efisiensi energi atau ketepatangunaan tenaga adalah usaha yang dilakukan dengan tujuan untuk mengurangi jumlah energi yang dibutuhkan, dalam menggunakan sebuah peralatan atau bahkan sistem yang berhubungan dengan energi.²⁹ Efisiensi menitik beratkan pada upaya penghematan namun tetap atau mengacu target produksi yang telah ditetapkan.

Kebutuhan tenaga atau energi untuk penjualan online dari sisi penjual lebih menghemat tenaga karena tidak perlu berjaga seharian dan melayani pembeli yang datang. Namun tenaga yang dibutuhkan bisa dialihkan fungsinya untuk administrasi yang mengurus transaksi pembelian, administrasi penjualan, administrasi keuangan, pengemasan barang, dan petugas di gudang. Untuk pengiriman barang sudah ada fasilitas penjemputan dari ekspedisi sehingga lebih hemat tenaga bagi penjual. Hal tersebut tentu saja mempengaruhi pendapatan yang penjual terima.³⁰

²⁸ Santy Permata Sari, "Strategi Meningkatkan Penjualan Di Era Digital", *Scientific Journal Of Reflection*, Vol. 3 No. 3/ 2020: 293.

²⁹ Wayan Sukadana dkk, "Analisis Efisiensi Energi Listrik Dengan Menggunakan Sistem Kontrol Incom Di The Laguna, A Luxury Collection Resort & Sp", *Jurnal Ilmiah Telsinas*, Vol. 5 No. 2/ 2022: 135.

³⁰ "Dewi Hernikawati, "Analisa Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Jumlah Kunjungan Pada Situs E-Commerce Di Indonesia Menggunakan Uji T Berpasangan", *Jurnalstudi Komunikasi Media*, Vol. 25 No. 2/ 2021: 199.

3. Hubungan Efisiensi dan Penjualan Online *Reseller*

Efisiensi akan memperhitungkan sumber daya yang digunakan dalam kaitannya dengan nilai pencapaian penjualan yang diinginkan. Efisiensi dapat diukur dengan berbagai cara, tetapi secara umum, bisnis yang menggunakan lebih sedikit bahan akan lebih efisien dan memiliki keunggulan dibandingkan pesaing.³¹

Pertimbangkan tim penjualan misalnya. Katakanlah bahwa seseorang yang menjalankan bisnis sebagai reseller memposting produk jualannya 5 kali dalam seminggu dengan konsisten. Hal tersebut menunjukkan bahwa *reseller* tersebut mencapai tujuannya. tetapi pertanyaan tentang efisiensi muncul ketika berapa banyak seseorang yang tertarik untuk membeli produk yang di posting reseller di media sosial. Jika tidak sesuai dengan target yang ditetapkan *reseller*, hal tersebut menunjukkan bahwa efisiensinya tidak cukup seimbang dengan dampaknya. *Reseller* dapat mempertahankan strategi yang sama atau mengambil pendekatan baru. *Reseller* dapat mencari cara yang lebih baik untuk memasarkan produk dan berhubungan dengan calon pembeli.

Tujuannya adalah menemukan keseimbangan yang tepat dengan sumber daya yang *reseller* miliki untuk memaksimalkan target penjualan tanpa memforsir kinerja atau menghemat waktu dan tenaga *reseller*.

Hubungan antara efisiensi dengan penjualan online *reseller* adalah apabila bisnis tidak efisien dalam mencapai tujuan secara keseluruhan dan

³¹ <https://istanaumkm.pom.go.id/download/1054> diakses pada tanggal 18 Maret 2023

pelanggan tidak merasa bahwa layanan tidak sesuai dengan biaya yang dikeluarkan, maka efisiensi menjadi sangat tidak relevan. Apabila waktu yang dipergunakan sudah sesuai dengan yang dibutuhkan maka biaya yang dikeluarkan juga akan dapat ditekan sehingga pemasaran yang dilakukan akan bisa dikatakan efisien dan dapat mewujudkan efisiensi dalam berbisnis online.³²

D. Prinsip Ekonomi Islam

Reseller atau samsarah adalah pedagang perantara yang berfungsi menjualkan barang orang lain dengan mengambil upah tanpa menanggung resiko. Dengan kata lain reseller ialah penengah antara penjual dan pembeli untuk memudahkan jual beli. Jadi, samsarah adalah antara biro jasa dengan pihak yang memerlukan jasa mereka (produsen, pemilik barang), untuk memudahkan terjadinya transaksi jual-beli dengan upah yang telah disepakati sebelum terjadinya akad kerja sama.²⁰ Jadi, reseller merupakan samsarah yaitu penengah antara penjual dan pembeli dalam melancarkan sebuah transaksi dengan imbalan upah.

³² Juniarti, “Efektifitas Dan Efisiensi Pemasaran Meubel Cv. Pasaman Rantau Jaya Industri Dumai Menurut Perspektif Ekonomi Islam”, (Pekan baru: UIN Sultan Syarif Karim Riau, 2011). 15.

Pada transaksi ber-mu'amalah dengan menggunakan sistem *reseller* ada beberapa prinsip ekonomi islam yang wajib untuk diimplementasikan terhadap sistem reseller, yaitu:³³

1. Tauhid (keesaan Tuhan)

Tauhid merupakan fondasi ajaran Islam. Dengan tauhid manusia menyaksikan bahwa “tiada sesuatupun yang layak disembah selain Allah” dan “tidak ada pemilik langit, bumi dan isinya, selain dari Allah” karena Allah adalah pencipta alam semesta dan isinya dan sekaligus pemiliknya, termasuk manusia dan seluruh sumber daya yang ada. Oleh karena itu, Allah adalah pemilik hakiki. Manusia hanya diberi amanah untuk “memiliki” untuk sementara waktu, sebagai ujian bagi mereka. Tujuan diciptakan manusia adalah untuk beribadah kepadaNya. Karena itu segala aktivitas manusia dalam hubungannya dengan alam (sumber daya) dan manusia dibingkai dalam kerangka hubungan dengan Allah. Karena kepadaNya kita akan mempertanggungjawabkan segala perbuatan kita, termasuk aktivitas ekonomi dan bisnis.

2. Adl (Keadilan)

Allah adalah pencipta segala sesuatu, dan salah satu sifatnya adalah adil. Dia tidak membeda-bedakan perlakuan terhadap makhluk-Nya secara zalim. Manusia sebagai khalifah dimuka bumi yang harus memelihara hukum Allah di bumi, dan menjamin bahwa pemakaian segala sumber daya diarahkan untuk kesejahteraan manusia, supaya semua mendapat

³³ Mita Sulviana, “Penerapan Prinsip Ekonomi Islam Dalam Jual Beli Online Dengan Sistem *Dropshipping*”, (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2023), 19-21.

manfaat dari padanya secara adil dan baik. Keadilan dalam Islam didefinisikan sebagai “tidak mendzalimi dan tidak terdzolimi”. Implikasi dari nilai ekonomi ini adalah bahwa pelaku ekonomi tidak diperbolehkan untuk mengejar keuntungan pribadi bila itu merugikan orang lain dan merusak alam.

3. Kejujuran

Islam menyatakan bahwa orang-orang yang beriman diperintahkan untuk menegakkan keadilan, menjadi saksi yang adil, dan tidak boleh menyuburkan kebencian sehingga berlaku diskrimatif. Hal ini menunjukkan bahwa orang yang berkata jujur dan bertindak sesuai dengan kenyataan berarti dapat berbuat adil dan benar. Sedangkan orang yang tidak dapat dipercaya tutur katanya dan tidak menepati janji dapat dikategorikan sebagai pendusta. Dengan demikian, kejujuran harus dilandasi dengan kesadaran moral yang tinggi, pengakuan terhadap persamaan hak dan kewajiban, perasaan takut berbuat kesalahan dan dosa.

4. Tanggung jawab

Sifat ini akan membentuk kredibilitas yang tinggi dan sikap penuh tanggung jawab pada setiap individu muslim. Sifat amanah memainkan peranan yang fundamental dalam ekonomi dan bisnis, karena tanpa kredibilitas dan tanggung jawab, kehidupan ekonomi dan bisnis akan hancur. Prinsip tanggung jawab individu begitu mendasar dalam ajaran-ajaran Islam sehingga ia ditekankan dalam banyak ayat Al-Qur'an dan

dalam banyak hadits Nabi. Prinsip tanggung jawab individu ini disebut dalam banyak konteks dan peristiwa dalam sumber-sumber Islam.

5. Kehendak bebas

Manusia diberikan kebebasan untuk memilih mana yang baik dan mana yang buruk. Dalam berbisnis seseorang pembisnis diberikan kebebasan untuk mencapai tujuan individunya dalam berbisnis. Tetapi dalam Islam kebebasan yang diberikan bukan bebas sebebas-bebasnya tetapi kebebasan yang terkendali sehingga memiliki batasan dan harus berdasarkan Al-qur'an dan Hadits.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang diambil dalam penelitian ini secara Field Research (Penelitian Lapangan) yaitu penelitian yang dilakukan dilapangan atau langsung ketempat penelitian. Penelitian lapangan adalah penelitian yang bertujuan mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang dan interaksi sosial, individu, kelompok, dan masyarakat.¹

Berdasarkan pengertian diatas, penelitian lapangan merupakan suatu penelitian yang bertujuan untuk meneliti suatu hal yang terjadi di dalam masyarakat. Pada penelitian ini, peneliti melakukan penelitian dengan menggali data yang bersumber dari lapangan atau langsung yaitu di Desa Nampirejo.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif karena penelitian ini mengungkap fakta-fakta yang ada dari data-data yang dikumpulkan, serta menguraikan dan menggambarkan peristiwa-peristiwa yang terjadi. Dalam hal ini peneliti hanya ingin mengetahui hal-hal yang berhubungan dengan keadaan sesuatu yang diteliti. Maka dalam penelitian ini lebih menekankan

¹ Husaini Usman dan Purnomo Setyadi Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2017), 15.

pada pandangan mengenai gambaran peristiwa yang dibentuk oleh kata-kata secara ilmiah.

Maka penelitian akan mengungkap berupa keterangan-keterangan yang bersifat tidak ada uji signifikan, tidak ada taraf kesalahan, karena penelitian ini tidak bermaksud membuat generalisasi, sehingga tidak ada kesalahan generalisasi. Dalam penelitian ini peneliti berusaha memaparkan, mendeskripsikan, menguraikan hasil penelitian tentang “Keefisienan Penggunaan Media Sosial Terhadap Peningkatan Pendapatan *Reseller* Di Desa Nampirejo”.

B. Sumber Data

Sumber data adalah salah satu yang paling vital dalam penelitian, kesalahan dalam menggunakan atau memahami sumber data, maka data yang diperoleh juga akan meleset dari yang diharapkan. Oleh karena itu, peneliti harus mampu memahami sumber data, baik berupa data mana yang mesti digunakan dalam penelitiannya itu.¹

Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan data dan informasi dari membaca dan mengutip dari berbagai sumber. Teknik penyusunannya melalui dua sumber yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder yaitu:

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber pertama dimana sebuah data dihasilkan.² Sumber data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada peneliti untuk tujuan penelitian. Maka dalam

¹ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*, (Jakarta: Kencana 2013), 129.

² *Ibid.*, 129.

mencari sumber data yang utama harus diperhatikan dengan baik karena akan di jadikan sebagai obyek penelitian. Data yang dihasilkan dari sumber data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data, baik secara individual maupun perseorangan, seperti hasil wawancara yang dilakukan peneliti.

Dalam menentukan informan untuk di wawancara, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling*, yaitu peneliti mempunyai pendapat pribadi dalam memilih individu-individu yang akan menjadi sampel dengan pertimbangan tertentu misalnya, orang tersebut yang dianggap paling mengetahui tentang apa yang kita harapkan sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek/situasi yang diteliti.³

Dalam sumber data primer didapatkan dari wawancara langsung dengan 5 *reseller*. Pemilihan *reseller* sebagai informan dalam penelitian ini didasarkan pada orang-orang yang dianggap mampu untuk memberikan informasi secara lengkap, orang yang menjadi *reseller* di desa Nampirejo, *reseller* yang menggunakan media sosial untuk menjalankan bisnis, dan laki-laki/wanita dewasa.

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi (Mixed Methods), Penelitian Tindakan (Action Research), Penelitian Evaluasi)*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 368.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber kedua sesudah sumber data primer.⁴ Sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui data pendapatan *reseller* selama 3 tahun terakhir dan buku yang berkaitan tentang judul Keefisienan Penggunaan Media Sosial Terhadap Peningkatan Pendapatan *Reseller* Di Desa Nampirejo, seperti buku yang berjudul *Menciptakan Penjualan Melalui Media Sosial*, buku yang berjudul *Step By Step Bisnis Dropshipping & Reseller*, dan buku yang berjudul *Bisnis Dropshipping dan reseller*.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data agar mendapatkan informasi secara kualitatif maka yang dilakukan oleh penulis adalah melalui wawancara dan dokumentasi. Terdapat beberapa instrumen dalam pengumpulan data sebagai berikut:

1. Teknik Wawancara (*Interview*)

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dimana pewawancara (peneliti atau yang diberi tugas melakukan pengumpulan

⁴ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*, (Jakarta: Kencana 2013), 130.

data) dalam mengumpulkan data mengajukan suatu pertanyaan kepada yang diwawancarai.⁵

Wawancara merupakan salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa wawancara (*interview*) adalah suatu kejadian atau suatu proses interaksi antara pewawancara (*interviewer*) dan sumber informasi atau orang yang diwawancarai (*interviewee*) melalui komunikasi langsung. Dapat pula dikatakan bahwa wawancara merupakan percakapan tatap muka (*face to face*) antara pewawancara dengan sumber informasi, di mana pewawancara bertanya langsung tentang sesuatu objek yang diteliti dan telah dirancang sebelumnya.

Wawancara yang digunakan peneliti yaitu wawancara bebas terpimpin, peneliti datang berdasarkan jadwal yang telah ditetapkan sendiri dan dalam kurun waktu tertentu peneliti bisa datang berkali-kali untuk melakukan wawancara yang ditujukan kepada *reseller*.

Dalam penelitian ini, wawancara secara mendalam ditujukan kepada 5 *reseller* yaitu Ibu Eti, Ibu Lia, Ibu Dyah, Ibu Ning, Ibu Dian serta 3 pembeli yaitu Tania, Nadya dan Diana.

2. Teknik Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan data berupa data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah penelitian. Teknik

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi (Mixed Methods), Penelitian Tindakan (Action Research), Penelitian Evaluasi)*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 224.

pengumpulan data dengan dokumentasi ialah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen.⁶

Dalam penelitian menggunakan metode dokumentasi ini pengumpulan data dilakukan dengan menggali informasi yang dapat ditemukan baik dalam catatan, tulisan ataupun foto terkait dengan penelitian. Metode ini digunakan sebagai bahan informasi yang berupa profil dari tempat penelitian yaitu di Desa Nampirejo, data pendapatan selama 6 bulan, data produk-produk yang dijual *reseller*, dan data media sosial yang digunakan oleh *reseller*.

D. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data kualitatif dengan menggunakan metode berfikir induktif. Analisis data merupakan proses menyusun dan mencari data secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sinteisa, menyusun pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri dan orang lain.⁷ Maka yang dimaksud dengan analisis data adalah proses penyederhanaan data dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan dipahami.

⁶ Husaini Usman dan Purnomo Setyadi Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2017), 106.

⁷ Lexi J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009), 248.

Adapun proses analisis data dalam penelitian ini antara lain :

1. Pengumpulan data, yaitu penulis melakukan pengumpulan data-data yang diperlukan melalui wawancara dan dokumentasi.
2. Pengkategorian data, yaitu menggolongkan data menurut jenis dan penggunaannya.
3. Reduksi data, setelah pengkategorian data selanjutnya penulis menyederhanakan data yang benar-benar dibutuhkan dari hasil pengumpulan dan pengkategorian, penulis membuang data yang tidak dibutuhkan, setelah itu barulah data tersebut dapat menghasilkan informasi yang bermakna dan memudahkan dalam penarikan kesimpulan.
4. Penyajian data, yaitu setelah melakukan reduksi data, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data agar dapat memudahkan peneliti dalam memahami kondisi yang terjadi, kemudian merencanakan kerja berdasarkan apa yang telah dipahami.

Penarikan Kesimpulan, berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan ditampilkan, lalu ditarik menjadi satu untuk mendapatkan hasil akhir penelitian. Penarikan kesimpulan ini harus berdasarkan data-data valid yang sudah terkumpul bukan data rekayasa.

Berdasarkan uraian diatas, maka untuk menganalisa data dalam penelitian ini yaitu menggunakan data yang telah diperoleh kemudian data tersebut dianalisis menggunakan beberapa proses secara khusus dari informasi tentang Keefisienan Penggunaan Media Sosial Terhadap Peningkatan Pendapatan *Reseller* Di Desa Nampirejo.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum *Reseller* di Desa Nampirejo

1. Sejarah *Reseller* di Desa Nampirejo

Reseller adalah kegiatan berbisnis secara online yang dilakukan oleh beberapa masyarakat yang ada di Desa Nampirejo. Awal tahun 2020 beberapa masyarakat yaitu Ibu Dian, Ibu Ning, Ibu Eti, Ibu Diah dan Ibu Lia mencari pekerjaan sampingan yaitu menjadi *Reseller*. Pada awal tahun 2020, Indonesia dilanda pandemi covid-19 sehingga mengurangi interaksi dan mobilitas. Hal tersebut menjadi alasan *Reseller* di Nampirejo untuk tetap mendapatkan pendapatan tambahan melalui *Reseller* berbisnis online.

Kegiatan *Reseller* yang dilakukan beberapa masyarakat di Desa Nampirejo berkembang dari tahun ke tahun. Pada awalnya *Reseller* di Desa Nampirejo hanya menjual satu sampai tiga jenis produk saja. Seiring berjalannya waktu para *Reseller* di Desa Nampirejo dapat menjual lebih dari tiga jenis produk.

2. Produk *Reseller* di Desa Nampirejo

Produk yang dijual *Reseller* berupa fashion, perabotan, dan kuliner. *Reseller* mengambil produk jualannya dari supplier online yang ada di media sosial dan reseller menjual kembali di media sosial yang reseller miliki. Produk yang dijual reseller di Desa Nampirejo adalah:

Tabel 4.1
Produk Reseller di Desa Nampirejo

No.	Nama Reseller	Jenis Produk Reseller	Produk Reseller
1.	Ibu Dian	Makanan	1. Kue Ulang tahun 2. Bolu 3. Donat 4. Dessert Box 5. Kue Basah
2.	Ibu Ning	Fashion	1. Tas 2. Sandal/Sepatu 3. Pakaian Anak dan Dewasa 4. Aksesoris Wanita
3.	Ibu Lia	Makanan	1. Donat Box
4.	Ibu Eti	Fashion	1. Tas 2. Sandal/Sepatu 3. Pakaian Anak dan Dewasa 4. Aksesoris Wanita
5.	Ibu Diah	Perabotan Rumah Tangga	1. Lemari 2. Hordeng 3. Selimut 4. Rak Sepatu 5. Rak Piring 6. Pot Bunga 7. Perkakas Dapur

Sumber: Wawancara dengan Reseller di Desa Nampirejo, 2023

B. Keefisienan Penggunaan Media Sosial Terhadap Peningkatan Pendapatan Reseller Di Desa Nampirejo

Penggunaan media sosial dapat memperluas target pasar dan mempermudah *reseller* di Desa Nampirejo dalam menyebarkan informasi terkait produk yang ditawarkan. Media sosial sebagai media pemasaran

membuat proses pengenalan produk lebih dekat dan lebih efisien sehingga mempermudah *reseller* dalam memperkenalkan produk kepada pembeli dengan target yang tepat. Penggunaan media sosial juga membantu *reseller* di Desa Nampirejo dalam meningkatkan hubungan dengan pembeli karena proses komunikasi serta layanan pelanggan yang sangat cepat dan efisien.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan Ibu Ning selaku *reseller* di Desa Nampirejo, beliau mengatakan bahwa dalam menjalankan bisnisnya sebagai *reseller*, media sosial digunakan sebagai media promosi atau pemasaran karena jangkauannya lebih luas, mudah digunakan dan mendapatkan pembeli baru yang bukan dari daerah *reseller*.¹ Media sosial merupakan media promosi yang sangat mudah dan hemat biaya karena *reseller* tidak perlu membuat brosur untuk disebar kepada orang-orang, cukup mempromosikan produk tersebut di media sosial dengan konten yang menarik seperti manfaat dari produk yang dijual.² Media sosial juga digunakan untuk menjalin hubungan antara penjual dengan pembeli. Pembeli dapat berkomunikasi dengan penjual dengan nyaman mengenai produk yang dijual dan mendapatkan respon cepat dari penjual.³ Hal tersebut selaras dengan pernyataan Ibu Eti:

“Media sosial itu media yang sangat bagus untuk meningkatkan penjualan, karena media sosial mudah digunakan oleh siapapun dan diakses oleh banyak orang. Banyak masyarakat yang merasa dimudahkan dengan adanya media sosial seperti saya yang bisa berjualan online dari rumah dan pembeli juga bisa memesan barang dari rumah. Tidak hanya dari rumah juga si mba, tapi ya dimana saja pembeli bisa pesan barang”.⁴

¹ Ibu Ning, *Reseller* di Desa Nampirejo, *Wawancara*, pada tanggal 25 Februari 2023.

² Ibu Diah, *Reseller* di Desa Nampirejo, *Wawancara*, pada tanggal 25 Februari 2023.

³ Ibu Lia, *Reseller* di Desa Nampirejo, *Wawancara*, pada tanggal 25 Februari 2023.

⁴ Ibu Eti, *Reseller* di Desa Nampirejo, *Wawancara*, pada tanggal 25 Februari 2023.

Media sosial yang digunakan para *reseller* adalah facebook, instagram dan whatsapp. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan dari Ibu Dian:

*“Saya biasanya pake facebook sama whatsapp, kalau di facebook untuk promosi. Sebenarnya di whatsapp juga promosi jualan juga tapi kalau di facebook jangkauannya luas kalau di whatsapp cuma orang-orang itu aja, tapi biasanya orang yang mau beli produk saya mereka langsung menghubungi saya lewat whatsapp karena di facebook saya sudah ada nomor whatsapp saya”.*⁵

Ibu Lia mengatakan bahwa penggunaan berbagai macam media sosial berpengaruh terhadap penjualan produk. Beliau menggunakan facebook dan instagram untuk memperluas promosi produk yang beliau jual dengan harapan produknya dikenal oleh banyak orang dan orang yang melihat tertarik untuk membelinya. Selain facebook dan instagram beliau juga menggunakan whatsapp untuk media komunikasi agar memudahkan konsumen apabila ingin mengetahui detail terkait produk yang ingin dibeli, sistem pengiriman, dan juga untuk mengetahui sistem pembayaran.⁶

Menurut Ibu Eti beliau dimudahkan dengan adanya media sosial karena beliau tidak perlu mengeluarkan banyak biaya untuk mempromosikan produk jualannya. Beliau hanya perlu memposting produk jualannya dengan deskripsi yang jelas agar mudah dipahami oleh konsumen. Produk yang dijual merupakan produk yang berkualitas dengan harga yang sesuai agar pembeli tidak dirugikan, tidak merasa kecewa dan bisnis online *reseller* dapat bertahan.⁷ *Reseller* merasa diuntungkan karena mendapatkan beberapa konsumen baru dari promosi di media sosial karena jangkauannya luas

⁵ Ibu Dian, *Reseller* di Desa Nampirejo, *Wawancara*, pada tanggal 25 Februari 2023.

⁶ Ibu Lia, *Reseller* di Desa Nampirejo, *Wawancara*, pada tanggal 25 Februari 2023.

⁷ Ibu Eti, *Reseller* di Desa Nampirejo, *Wawancara*, pada tanggal 25 Februari 2023.

sehingga hal tersebut juga berdampak terhadap pendapatan *reseller* yang bertambah.⁸ Ibu Dian mengatakan bahwa:

*“Media sosial itu media promosi yang sangat minim biaya, cukup kuota dan ketekunan dari reseller untuk memposting jualannya. Walaupun biaya promosi di media sosial itu sedikit tetap ya mbak harus bisa mengatur keuangan biar tidak bangkrut. Dengan adanya media sosial ini juga komunikasi dengan pembeli dapat lebih mudah dan leluasa gitu mbak, ya sewajarnya pembeli ya mbak pasti tanya-tanya dulu abis itu kalau emang dia suka langsung di pesan barangnya mbak. Komunikasi menurut saya juga bisa menjaga hubungan saya sama pembeli mbak karena kalau saya responnya baik sama pembeli, pembelinya juga pasti nanti bakal beli lagi tempat saya”.*⁹

Menurut Ibu Ning menjadi *reseller* merupakan pekerjaan yang mudah dilakukan oleh siapapun karena tidak memerlukan biaya yang banyak. Biaya yang dibutuhkan menjadi seorang *reseller* menyesuaikan kemampuan dan kebutuhan *reseller* itu sendiri. *Reseller* dapat menargetkan berapa produk yang harus dijual dalam sebulan agar dapat mengukur hasil yang optimal setiap bulannya. Produk yang ditawarkan oleh *reseller* merupakan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang ditetapkan.¹⁰ Selain itu pengaturan waktu juga perlu dilakukan agar pekerjaan menjadi terkontrol, menghemat biaya, tenaga, dan waktu. Hal tersebut akan berdampak terhadap meningkatnya pendapatan *reseller*.¹¹ Hal tersebut selaras dengan pernyataan

Ibu Lia:

“Bagi waktu biar efisien pasti saya lakukan, seperti berapa kali posting perminggu, produknya harus mengikuti tren tidak itu-itu saja, kualitas juga harus sesuai dengan deskripsi yang saya berikan dan saya juga membeli produk dari supplier yang bertanggung jawab agar saya tidak dirugikan atau di komplain oleh pembeli, membalas chat pembeli dengan cepat dan sopan dan mengatur waktu cod untuk pengambilan barang bagi pembeli yang tidak

⁸ Ibu Diah, *Reseller* di Desa Nampirejo, Wawancara, pada tanggal 25 Februari 2023.

⁹ Ibu Dian, *Reseller* di Desa Nampirejo, Wawancara, pada tanggal 25 Februari 2023.

¹⁰ Ibu Ning, *Reseller* di Desa Nampirejo, Wawancara, pada tanggal 25 Februari 2023.

¹¹ Ibu Diah, *Reseller* di Desa Nampirejo, Wawancara, pada tanggal 25 Februari 2023.

*bisa ambil barang dirumah. Saya kaya gitu biar saya tahu berapa biaya yang harus saya keluarkan agar tidak terjadi pemborosan terus untuk lokasi cod saya yang nentuin”.*¹²

Ibu Dian mengatakan bahwa beliau menggunakan model jaminan atau DP dalam sistem *reseller* yang dijalankan. Uang jaminan yang dikenakan kepada *reseller* sebesar 50% dari harga produk. Uang jaminan yang dibayarkan *reseller* kepada suplier berasal dari uang jaminan yang diberikan pembeli kepada *reseller* sebesar 50% dari harag produk. Apabila *reseller* membatalkan pesanan maka *supplier* dapat mengambil uang jamian tersebut.¹³

Hal tersebut selaras dengan Ibu Diah:

*“.....biasanya saya DP 50% dulu ke langganan saya. Uang dp itu juga saya ambil dari pembeli yang sudah dp ke saya. kadang barang bisa langsung diambil tapi kalau yang beli request warna atau corak ya perlu nunggu beberapa hari.kadang tu ada pembeli yang butuh barangnya sekarang gitu ya gamau dp karena kan kalau pake dp itu barang datengnya kan agak lama dikit.”*¹⁴

Sedangkan Ibu Ning dan Ibu Eti menggunakan model web online. Ibu Ning mengatakan beliau dapat memilih berbagai produk yang ada di web online kemudian memilih produk dan beliau posting kembali melalui akun media sosialnya. Beliau mengatakan bahwa cara tersebut cukup mudah dilakukan karena beliau hanya melihat dimedia sosial produk apa saja yang ada di web online tersebut.¹⁵ Hal tersebut selaras dengan pendapat Ibu Eti:

“.....saya cari barangnya di media sosial atau online shop, saya cari barang yang bagus terus harganya sesuai dengan yang saya mau abis itu saya jual lagi di akun faceebook saya dengan harga yang sudah saya tetapkan. Kalau di online shop gitu kan biasanya ada diskon tu mbak di tanggal-tanggal tertentu nah dari situ mbak untung yang saya dapat bisa lebih dari biasanya.

¹² Ibu Lia, *Reseller* di Desa Nampirejo, *Wawancara*, pada tanggal 25 Februari 2023.

¹³ Ibu Dian, *Reseller* di Desa Nampirejo, *Wawancara*, pada tanggal 25 Februari 2023.

¹⁴ Ibu Diah, *Reseller* di Desa Nampirejo, *Wawancara*, pada tanggal 25 Februari 2023.

¹⁵ Ibu Ning, *Reseller* di Desa Nampirejo, *Wawancara*, pada tanggal 25 Februari 2023.

*Tapi ya resiko belanja di olshop ya barangnya pasti banyak yang jual ya tinggal kita pinter pinter strateginya gimana.*¹⁶

Ibu Ning mengatakan bahwa agar pendapatannya meningkat beliau harus rajin posting produknya di media sosial, postingan produk harus menarik, terdapat deskripsi jelas agar pembeli mengetahui informasi terkait produk yang di posting dan memberikan respon yang baik terhadap pembeli terlepas dari pembeli tersebut akan membeli atau tidak.¹⁷ Hal tersebut selaras dengan pendapat Ibu Lia:

*“Saya kalau bisa posting setiap hari saya usahakan setiap hari tapi ya tetep liat sikon ya mbak waktunya makan ya makan, tidur ya tidur, solat ya solat pokoknya ya ga 24 jam hp tu engga. Terus saya posting dagangan saya juga tergantung dari penjualnya lagi ga jualan ya saya ga jual juga soalnya saya langganan cuma di situ karena harganya cocok sama rasanya juga enak. Kalau untuk posting ya gabisa asal posting juga ya mbak perlu di edit biar orang yang lihat juga tertarik. Terus promosinya tu saya tidak cuma facebook mba tapi pakai instagram juga biar pembelinya makin banyak. Testimoni dari pembeli juga saya tanyain mbak biar saya tahu kurang lebihnya produk saya terus saya posting juga testimoni pembeli di akun media sosial saya karena itu dapat mempengaruhi pembeli yang melihat postingan saya”.*¹⁸

Berikut ini tabel hasil wawancara dengan *reseller* di Desa Nampirejo terkait pendapatan sebelum dan sesudah menjadi *reseller*.

Tabel 4.2
Pendapatan *Reseller* di Desa Nampirejo Sebelum dan Sesudah Menjadi *Reseller*

No.	Tahun Mulai <i>Reseller</i>	Nama	Produk	Pendapatan	
				Sebelum	Sesudah
1.	2020	Diah	Makanan	Rp 2.500.000	Rp 3.150.000
2.	2020	Ning	Fashion	Rp 500.000	Rp 2.050.000
3.	2020	Lia	Makanan	Rp 300.000	Rp 700.000
4.	2020	Eti	Fashion	Rp 500.000	Rp 1.650.000

¹⁶ Ibu Eti, *Reseller* di Desa Nampirejo, *Wawancara*, pada tanggal 25 Februari 2023.

¹⁷ Ibu Ning, *Reseller* di Desa Nampirejo, *Wawancara*, pada tanggal 25 Februari 2023.

¹⁸ Ibu Lia, *Reseller* di Desa Nampirejo, *Wawancara*, pada tanggal 25 Februari 2023.

5.	2020	Dian	Perabotan Rumah Tangga	Rp 750.000	Rp 1.300.000
----	------	------	---------------------------	------------	--------------

Sumber: Wawancara dengan Reseller di Desa Nampirejo, 2023

Berdasarkan Tabel 4.1 Ibu Diah merupakan seorang guru PNS dengan penghasilan Rp2.500.000/bulan kemudian pada tahun 2020 Ibu Diah menjadi *reseller* makanan sebagai pekerjaan sampingannya dengan penghasilan kurang lebih Rp650.000. Ibu Ning merupakan seorang guru honor dengan penghasilan Rp500.000/bulan kemudian pada tahun 2020 Ibu Ning menjadi *reseller* pakaian atau *fashion* sebagai pekerjaan sampingannya dengan penghasilan kurang lebih Rp1.550.000. Ibu Lia merupakan pekerja serabutan dengan penghasilan kurang lebih Rp300.000/bulan kemudian pada tahun 2020 Ibu Lia menjadi *reseller* makanan untuk menambah penghasilan beliau dengan penghasilan kurang lebih Rp400.000. Ibu Eti merupakan seorang guru honor dengan penghasilan Rp500.000/bulan kemudian pada tahun 2020 Ibu Eti menjadi *reseller* pakaian atau *fashion* sebagai pekerjaan sampingannya dan juga untuk menambah penghasilan beliau dengan penghasilan kurang lebih Rp1.150.000. Sedangkan Ibu Dian merupakan seorang pejahit pakaian dengan penghasilan kurang lebih Rp750.000/bulan kemudian pada tahun 2020 Ibu Lia menjadi *reseller* perabotan rumah tangga untuk menambah penghasilan beliau dengan penghasilan kurang lebih Rp550.000.

Pendapatan *reseller* di Desa Nampirejo meningkat setelah menjalankan bisnis menjadi *reseller*. Pekerjaan sampingan menjadi *reseller* memberikan dampak yang positif terhadap pendapatan mereka. Usaha yang dilakukan *reseller* di Desa Nampirejo untuk meningkatkan pendapatan

mereka dengan menggunakan media sosial sebagai media promosi dan komunikasi kepada calon pembeli sangat berpengaruh terhadap penjualan produk yang dijual.

Menurut Ibu Diah selain harus konsisten dalam berbisnis online menjadi *reseller*, pemilihan produk juga harus berkualitas agar pembeli tidak kecewa dan akan menjadi pembeli tetap bahkan secara tidak langsung akan mempromosikan produk yang beliau jual keorang-orang terdekatnya.¹⁹ Selain itu, *reseller* juga harus mengikuti trend pada saat itu untuk mempertahankan bisnisnya dan banyaknya jenis produk yang dijual akan berdampak positif bagi bisnisnya dalam menjadi *reseller*.²⁰

Menurut Ibu Dian kendala yang beliau rasakan selama menjadi *reseller* adalah pembatalan pesanan secara sepihak dari pembeli, pembeli yang komplain terhadap barang yang tidak sesuai dengan ekspektasinya, stok barang habis, sinyal yang terkadang susah mengakibatkan terhambatnya respon *reseller* dengan pembeli dan keterlambatan pembeli saat melakukan transaksi atau COD.²¹ Hal tersebut selaras dengan pendapat Ibu Ning:

“kendalanya banyak ya mbak, ada beberapa pembeli yang udah pesen tapi ternyata tidak jadi padahal barangnya sudah ada. Kalau tidak dijual lagi saya rugi jadi tetep saya jual tapi harganya saya diskon. Pernah mbak saya dapat komplain dari pembeli karena barangnya tidak sesuai kaya beli baju ukuran m tapi kok ukuran mnya kaya ukuran s padahal saya udah kasih deskripsi barangnya gimana itu udah jelas mbak tapi saya terima komplainnya terus saya komplain juga ke langganan saya ehh tapi malah masa bodoh gitu mba jadi ya saya gamau beli disitu lagi cari supplier yang lain. Kendala yang lain persaingan bisnis si mbak, karena pasti yang jual barang kaya saya di luar sana banyak banget jadi ya saya harus bisa menjaga kuliatas barang yang saya jual dengan harga yang sesuai kualitas

¹⁹ Ibu Diah, *Reseller* di Desa Nampirejo, *Wawancara*, pada tanggal 25 Februari 2023.

²⁰ Ibu Eti, *Reseller* di Desa Nampirejo, *Wawancara*, pada tanggal 25 Februari 2023.

²¹ Ibu Dian, *Reseller* di Desa Nampirejo, *Wawancara*, pada tanggal 25 Februari 2023.

dan harus update sama barang-barang baru yang banyak dibeli sama orang-orang. Barangnya juga harus bervariasi biar pembeli tidak bosan dengan barang yang itu itu aja.”²²

Menurut Ibu Eti alasan beliau menjadi *reseller* karena fleksibel dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja, biaya yang dikeluarkan untuk menjadi *reseller* juga sedikit, menghemat waktu dan tenaga karena tidak perlu sewa ruko, dan tidak memakan tempat karena tidak menampung banyak barang di rumah. Selain itu, pembeli dapat membayar pesanan secara langsung atau dapat membayar pesanan dengan cara transfer dimana hal tersebut prosesnya lebih cepat dan memudahkan kedua belah pihak dalam bertransaksi. Beliau juga dapat mengatur harga dan mengambil keuntungan sesuai dengan keinginan *reseller*.²³ Hal tersebut juga selaras dengan pernyataan Ibu Ning:

*“saya tidak harus membeli semua barang yang saya posting, saya hanya membeli barang yang dipesan oleh pembeli sehingga tidak menumpuk dirumah. Saya juga bisa mengatur waktu untuk COD abis zuhur soalnya saya solat dulu baru cod dan biasanya saya yang nganter barang sendiri karena bisa hemat tidak perlu bayar orang lain. Dengan bermodalkan biaya yang minim saya dapat keuntungan yang sudah cukup bagi saya”.*²⁴

Berdasarkan wawancara dengan pembeli yang menggunakan jasa *reseller*, para pembeli menggunakan jasa *reseller* sejak terjadi pandemi covid-19 karena pada saat itu semua orang diharuskan ada dirumah dan hal tersebut membatasi kegiatan diluar rumah sehingga banyak masyarakat yang berbelanja online termasuk menggunakan jasa *reseller*.²⁵ Pernyataan tersebut selaras dengan pernyataan Tania selaku pembeli:

²² Ibu Ning, *Reseller* di Desa Nampirejo, *Wawancara*, pada tanggal 25 Februari 2023.

²³ Ibu Eti, *Reseller* di Desa Nampirejo, *Wawancara*, pada tanggal 25 Februari 2023.

²⁴ Ibu Ning, *Reseller* di Desa Nampirejo, *Wawancara*, pada tanggal 25 Februari 2023.

²⁵ Nadya, Pembeli, *Wawancara*, pada tanggal 26 Februari 2023.

*“saya sering menggunakan jasa reseller itu sejak adanya pademi covid karena kan semua orang diwajibkan di rumah ga boleh kemana-mana jadi saya kalau mau beli sesuatu itu caranya online jadi bisa dibilang dari situ saya mulai menggunakan jasa reseller sampai sekarang”.*²⁶

Kelebihan dari penggunaan jasa *reseller* ini tidak harus menuju lokasi untuk melihat produk, cukup melihat di media sosial sehingga dapat menghemat biaya transportasi, pembeli juga dapat membandingkan harga dari penjual satu dengan yang lainnya sehingga dapat menemukan harga yang sesuai dengan kualitas yang bagus.²⁷ Hal tersebut selaras dengan pernyataan Nadya:

*“kalau pake jasa reseller itu bisa kapan aja pesennya, kadang juga ada promo, bayarnya juga bisa transfer, saya juga ga perlu ke toko tinggal buka hp terus pilih barang yang mau dibeli. Pokoknya kalau belanja di reseller itu menghemat waktu sama tenaga saya mbak”.*²⁸

Kekurangan dari menggunakan jasa *reseller* menurut Diana barang yang dipesan tidak sesuai ekspektasi sehingga menimbulkan kekecewaan bagi pembeli, respon penjual terlalu lama dan membuat seseorang menjadi boros karena membeli barang yang tidak dibutuhkan. Terkadang barang yang dipesan juga mengalami kerusakan.²⁹ Hal tersebut selaras dengan pendapat Tania:

*“.....barang kadang ga sesuai sama foto contohnya beli baju digambar postingannya keliatan tebal ternyata pas dateng bahannya tipis. Saya juga sering beli barang-barang di online shop padahal saya tu ga butuh-butuh banget mbak jadi ya boros, barangnya juga ga kepake karena ya laper mata mbak. Terus ada mbak, reseller yang tidak mau bertanggung jawab kalau barangnya rusak”.*³⁰

²⁶ Tania, Pembeli, *Wawancara*, pada tanggal 26 Februari 2023.

²⁷ Diana, Pembeli, *Wawancara*, pada tanggal 26 Februari 2023.

²⁸ Nadya, Pembeli, *Wawancara*, pada tanggal 26 Februari 2023.

²⁹ Diana, Pembeli, *Wawancara*, pada tanggal 26 Februari 2023.

³⁰ Tania, Pembeli, *Wawancara*, pada tanggal 26 Februari 2023.

C. Analisis Keefisienan Penggunaan Media Sosial Terhadap Peningkatan Pendapatan *Reseller* Di Desa Nampirejo

Reseller adalah seseorang yang menjalankan bisnis dengan cara membeli barang kepada *supplier* dengan tujuan untuk menjualnya kembali. Media sosial merupakan media perantara yang digunakan oleh *reseller* di Desa Nampirejo dalam mempromosikan suatu produk kepada calon pembeli supaya efisien dalam memasarkan produk yang dijual. Berdasarkan hasil wawancara dengan *reseller* di Desa Nampirejo dan beberapa pembeli, peneliti dapat menyimpulkan bahwa penggunaan media sosial oleh *reseller* di Desa Nampirejo sangat efisien dalam meningkatkan pendapatan para *reseller*. Hal tersebut dibuktikan dengan pernyataan *reseller* di Desa Nampirejo yang mengatakan bahwa mereka mendapatkan pendapatan tambahan dari pekerjaan sampingan menjadi seorang *reseller*.

Penggunaan media sosial bagi *reseller* di desa Nampirejo adalah untuk menjalin hubungan pribadi dan untuk media pemasaran. Dalam menjalankan bisnis, *reseller* di Desa Nampirejo melibatkan diri dalam komunikasi yang baik dengan para pembeli agar pembeli merasa nyaman. Melalui media sosial, pembeli bisa berkomunikasi secara langsung terkait produk barang atau jasa yang dijual oleh *reseller* di Desa Nampirejo. Penggunaan media sosial dapat memudahkan dalam memberi umpan balik kepada konsumen secara interaktif dan cepat. Media Pemasaran.

Reseller di Desa Nampirejo juga menggunakan media sosial sebagai media pemasaran atau promosi. Promosi melalui media sosial mengeluarkan

biaya yang cenderung lebih murah, pelaksanaannya lebih mudah dan cepat, serta jangkauannya lebih luas. Promosi yang dilakukan oleh *Reseller* di Desa Nampirejo dengan cara menyebarkan konten informasi, promosi atau pun ilmu yang bisa memberikan kebermanfaatan pada calon pembeli. Promosi yang dilakukan oleh *Reseller* di Desa Nampirejo dengan cara menyebarkan konten informasi, promosi atau pun ilmu yang bisa memberikan kebermanfaatan pada masyarakat secara berkala.

Media sosial yang digunakan oleh *reseller* di desa Nampirejo adalah facebook, instagram, dan whatsapp. Mempromosikan produk bisnis di facebook dan insatagram merupakan salah satu cara yang efisien untuk mendapatkan lebih banyak calon pembeli baru. Penggunaan media sosial facebook dan instagram oleh *reseller* di Desa nampirejo diharapkan mampu memberikan hasil yang lebih baik karena tingkat jangkauan yang lebih luas. Melalui facebook dan instagram, *reseller* di Desa Nampirejo dapat melakukan interaksi yang efesien terhadap pembeli untuk meyakinkan publik apa yang *reseller* sampaikan sesuai dengan produk barang yang *reseller* jual. Sedangkan whatsapp merupakan media sosial yang memudahkan *reseller* di Desa Nampirejo dalam kounikasi dan transaksi dengan pembeli, namun whatsapp jangkauannya tidak seluas faceebook dan instagram. Dengan menggunakan media sosial whatssap *reseller* dapat berkomunikasi lebih intens dengan calon pembeli dan *reseller* dapat memberikan pelayan secara optimal apabila pembeli ingin bertanya terkait produk, sistem pengiriman dan sistem pembayaran.

Media sosial berbasis internet dapat memberikan kemudahan bagi *reseller* di Desa Nampirejo dalam berbisnis. Beberapa kelebihan media sosial antara lain:

a. Cepat, ringkas, padat dan sederhana.

Penggunaan media sosial cenderung lebih murah, dapat menjangkau banyak orang, serta proses promosinya juga dianggap lebih mudah dan cepat. Melalui media sosial, *reseller* di Desa Nampirejo dapat dengan mudah dan lebih cepat membagikan informasi. Informasi tersebut bisa berupa promosi, produk baru, atau yang lainnya. Dengan begitu, calon pembeli dapat mengetahui mengenai informasi terbaru tentang produk yang diposting oleh *reseller*.

b. Menciptakan hubungan lebih intens

Penggunaan media sosial memudahkan *reseller* di Desa Nampirejo dalam berkomunikasi secara langsung terkait produk yang dijual. Komunikasi menjadi hal yang utama agar suatu hubungan dapat terjaga satu sama lain yang dimana dapat membuat sebuah pengambilan keputusan yang tidak memberatkan salah satu pihak maupun menguntungkan salah satu pihak saja. Dengan demikian, hubungan antara *reseller* dan calon pembeli dapat terjalin dengan baik dan lebih intens sehingga pelayanan yang diberikan kepada calon pembeli juga dapat lebih optimal.

c. Jangkauan luas dan global.

Media sosial mempunyai pengaruh yang positif dalam perkembangan bisnis yang dijalankan oleh *reseller* di Desa Nampirejo. Kelebihan penggunaan media sosial bagi *reseller* di Desa Nampirejo adalah jangkauan masyarakat yang lebih luas. *Reseller* di Desa Nampirejo dapat mempromosikan produk ke mana saja dan kapan saja, baik dalam skala lokal maupun nasional. Dengan demikian, *reseller* di Desa Nampirejo mendapatkan calon pembeli baru dan dapat meningkatkan produk penjualan.

d. Kendali dan terukur

Produk yang dijual oleh *reseller* di Desa Nampirejo di media sosial merupakan produk yang berkualitas. Hal tersebut dilakukan agar pembeli tidak dirugikan dan *reseller* mendapatkan keuntungan dan kepercayaan dari pembeli. Dengan adanya pengendalian kualitas produk maka bisnis *reseller* di Desa Nampirejo dapat terus berjalan dan berkelanjutan. *Reseller* di Desa Nampirejo juga mengatur seluruh biaya yang digunakan dalam menjalankan bisnis ini agar tetap terkendali dan menghindari pemakaian dana di luar kepentingan bisnis *reseller*.

Dalam menentukan apakah suatu bisnis yang dijalankan *reseller* di Desa Nampirejo termasuk efisien atau tidak, maka indikator efisiensi harus terpenuhi. Adapun indikator efisiensi adalah:

a. Efisiensi Biaya

Efisiensi biaya adalah ketepatan pengeluaran biaya yang dikeluarkan penjual, sehingga rencana pemasaran dan penjualan dapat dilaksanakan sesuai target, dan biaya yang dikeluarkan tidak akan terbuang percuma.³¹ Dalam menjalankan bisnisnya, *reseller* di Desa Nampirejo menggunakan media sosial dalam menjalankan bisnis sebagai *Reseller* karena biaya yang dikeluarkan cenderung lebih sedikit. *Reseller* tidak perlu menyewa tempat atau ruko untuk berjualan dalam menjalankan bisnisnya, karena *Reseller* di Desa Nampirejo hanya akan membeli barang apabila ada pembeli yang memesan dan pesanan atau barang tersebut dapat diletakan di rumahnya. Selain itu, untuk menghemat biaya *Reseller* di Desa Nampirejo mengatur waktu itu COD dengan pembeli. Walaupun biaya yang dikeluarkan cenderung sedikit, *Reseller* di Desa Nampirejo tetap menjaga kestabilan bisnisnya dengan cara menetapkan target penjualan agar tujuan dari kegiatan pemasaran produk bisa dicapai. Apabila target penjualan tercapai maka pendapatan yang diterima *reseller* juga akan stabil bahkan mengalami peningkatan pendapatan jika target penjualan sudah terlampaui. Selain menetapkan target penjualan, *reseller* di Desa Nampirejo juga tidak sembarangan dalam memilih produk.

³¹ Muhammad Nur Ihsan Ginting, “Efisiensi Biaya Promosi Pada Inovasi Berbahan Dasar Daun Ruku-Ruku”, (Medan: Universitas Medan Area, 2021), 13.

Pemilihan produk sangat berpengaruh bagi penjual maupun bagi pembeli. Apabila produk yang dijual oleh *Reseller* memiliki kualitas yang rendah maka hal tersebut akan memberikan pengaruh yang buruk terhadap bisnis *Reseller* dan berdampak pada pendapatan *Reseller* yang menurun. *Reseller* di Desa Nampirejo dalam memilih *supplier* dan menargetkan penjualan barang tetap menyesuaikan dengan kemampuan modal yang dimiliki agar biaya yang dikeluarkan tidak terbuang percuma, keuangan bisnis *reseller* tetap stabil dan dapat meningkatkan pendapatan *reseller*.

b. Efisiensi Waktu

Efisiensi waktu adalah kualitas melakukan sesuatu dengan baik tanpa membuang waktu. Penjelasan lain tentang efisiensi waktu adalah perencanaan hari/waktu supaya bisa melakukan penggunaan paling baik atas waktu yang dimiliki.³² Penggunaan media sosial dapat menghemat waktu bagi *Reseller* di Desa Nampirejo. *Reseller* dapat memasarkan atau memposting produk jualannya di media sosial dimana saja dan kapan saja. *Reseller* di Desa Nampirejo tidak perlu datang ke toko untuk membeli produk jualannya cukup membeli di online shop melalui media sosial. Metode pembayaran yang diterapkan oleh *reseller* di Desa Nampirejo adalah melalui transfer dan sistem COD. Sistem COD diterapkan oleh *reseller* karena biaya yang dikeluarkan tergolong murah dan lokasi masih bisa dijangkau karena penentuan lokasi cod ditentukan oleh *reseller*. *Reseller* di Desa Nampirejo juga dapat memberikan pelayanan yang

³² Antonius Atosökhi Gea, "Time Management: Menggunakan Waktu Secara Efektif Dan Efisien", *Jurnal Humaniora*, Vol. 5 No. 2/ 2014: 779.

optimal seperti dengan menanggapi pesanan setiap pembeli dengan tanggap dan sopan, serta mengusahakan merespon pembeli dengan cepat tanpa harus bertemu dengan pembeli secara langsung.

c. Efisiensi Energi/ Tenaga

Efisiensi energi atau ketepatangunaan tenaga adalah usaha yang dilakukan dengan tujuan untuk mengurangi jumlah energi yang dibutuhkan, dalam menggunakan sebuah peralatan atau bahkan sistem yang berhubungan dengan energi.³³ Penggunaan media sosial dalam menjalankan bisnis sebagai *Reseller* akan menghemat tenaga karena *Reseller* di Desa Nampirejo memanfaatkan perangkat elektronik dan jaringan internet sebagai media pemasaran. Selain itu, *Reseller* di Desa Nampirejo tidak perlu melayani pembeli secara langsung, tidak perlu menjaga toko setiap hari, *Reseller* tidak perlu membeli produk di toko offline tetapi *Reseller* dapat membelinya secara online dan *Reseller* di Desa Nampirejo tidak perlu mengantar pesanan ke rumah pembeli karena *Reseller* di Desa Nampirejo menetapkan sistem COD apabila pembeli tidak dapat mengambil pesannya di rumah dan lokasi COD ditetapkan oleh *Reseller* sehingga tenaga yang dikeluarkan *Reseller* dapat disesuaikan.

Model sistem reseller yang diterapkan oleh reseller di Desa Nampirejo adalah model jaminan dan model web online. Reseller akan memberikan sejumlah uang yang telah disepakati yang nantinya uang tersebut akan

³³ Wayan Sukadana dkk, "Analisis Efisiensi Energi Listrik Dengan Menggunakan Sistem Kontrol Incom Di The Laguna, A Luxury Collection Resort & Sp", *Jurnal Ilmiah Telsinas*, Vol. 5 No. 2/ 2022: 135.

dijadikan sebagai jaminan. Uang jaminan tidak akan dikembalikan jika pihak reseller tidak bekerja sesuai kesepakatan atau membatalkan pesanan. Kekurangan menggunakan model jaminan bagi reseller di Desa Nampirejo tidak begitu dirasakan atau bahkan tidak ada, tetapi penggunaan model jaminan akan mempengaruhi pembeli yang akan membeli barang dagangan reseller karena menurut reseller di Desa Nampirejo yang menggunakan model jaminan para pembeli lebih menyukai pembayaran secara langsung tanpa uang jaminan. Hal tersebut dikarenakan apabila pembeli tidak bisa membayar sisa pembayaran maka uang tersebut tidak dapat dikembalikan.

Selain model jaminan, reseller di Desa Nampirejo juga menggunakan model web online. Model web online memberikan keuntungan bagi reseller di desa Nampirejo karena reseller memiliki kebebasan dalam menentukan harga produk dan reseller dapat lebih bebas memilih produk yang sedang diminati pembeli. Selain itu, reseller juga diuntungkan dengan adanya diskon harga sehingga dimanfaatkan reseller untuk meningkatkan pendapatan. Kekurangan menggunakan model web online adalah resiko produk yang dijual reseller di Desa Nampirejo kemungkinan akan sama dengan reseller yang lain namun dengan harga yang lebih murah dibandingkan harga yang ditawarkan oleh reseller di Desa Nampirejo.

Usaha yang dilakukan reseller di Desa Nampirejo untuk meningkatkan pendapatan dengan cepat adalah dengan memperluas target pasar dengan cara tekun dalam mempromosikan produk barang di berbagai media sosial yang reseller miliki agar semakin banyak orang mengetahui

produk tersebut. Selain memperluas target pasar, produk berkualitas juga mempengaruhi pembeli untuk membeli produk yang dijual sehingga hal tersebut dapat meningkatkan pendapatan reseller di Desa Nampirejo. Usaha

lain yang dilakukan reseller di Desa Nampirejo adalah memberikan pelayanan yang optimal kepada pembeli, membagikan informasi menarik juga dapat dilakukan sebagai upaya melayani pembeli dengan optimal dan menunjukkan testimoni pembeli yang positif agar menarik minat calon pembeli baru sehingga penjualan produk dan pendapatan meningkat.

Kendala yang dihadapi reseller di Desa Nampirejo dalam menjalankan bisnisnya adalah pembatalan sepihak dalam transaksi bisnis, pihak pembeli tidak membayar barang pesanan, dan produk yang diterima pembeli tidak sesuai pesanan. Berbagai kendala tersebut dapat merugikan pihak reseller dan berdampak terhadap pendapatan yang menurun. Solusi untuk menangani kendala tersebut adalah reseller di Desa Nampirejo akan menjual kembali barang tersebut dengan harga yang lebih murah dari pada harga normal. Hal tersebut dilakukan agar reseller tidak banyak menanggung banyak kerugian. Banyaknya reseller yang menjual produk yang sama juga menjadi kendala reseller di Desa Nampirejo karena membuat persaingan bisnis online menjadi sangat ketat. Reseller di Desa Nampirejo mengimbanginya dengan tetap mempertahankan kualitas produk dengan harga yang sesuai kualitas produk, memperbarui produk dan memposting berbagai macam produk. Secara bertahap bisnis online yang dijalankan oleh reseller di Desa Nampirejo akan semakin dikenal sehingga dapat bersaing dengan reseller yang lain.

Pekerjaan sebagai *reseller* memberikan kesempatan bagi semua orang khususnya wanita untuk menjalankan suatu bisnis. Untuk menjadi *reseller* tidak memerlukan modal besar, waktu, dan energi sehingga *reseller* di Desa Nampirejo tidak perlu membeli barang terlebih dahulu untuk dijual, tetapi *reseller* di Desa Nampirejo akan membeli barang ke suplier apabila sudah cukup banyak pembeli yang memesan produk kepada *reseller*. Selain itu, *reseller* di Desa Nampirejo cukup berkomunikasi dengan pembeli dalam melakukan transaksi pembayaran secara elektronik dan pembayaran elektronik dinilai jauh lebih cepat dan efisien.

Dalam menjalankan bisnisnya, para *reseller* telah memenuhi 3 prinsip ekonomi islam yaitu tauhid, kejujuran, dan kehendak bebas. Namun *reseller* belum memenuhi 2 prinsip ekonomi islam yaitu keadilan dan tanggung jawab. Hal tersebut dikarenakan ketidakmampuan reseller untuk memberikan ganti rugi terhadap ketidak sesuaian barang yang dipesan. Kesalahan tersebut disebabkan oleh reseller namun reseller tidak mau tahu menahu dan tidak bertanggung jawab atas kesalahannya. Seharusnya seseorang yang sudah menjalankan sistem *reseller* yang sesuai dengan aturan Allah dan ajaran Islam dapat bersifat adil kepada pembeli dengan memenuhi hak dan kewajiban, dan mempertanggung jawabkan atas semua kesalahan yang disebabkan oleh *reseller*.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial memberikan kemudahan dan efisien bagi *reseller* di Desa Nampirejo dalam berbisnis. Penggunaan media sosial menciptakan hubungan lebih intens kepada pembeli, jangkauan luas dan global, terkendali dan terukur serta lebih cepat, ringkas, padat dan sederhana. Keefisienan penggunaan media sosial bagi *reseller* di Desa Nampirejo berupa menetapkan target penjualan agar tujuan dari kegiatan pemasaran produk bisa dicapai, pemilihan *supplier* untuk mendapatkan produk yang berkualitas, penetapan sistem pembayaran melalui media elektronik, menjaga kualitas produk yang di jual, tekun dalam memperbarui informasi dan produk secara berkala, dan masing-masing *reseller* tetap menyesuaikan diri dengan kemampuan yang dimiliki. Indikator efisiensi yang telah diterapkan oleh *reseller* di Desa Nampirejo menjadikan pendapatan *reseller* di Desa Nampirejo mengalami peningkatan.

B. Saran

Berdasarkan uraian dari pembahasan diatas, kiranya dapat dikemukakan saran-saran sebagai berikut:

1. Kepada *reseller* diharapkan dapat meningkatkan pelayanan dalam melakukan pemasaran melalui media sosial dan selalu meningkatkan kualitas produk guna mempertahankan tingkat penjualan.

2. Kepada reseller diharapkan memiliki lebih dari satu *supplier* sebagai alternatif sesuai dengan kebutuhan bisnisnya untuk memastikan stok barang tetap tersedia dengan harga yang sesuai dan kualitas yang baik.
3. Bagi pembeli diharapkan tetap waspada terhadap penggunaan jasa *reseller* dalam pembelian suatu barang, sebaiknya pembeli membaca deskripsi barang yang ingin dibeli agar sesuai dengan keinginan.

DAFTAR PUSTAKA

- Achamd Zurohman Dan Eka Rahayu. “Jual Beli Online Dalam Perspektif Islam “. *Jurnal Iqtishodiyah*. Vol. 5 No. 1/ 2019.
- Artaman, Dewa Made Aris, dkk. “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Seni Sukawati Gianyar”. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 4. No. 2, 2015.
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Jakarta: Kencana 2013.
- Christoper, Rio, dkk. “Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pekerja wanita sebagai Ibu Rumah Tangga”. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*. Vol. 15 No. 1/ 2019.
- Damayanti, Amalia. “Analisis Mekanisme *Reseller* dan Dropshipper Dalam Bisnis Online Perspektif Ekonomi Islam”. *Jurnal Eksyar Jurnal Ekonomi Syariah*. Vol. 07. No. 02/2020
- Direktorat Jenderal Informasi Dan Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi Dan Informatika Republik Indonesia. *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial Dalam Lembaga Pemerintah*. Jakarta: Direktorat Pengelolaan Media Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2018.
- Gea, Antonius Atosökhi. “Time Management: Menggunakan Waktu Secara Efektif Dan Efisien”. *Jurnal Humaniora*. Vol. 5 No. 2/ 2014.
- Gobel, Meryanti. “Analisis Efisiensi Biaya Operasional Melalui Pengelolaan Tunjangan Makan Dan Jaminan Pemeliharaan Kesehatan Pada Perusahaan Jasa Outsourcing”. *Jurnal Emba*. Vol 1 No. 4/ 2013.
- Hidayah, Nurul. “*Peran Media Sosial Terhadap Peningkatan Pendapatan Usahatani Bibit Bawang Merah* . Universitas Kadiri Kediri, 2019.
- Ihsan Ginting, Muhammad Nur. “*Efisiensi Biaya Promosi Pada Inovasi Berbahan Dasar Daun Ruku-Ruku*”. Medan: Universitas Medan Area, 2021.
- Nafis, Ahmad Ghifary Rizalun. “*Efektivitas Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi Pada Produk Jilbab Afra*”. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2017.
- Prasetyo, Margo Saptowinarko dan Endang Wulandari. *Pengantar Akuntansi*. Yogyakarta: Penebar Media Pustaka, 2020.

- Primadiani, Mifta Ayu. “Efektivitas Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi Produk Es Puter Studi Kasus di UKM Lancar Jaya dan Barokah Jaya Kota Batu”. Universitas Brawijaya Malang, 2018.
- Puntoadi, Danis. *Menciptakan Penjualan Melalui Media Sosial*. Jakarta: PT. Elex Komputindo, 2011.
- Reksoprayitno. *Sistem Ekonomi dan Demokrasi Ekonomi*. Jakarta: Bina Grafika, 2004.
- Sari, Santy Permata. “Strategi Meningkatkan Penjualan Di Era Digital”. *Scientific Journal Of Reflection*. Vol. 3 No. 3/ 2020.
- Social Media Marketing*. A Free And Essential Ebook From Seop. inc.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Manajemen (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi (Mixed Methods), Penelitian Tindakan (Action Research), Penelitian Evaluasi)*, Bandung: Alfabeta, 2014.
- Syafi’i, Ahmad. *Bisnis Dropshipping dan Reseller*. Jakarta: PT Alex Media Kouputindo, 2003.
- _____. *Step By Step Bisnis Dropshipping & Reseller*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2013.
- Tim Pusat Humas Kementrian Perdagangan RI. *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementrian Perdagangan RI*. Jakarta: Pusat Hubungan Masyarakat, 2014.
- Watung, Mega Putri. “Analisis Perbandingan Pendapatan Ojek Konvensional dan Ojek Online di Kota Manado”. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*. Volume 20. No 3/2020.
- Wayan Sukadana dkk. “Analisis Efisiensi Energi Listrik Dengan Menggunakan Sistem Kontrol Inncom Di The Laguna, A Luxury Collection Resort & Sp”. *Jurnal Ilmiah Telsinas*. Vol. 5 No. 2/ 2022.
- Zarella, Dan. *The Social Media Marketing Book*. Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta, 2010.

LAMPIRAN-LAMPIRAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-1118/In.28.1/J/TL.00/04/2023
Lampiran : -
Perihal : **SURAT BIMBINGAN SKRIPSI**

Kepada Yth.,
Selvia Nuriasari (Pembimbing 1)
(Pembimbing 2)
di-

Tempat
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Studi, mohon kiranya Bapak/Ibu bersedia untuk membimbing mahasiswa :

Nama	: MEIZTA WANTI
NPM	: 1804040064
Semester	: 10 (Sepuluh)
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan	: Ekonomi Syariah
Judul	: KEEFISIENAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN RESELLER DI DESA NAMPIREJO

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Dosen Pembimbing membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal s/d penulisan skripsi dengan ketentuan sebagai berikut :
 - a. Dosen Pembimbing 1 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV setelah diperiksa oleh pembimbing 2;
 - b. Dosen Pembimbing 2 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV sebelum diperiksa oleh pembimbing 1;
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 2 (semester) semester sejak ditetapkan pembimbing skripsi dengan Keputusan Dekan Fakultas;
3. Mahasiswa wajib menggunakan pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang telah ditetapkan dengan Keputusan Dekan Fakultas;

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 12 April 2023
Ketua Jurusan,



Yudhistira Ardana
NIP 198906022020121011



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: B-1276/In.28/D.1/TL.01/05/2023

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : **MEIZTA WANTI**
NPM : 1804040064
Semester : 10 (Sepuluh)
Jurusan : Ekonomi Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di DESA NAMPIREJO, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "KEEFISIENAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN RESELLER DI DESA NAMPIREJO".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 04 Mei 2023

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP 19861030 201801 2 001





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-1276/In.28/D.1/TL.00/05/2023
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
KEPALA DESA NAMPIREJO
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-1276/In.28/D.1/TL.01/05/2023, tanggal 04 Mei 2023 atas nama saudara:

Nama : **MEIZTA WANTI**
NPM : 1804040064
Semester : 10 (Sepuluh)
Jurusan : Ekonomi Syaria'h

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di DESA NAMPIREJO, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "KEEFISIENAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN RESELLER DI DESA NAMPIREJO".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 04 Mei 2023
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP 19861030 201801 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
M E T R O Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-222/In.28/S/U.1/OT.01/04/2023**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

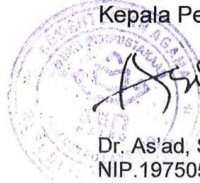
Nama : Meizta Wanti
NPM : 1804040064
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2022 / 2023 dengan nomor anggota 1804040064

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 03 Mei 2023
Kepala Perpustakaan



Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H., C.Me.
NIP.19750505 200112 1 002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Meizta Wanti
NPM : 1804040064
Jurusan : Ekonomi Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Keefisienan Penggunaan Media Sosial Terhadap Peningkatan Pendapatan Reseller Di Desa Nampirejo** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan **Score 20%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 16 Mei 2023
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Yudhistira Ardana, M.E.K.
NIP.198906022020121011



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
 Email : febi.iaain@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : **meizta wanti**

Fakultas/Jurusan : **FEBI/Ekonomi Syariah**

NPM : **1804040064**

Semester/TA : **IX/2023**

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Senin, 27 Maret 2023	Bimbingan revisi skripsi bab 45 Acc skripsi, segera ajukan sidang	

Dosen Pembimbing,


Selvia Nuriasari, M.E.I
 NIP. 198108282009123003

Mahasiswa Ybs,


Meizta Wanti
 NPM. 1804040064



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
 Email : febi.iain@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id


FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : meizta wanti

Fakultas/Jurusan : FEBI/Ekonomi Syariah

NPM : 1804040064

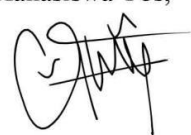
Semester/TA : IX/2023

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Senin, 20 Februari 2023	Bimbingan APD Outline Acc	

Dosen Pembimbing,


Selvia Nurhasari, M.E.I
 NIP. 198108282009123003

Mahasiswa Ybs,


Meizta Wanti
 NPM. 1804040064



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
 Email : febi.iain@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Kusnandi Setiawan **Fakultas/Jurusan : FEBI/Ekonomi Syariah**
NPM : 1804040057 **Semester/TA : VIII/2022**

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Jumat, 14 Oktober 2022	Bimbingan proposal revisi bab 1,2,dan 3 tentang judul Efektivitas penggunaan media sosial untuk meningkatkan pendapatan reseller di desa Nampirejo Acc proposal Ajukan sidang Selasa/rabu jam 10	

Dosen Pembimbing,


Selva Nuriasari, M.E.I
 NIP. 198108282009123003

Mahasiswa Ybs,



Meizta wanti
 NPM. 1804040064

FOTO DOKUMENTASI

Wawancara dengan Ibu Diah selaku *reseller* di Desa Nampirejo



Wawancara dengan Ibu Eti selaku *reseller* di Desa Nampirejo



Wawancara dengan Ibu Lia selaku *reseller* di Desa Nampirejo



Wawancara dengan Ibu Ning selaku *reseller* di Desa Nampirejo



Produk yang dijual oleh *reseller* di Desa Nmapirejo melalui media sosial

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Meizta Wanti dilahirkan di Kota Metro pada tanggal 29 Mei 2000, anak ketiga dari empat bersaudara pasangan Bapak Wibowo dengan Ibu Zaitun.

Pendidikan peneliti tempuh pada jenjang pendidikan dasar di SD Negeri 2 Nampirejo selesai pada tahun 2012. Lalu dilanjutkan pada pendidikan sekolah menengah pertama di SMP Negeri 2 Metro, selesai pada tahun 2015. Sedangkan pendidikan menengah atas peneliti tempuh di SMA Negeri 4 Metro, selesai pada tahun 2018. Selanjutnya peneliti melanjutkan pendidikan pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro dimulai pada Semester I Tahun Ajaran 2018/2019.