

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Konteks Penelitian**

Belanja online sudah menjadi fenomena di masyarakat Indonesia. Kombinasi layanan berbasis teknologi dan peningkatan jumlah toko online di media sosial menawarkan lebih banyak pilihan dan kenyamanan kepada konsumen. Peningkatan transaksi online terus berlanjut selama pandemi Covid 19, karena sebagian orang menghindari kontak dengan banyak orang. Hal tersebut membuat para pelaku usaha terus berlomba meningkatkan persaingan yang kompleks dan tajam dalam menghadapi pasar yang semakin terbuka dan kompetitif. Oleh karena itu, peran teknologi diperlukan untuk memperluas akses pasar melalui pemanfaatan teknologi informasi berbasis web yang dapat digunakan sebagai media pemasaran, salah satunya melalui *facebook*.

*Facebook* merupakan jaringan publik luas yang menghubungkan segala jenis pengguna di seluruh dunia dan salah satu media sosial yang memiliki fitur yang cukup banyak membantu penggunaannya. Adanya kemudahan dan beragam informasi diperoleh dari *facebook* seperti mengetahui orang-orang yang sedang *online*, adanya fasilitas *chatting*, informasi terbaru, lowongan pekerjaan, dan aplikasi penterjemah. Selain itu, pengguna *facebook* juga beragam mulai dari pelajar, ibu rumah tangga, pekerja serta beberapa tokoh-tokoh nasional. Hal tersebut meyakinkan para pelaku usaha memilih *facebook* menjadi pilihan yang pertama sebagai media pemasaran produk yang efektif dan efisien.

Keunggulan *facebook* yang lain, yaitu tempat bertemu dan berkomunikasi antara satu orang dengan orang lainnya. Hal tersebut menjadi wadah bagi penggiat usaha untuk menawarkan produknya, salah satunya adalah menawarkan ikan cupang. Maka, dari *facebook* inilah masyarakat mengenal ikan cupang dan memulai memelihara atau memulai bisnis ikan cupang terutama pada saat pandemi Covid-19. *Trend* memelihara ikan cupang meningkat tajam selama Pandemi Covid-19, banyak orang mempunyai hobi baru. Hal tersebut terjadi karena tidak banyak kegiatan yang dikerjakan di luar rumah.

Kegiatan memelihara ikan cupang bukan hanya sekedar hobi atau mengisi aktivitas di rumah, melainkan dapat menjadi usaha yang cukup menjanjikan. Ikan cupang menjadi primadona bagi para pengusaha pemula karena ikan cupang merupakan ikan hias yang mudah dipelihara, tidak memerlukan tempat yang luas dan modal yang besar, dan bisa digunakan sebagai usaha rumahan. Keistimewaan ikan cupang adalah mampu hidup dalam tempat atau lingkungan air yang minim dan minim oksigen, bisa dipelihara dalam botol kecil tanpa aerator, kemampuan ini didapat karena ikan cupang memiliki rongga labirin seperti pada paru-paru manusia, labirin tersebut dapat membuat ikan cupang bertahan hidup di lingkungan yang saturasi oksigennya rendah. Ikan cupang memiliki varietas yang banyak dan ikan ini termasuk ikan air tawar yang mempunyai beragam bentuk sirip serta warna yang sangat menarik sekaligus indah untuk di lihat. Berikut ini beberapa pembudidaya ikan cupang.

**Tabel 1.1****Perbandingan Mubin Kebon Cupang dengan Pembudidaya lainnya**

Kualifikasi	Mubin Kebon Cupang	Ai Betta	Istana Cupang Kediri
Luas Lahan	44x33 meter	12x15 meter	14x18 meter
Jumlah Kolam	29 kolam	6 kolam	10 kolam
Rata-rata produksi/bln	60.000 bibit cupang	9.000 bibit cupang	20.000 bibit cupang
Kelengkapan jenis ikan	19 jenis ikan cupang	13 jenis ikan cupang	16 jenis ikan cupang
Pemasaran	Memakai facebook	Memakai facebook	Memakai facebook

Sumber data : observasi pada 20 maret 2022

Berdasarkan observasi dari 3 tempat usaha ikan cupang mendapatkan hasil seperti tabel diatas. Berdasarkan tabel diatas ketiga pengusaha ikan cupang sama-sama menggunakan media facebook untuk sarana pemasarannya. Tetapi, Mubin Kebon Cupang lebih unggul dari segi banyaknya kolam, jenis ikan dan produksi bibit diantara lainnya.

Dibawah ini tabel hasil penjualan ikan cupang dari Mubin ebon Cupang, Ai Betta, dan Istana Cupang, Sebagai berikut.

**Tabel 1.2****Hasil Penjualan Mubin Kebon Cupang Desa Wonosari**

No.	Bulan	Laba 2018 sebelum memakai facebook	Laba 2019 sesudah memakai facebook	Laba 2020 sesudah memakai facebook
1.	Januari	Rp. 2.150.000	Rp. 5.300.000	Rp. 10.700.000
2.	Februari	Rp. 2.450.000	Rp.6.700.000	Rp. 10.400.000
3.	Maret	Rp. 2.700.000	Rp. 6.400.000	Rp. 10.100.000
4.	April	Rp. 3 .200.000	Rp. 6.300.000	Rp. 10.100.000
5.	Mei	Rp. 2.600.000	Rp. 8.600.000	Rp. 10.400.000
6.	Juni	Rp. 2.300.000	Rp. 6.600.000	Rp. 19.700.000

7.	Juli	Rp. 2.300.000	Rp. 5.900.000	Rp. 12.000.000
8.	Agustus	Rp. 2.700.000	Rp. 6.800.000	Rp. 11.700.000
9.	September	Rp. 4 900.000	Rp. 9.700.000	Rp. 17.300.000
10.	Oktober	Rp. 5 200.000	Rp. 10.400.000	Rp. 24 200.000
11.	November	Rp. 5.100.000	Rp. 9.100.000	Rp. 17.600.000
12.	Desember	Rp. 5.200.000	Rp. 9.200.000	Rp. 20.300.000

Sumber : Wawancara dan observasi

**Tabel 1.3**

**Hasil Penjualan Ai Betta**

No.	Bulan	Laba 2019 memakai <i>facebook</i>	Laba 2020 memakai <i>facebook</i>
1.	Januari	Rp. 1.200.000	Rp. 3.500.000
2.	Februari	Rp.1.700.000	Rp. 4.700.000
3.	Maret	Rp. 1.400.000	Rp. 3.100.000
4.	April	Rp. 2.300.000	Rp. 3.600.000
5.	Mei	Rp. 2.600.000	Rp. 4.800.000
6.	Juni	Rp. 1.700.000	Rp. 4.700.000
7.	Juli	Rp. 3.600.000	Rp. 5.000.000
8.	Agustus	Rp. 1.200.000	Rp. 4.500.000
9.	September	Rp. 2.400.000	Rp. 4.300.000
10.	Oktober	Rp. 1.400.000	Rp. 3.200.000
11.	November	Rp. 2.200.000	Rp. 4.600.000
12.	Desember	Rp. 3.200.000	Rp. 6.300.000

Sumber : Wawancara dan observasi

**Tabel 1.4**

**Hasil Penjualan Istana Cupang Kediri**

No.	Bulan	Laba 2019 memakai <i>facebook</i>	Laba 2020 memakai <i>facebook</i>
1.	Januari	Rp. 3.200.000	Rp. 5.400.000
2.	Februari	Rp. 4.500.000	Rp. 6.200.000
3.	Maret	Rp. 3.600.000	Rp. 6.500.000
4.	April	Rp. 3.300.000	Rp. 5.700.000
5.	Mei	Rp. 4.600.000	Rp. 7.800.000
6.	Juni	Rp. 3.600.000	Rp. 7.100.000
7.	Juli	Rp. 5.200.000	Rp. 9.400.000
8.	Agustus	Rp. 4.900.000	Rp. 8.100.000
9.	September	Rp. 3.700.000	Rp. 6.500.000

10.	Oktober	Rp. 4.400.000	Rp. 5 400.000
11.	November	Rp. 3.100.000	Rp. 6.600.000
12.	Desember	Rp. 6.400.000	Rp. 9.900.000

Sumber : Wawancara dan observasi

Berdasarkan beberapa tabel laba penjualan ketiga pengusaha ikan cupang membuktikan bahwa fitur-fitur yang ada di *facebook* sangat berperan sebagai sarana pemasaran dalam meningkatkan penjualan ikan cupang. Fitur-fitur yang digunakan diantaranya : Pertama, Fitur *marketplace* diantaranya memiliki fungsi, yaitu memposting barang-barang yang akan diperjualbelikan dan mempertemukan berbagai komunitas penjual maupun pecinta ikan cupang di berbagai daerah seluruh Indonesia. Kedua, Facebook grup digunakan untuk bergabung dalam komunitas tersebut mempermudah dalam memosting status penjualan ikan cupang, sehingga semakin banyak bergabung dengan komunitas dan memosting status tentang ikan cupang maka semakin besar orang yang melihat status tersebut sehingga dapat meningkatkan hasil penjualan ikan cupang. Selain itu, memosting ikan cupang harus mengetahui waktu dan kondisi ketika orang-orang santai dalam bermain media sosial. Pada saat santai tersebut, kesempatan untuk sering memosting ikan cupang untuk menarik minat pembeli.

Berdasarkan ketiga pengusaha ikan cupang di antaranya Mubin Kebon Cupang, Ai Betta, dan Istana Cupang Kediri penulis memilih Mubin Kebon Cupang diarenakan dari segi spesifikasi lebih unggul dari pada yang lain. Sehingga lebih layak untuk dijadikan objek penelitian.

Berdasarkan konteks penelitian diatas, untuk itu penulis melakukan penelitian yang berjudul “PERAN MEDIA SOSIAL *FACEBOOK* SEBAGAI SARANA PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN IKAN

CUPANG (Studi Kasus di Mubin Kebon Cupang Desa Wonosari Kecamatan Pagu Kabupaten Kediri)''.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan konteks penelitian diatas untuk itu penulis memberikan rumusan masalah sebagai berikut.

1. Apa faktor pendorong pengusaha Mubin Kebon Cupang menggunakan media sosial *facebook* sebagai sarana pemasaran?
2. Bagaimana peran media social *facebook* sebagai sarana pemasaran dalam meningkatkan penjualan ikan cupang?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menjelaskan faktor pendorong pengusaha Mubin Kebon Cupang menggunakan *facebook* sebagai sarana pemasaran.
2. Untuk menjelaskan peran media sosial *facebook* sebagai sarana pemasaran alam meningkatkan penjualan ikan cupang.

## **D. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut.

### 1. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya serta dapat dimanfaatkan oleh kalangan akademisi sebagai referensi atau pengembangan ilmu dalam bidang peran dan faktor pendorong penggunaan media sosial *facebook* sebagai sarana pemasaran dalam meningkatkan penjualan ikan cupang.

## 2. Bagi Organisasi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan bagi pihak - pihak yang berkepentingan dalam dunia kerja dan juga dapat menganalisis peran dan faktor pendorong penggunaan media sosial *facebook* sebagai sarana pemasaran dalam meningkatkan penjualan ikan cupang.

## 3. Bagi Pembaca atau Pihak Lainnya (Masyarakat)

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai acuan dan bahan kajian pustaka untuk pihak lain (masyarakat) untuk meneliti di masa mendatang baik tentang peran dan faktor pendorong penggunaan media sosial *facebook* sebagai sarana pemasaran dalam meningkatkan penjualan ikan cupang.

## **E. Telaah Pustaka**

1. Penelitian yang dilakukan oleh Nayla Alfi Saadhah IAIN KEDIRI yang berjudul “Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Facebook Terhadap Akhlak Siswa di MTs PSM Sugihwaras Kecamatan Loceret Kabupaten Nganjuk”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan populasi berjumlah 187 siswa, sedangkan jumlah sampel sebanyak 127 siswa. Pengambilan sampel ditentukan dengan teknik simple random sampling yang menggunakan rumus slovin dengan tingkat signikansi 5%. Instrumen penelitian yang digunakan adalah wawancara, angket, dan dokumentasi. Sedangkan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah anilisis regresi sederhana. Hasil

penelitian ini menunjukkan (1) nilai intensitas penguunaan media sosial di MTs PSM Sugihwaras dalam kategori tinggi, (2) akhlak siswa MTs PSM Sugihwaras dalam kategori tinggi, (3) dan pengaruh intensitas penggunaan media sosial facebook terhadap akhlak siswa memiliki nilai Fhitung sebesar 18,860 dengan signifikansi  $0,000 < \alpha 0,05$ , maka dapat dikatan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Besarnya pengaruh dari kedua variabel dapat dilihat dari hasil pengujian regresi yang menunjukkan nilai R sebesar 0,362 sedangkan R Squer sebesar 0,131, jadi dapat diketahui pengaruh variabel X terhadap Variabel Y sebesar 13,1% dan 86,9% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.<sup>1</sup> Persamaaan dengan penelitian diatas, yaitu menggunakan media sosial yang sama, yaitu *facebook* sebagai subjeknya sedangkan perbedaannya objek yang diteliti, penelitian diatas memakai objek siswa-siswi MTs PSM Sugihwaras Kecamatan Loceret Kabupaten Nganjuk sedangkan penulis memakai objek ikan cupang.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Putri Yulita IAIN KEDIRI yang berjudul “Praktik Jual Beli Handphone Bekas Di Sosial Media Facebook Perspektif Etikabisnis Islam (Studi Kasus Pada Group Jual Beli Hp Blitar)”. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif deskriptif yang berusaha untuk mengetahui peran / kontribusi nilai pendidikan agama terhadap perilaku sosial siswa. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan wawancara dan observasi dalam melakukan penggalian

---

<sup>1</sup> Nayla Alfi Saadhah, “Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Facebook Terhadap Akhlak Siswa di MTs PSM Sugihwaras Kecamatan Loceret Kabupaten Nganjuk”, ( IAIN EDIRI, 2021 ).



data. Sedangkan untuk analisis data peneliti menggunakan 3 cara yakni data reduction, data display dan conclusion drawing/verification. Untuk pengecekan keabsahan data peeliti menggunakan 3 cari yakni memperjang keikutsertaan, mengamati dengan tekun dan melakukan triangulasi sumber, metode dan waktu. Hasil penelitian ini adalah (1). Praktik Jual beli anggota group jual beli hp Blitar dilakukan dengan cara online, dan offline namun ada juga penjual yang menerapkan keduanya. Proses penawaran dilakukan di media sosial facebook dilanjutkan dengan pembayaran lewat transfer atau COD (Cash On Delivery) atau dikirim melalui ekspedisi pengiriman. Ekspedisi pengiriman ini biasanya menggunakan JNT atau JNE. Transaksi yang terjadi sah menurut hukum islam. (1). Praktik jual beli hp bekas di group jual beli hp Blitar banyak yang tidak sesuai dengan etika bisnis islam diantaranya melakukan tindakan penipuan, tidak mengahdiri jani ketemu, menjual barang tidak susai dengan keterangan. Hal ini tentu berseberangan dengan prinsip etika bisnis islam terutama prinsip keseimbangan, tanggung jawab dan kehendak bebas.<sup>2</sup> Persamaan dengan penelitian di atas terletak pada sama sama memakai *facebook* sebagai subjeknya. Perbedaannya pada objek penelitian, penelitian di atas memakai objek handphone sedangkan penulis memakai objek ikan cupang.

3. Penelitian yang dilakukan Ranti Mustika Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi yang berjudul "*Facebook* Sebagai Media

---

<sup>2</sup> Putri Yulita, "Praktik Jual Beli Handphone Bekas Di Sosial Media Facebook Perspektif Etikabisnis Islam (Studi Kasus Pada Group Jual Beli Hp Blitar)", ( IAIN KEDIRI, 2021 ).

Promosi” (Studi Kasus Kualitatif Jejaring Sosial *Facebook* Sebagai Media Promosi Pada Manchester Language Center). Dalam penelitian ini, penulis ingin memahami peran *Facebook* dalam memfasilitasi layanan pembelajaran bahasa Inggris pada kursus bahasa Inggris di Manchester Language Center (MLC). Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif studi lapangan dengan menggambarkan strategi MLC menggunakan *Facebook* untuk mempromosikan dan meningkatkan penjualan layanan mereka. Oleh karena itu, penulis menemukan bahwa penggunaan *Facebook* sebagai media promosi MLC dapat menyampaikan informasi kepada calon pelanggan dan meningkatkan penjualan layanan MLC.<sup>3</sup> Persamaan yang diteliti sama-sama menggunakan media sosial *facebook* sebagai media pemasaran sedangkan perbedaannya di objek yang diteliti, penelitian diatas menggunakan objek bimbingan belajar sedangkan penulis menggunakan ikan cupang.

4. Penelitian yang dilakukan Syaharullah Universitas Muhammadiyah Makassar yang berjudul “Penggunaan *Facebook* Dalam Promosi Produk Barang Jadi” (Studi pada Desa Padangloang Kecamatan Dua Pitue Kabupaten Sidenreng Rappang). Tujuan penelitian ini untuk mengetahui *facebook* sebagai media promosi produk barang jadi dan untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat *facebook* dalam promosi produk barang jadi di Desa Padangloang Kecamatan Dua Pitue

---

<sup>3</sup>Mustika Ranti, ‘Facebook Sebagai Media Promosi (Studi Kasus Kualitatif Jejaring Sosial Facebook Sebagai Media Promosi Pada Manchester Language Center) SKRIPSI’ (Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin, 2019).

Kabupaten Sidenreng Rappang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Penggunaan *facebook* sebagai promosi penjualan produk barang jadi sangat mempermudah penjual. Komunikasi dan promosi yang baik sangat membantu dalam peningkatan jumlah penjualan. Promosi penjualan terdiri dari semua kegiatan pemasaran yang mencoba merangsang terjadinya aksi pembelian suatu produk yang cepat atau terjadinya pembelian dalam waktu yang singkat. Faktor pendukung *Facebook* sebagai jembatan untuk melalui bisnis bagi pemula. Tidak perlu modal yang besar untuk memulai bisnis dalam media sosial dan *facebook* juga dapat membantu konsumen menjangkau produk yang ditawarkan walaupun berada di tempat yang berbeda. Faktor penghambat *Facebook* berpotensi merugikan jika barang yang sudah dipesan kadang tidak jadi dibeli oleh konsumen dengan berbagai alasan. Hal itu tentu menjadi sebuah kerugian apalagi jika barang yang dibatalkan pesannya telah dikemas dan siap dikirim.<sup>4</sup> Persamaan yang diteliti sama-sama menggunakan media sosial *facebook* sebagai media pemasaran sedangkan perbedaannya di objek yang diteliti, penelitian diatas menggunakan produk barang jadi sedangkan penulis menggunakan ikan cupang.

5. Penelitian yang dilakukan Muhamad Yusuf Universitas Sriwijaya yang berjudul “Maskulinasi Ikan Cupang Menggunakan Air Kelapa Melalui Perendaman Embrio”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui nisbah

---

<sup>4</sup>Syahrullah, “Penggunaan Facebook Dalam Promosi Produk Barang Jadi”, (Universitas Muhammadiyah Makassar, 2021)

kelamin ikan jantan yang dihasilkan dari perendaman embrio ikan cupang dengan air kelapa. Desain penelitian menggunakan metode Rancangan Acak Lengkap (RAL) dengan tiga perlakuan dan tiga ulangan yaitu konsentrasi air kelapa 0%, 10% dan 20%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persentase ikan cupang jantan terbaik di dapat pada konsentrasi 10 % dengan persentase yaitu 91,06 %. Persentase penetasan tertinggi didapat pada konsentrasi 0 % dengan persentase 90%. Persentase tingkat kelangsungan hidup ikan cupang tertinggi didapat pada konsentrasi 20 % yaitu 89%. Perendaman embrio dengan air kelapa dapat mempengaruhi persentase daya tetas telur. Pada konsentrasi >10 % tidak memberikan hasil yang baik untuk persentase penetasan telur ikan cupang. Kisaran kualitas air selama pemeliharaan yaitu suhu 27,3-28 0C, pH 5,9-6,3 dan DO 4,2-5 mg.L-1. Persamaan yang diteliti sama-sama menggunakan objek ikan cupang sebagai bahan penelitian sedangkan perbedaannya pada penelitian ini objek ikan cupang untuk mengetahui persentase jantan sedangkan penelitian penulis untuk diperjual belikan.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup>Muhamad Yusuf, “Maskulinasi Ikan Cupang Menggunakan Air Kelapa Melalui Perendaman Embrio”, (Universitas Sriwijaya, 2019).