

BAB IV

HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini penulis membahas tentang deskripsi lokasi penelitian, penyajian data penelitian dan deskripsi para informan yang menjadi fokus penelitian. Bab IV secara mendasar merupakan intisari dari keseluruhan proses yang penulis jalani bersama para informan, yaitu pengguna *Facebook* khususnya *group* jual beli barang bekas (BABE) Kota Kupang.

4.1. Deskripsi Objek Penelitian

Penelitian yang dilakukan penulis berlangsung di Group Jual Beli Barang Bekas kota Kupang/ BABE Kupang pada media sosial Facebook (link: <https://facebook.com/groups/898053380291703/>).

4.1.1. Profil Group BABE Kota Kupang

Group BABE Kota Kupang merupakan salah satu grup jual beli barang bekas yang terdapat dalam media *facebook marketplace*. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan penulis pada media *facebook marketplace* grup BABE Kota Kupang, grup tersebut dibentuk pada tanggal 6 Januari 2016 oleh Dimas Gazebo (nama akun pembuat) yang merupakan admin *group* dengan jumlah anggotanya 329.913 orang. Adapun tujuan dari pembentukan grup ini yakni untuk mempermudah proses jual beli barang baru maupun bekas yang dilakukan oleh masyarakat Kota Kupang.

Group ini bersifat pribadi (privat) dalam artianya hanya anggota yang bisa melihat siapa saja anggota yang tergabung di dalam grup tersebut dan apa saja yang diposting. Namun, grup ini bisa ditemukan oleh siapa saja yang menggunakan media

facebook. Mereka yang sudah tergabung di dalam grup ini dan menjadi anggota di dalamnya dapat dikatakan pula sebagai admin, hal ini dikarenakan anggota grup BABE Kota Kupang dapat menyetujui permintaan bergabung dari akun mana saja.

Melalui Grup BABE Kota Kupang para penjual berusaha mengembangkan bisnis dan meningkatkan volume penjualan. Namun seiring berjalanya waktu proses jual beli dalam grup tersebut tidak selalu berjalan mulus. Hal tersebut dikarenakan adanya ketidakpuasan konsumen terhadap barang yang dibeli, dimana ada ketidaksesuaian antara gambar yang diposting dengan barang asli yang diterima pembeli.

4.1.2. Telaah Informan

Dari kedua jenis Informan anggota *Group* BABE yang diteliti oleh Penulis dalam Penelitian ini, profil secara garis besar dapat terlihat sebagai berikut:

1. Pemilik Toko Offline

Merupakan 4 (empat) orang informan yang memiliki toko penjualan secara *offline* dan memanfaatkan *Group* BABE Kota Kupang sebagai media promosi barang secara *online*, yaitu :

a. Dika Setiawan (Pemilik Toko Mr. Simple Collection)

Toko Mr. Simple Collection telah dibuka sejak tahun 2014, dan menurut pengakuan informan Dika, ia mulai bergabung dan menggunakan fitur pemasaran di *Group* BABE Kota Kupang sejak bulan April 2020. Adapun produk – produk yang ditawarkan oleh Toko Mr. Simple Collection adalah aneka konveksi berupa pakaian jadi anak – anak maupun dewasa

b. Yulia Bella (Bagian Marketing Hypermart LIPPO Kupang)

Hypermart Lippo Kupang sebagai salah satu minimarket besar di Kota Kupang, menyediakan hampir segala jenis kebutuhan masyarakat baik itu pangan maupun sandang. Dibangun sejak tahun 2018, menurut informan Yulia, pihak manajemen Hypermart Kupang mulai menjadi anggota dan aktif melakukan promosi online di Group BABE sejak awal tahun 2020. Hal ini menyikapi situasi dan kondisi persaingan pasar di tengah pandemi COVID 19, serta tuntutan konsumen Hypermart yang menginginkan kemudahan berbelanja yang dapat dilakukan dimana dan kapan saja.

c. Irwan Abjena (Pegawai “Gerai Accessories Handphone” TDM)

Gerai Acc Handphone menyediakan segala jenis accessories berbagai merk handphone, mulai dari baterai, charger, hingga kelengkapan lainnya. Menurut informan Irwan, Gerai ini telah bergabung menjadi anggota Group BABE Kota Kupang sejak tahun 2017, namun kegiatan aktif melakukan promosi penjualan harian di Group baru dilakukan sejak bulan Februari 2020.

d. Ina (Pegawai Toko Ada Sejahtera)

Toko Ada Sejahtera yang beralamat di Kelurahan Oebobo menyediakan produk bahan Pangan berupa sembako, aneka kue basah maupun kering untuk hari raya, serta kebutuhan rumah tangga lainnya. Toko Ada Sejahtera mulai berusaha sejak tahun 2017, dan aktif menggunakan promosi penjualan secara online menggunakan

Group BABE Kota Kupang sejak tahun 2019.

2. Broker/ Makelar

Merupakan 4 (empat) orang informan yang melakukan tindakan beli dan jual barang yang bersikulasi dalam *Group* BABE Kota Kupang dengan tujuan mencari keuntungan, yaitu :

a. Randy Boru.

Informan Randy bergabung menjadi anggota *Group* BABE sejak tahun 2019. Sebagai makelar/broker, Randy memanfaatkan *Group* ini untuk menghasilkan pendapatan ekstra dari setiap penjualannya. Adapun produk yang menjadi fokus informan Randy adalah kendaraan bermotor khususnya roda dua. Ia selalu memantau setiap postingan yang ada di *Group*, mencari postingan dari pemilik kendaraan bermotor yang ingin menjual, bernegosiasi, kemudian membeli barang dimaksud untuk kemudian diposting kembali di *Group* dengan harga diatas postingan sebelumnya.

Insting pasar yang dimiliki oleh informan Randy sangat bagus, hal ini ditambah keahliannya di bidang kendaraan bermotor terutama roda dua, sehingga sangat memudahkan dalam menentukan harga jual yang maksimal sesuai dengan kondisi barang. Sepanjang tahun 2020, informan Randy telah berhasil menjual kembali 10 unit kendaraan bermotor, dan dianggap sangat menguntungkan dengan menggunakan *Group* BABE sebagai media promosi.

b. Ary

Informan Ary adalah salah satu Broker/Makelar terlama di Group BABE Kota Kupang. Ia bergabung sejak tahun 2016, dan memutuskan menjadi broker barang – barang yang diposting di Group BABE untuk mencari keuntungan. Menurut pengakuannya, sebelum menggunakan media online sebagai sarana promosi, jumlah penjualan tahunan hanya berkisar 20 unit saja, namun sejak bergabung dan aktif melakukan postingan promosi, jumlah penjualan meningkat hingga maksimal 63 unit perbulan.

c. Aba Dhen

Aba Dhen adalah salah satu broker/makelar di Group BABE Kota Kupang yang berfokus pada promosi dan penjualan kendaraan roda empat. Karena telah terbiasa dengan kegiatan broker/makelar secara offline, informan Aba cukup bagus menerapkan strategi promosi di Group BABE sejak bergabung di tahun 2018, dia tak hanya berfokus pada postingan yang beredar harian di Group, namun juga menggunakan relasi teman/saudara untuk mencari obyek promosi di luar untuk kemudian dilakukan postingan promosi. Omzet penjualan tahunan adalah 30 unit, sedangkan di tahun 2020, karena pandemic, maka hanya terjual 17 unit saja

d. Rendy Fernandez

Informan Rendy bergabung dengan Group BABE Kota Kupang,

dan kegiatan broker yang dilakukan di Group berfokus pada handphone segala merk. Bermodalkan pengetahuan tentang spesifikasi serta kelebihan maupun kekurangan setiap merk handphone, informan Rendy sehari – hari melakukan pemantauan tetap terhadap postingan penjualan di Group BABE, bernegosiasi untuk membeli handphone yang diincar, kemudian dalam 2 atau 3 hari kemudian melakukan postingan penjualan barang yang sama dengan harga yang ditetapkan oleh informan Rendy sendiri.

Menurut pengakuannya, sebelum menggunakan Group BABE sebagai media promosi secara online, jumlah handphone yang terjual bulannya hanya sebanyak 4 – 6 unit saja, namun sejak bergabung dengan Group di tahun 2018 lalu, omzet penjualan bulanan mencapai maksimal 20 unit.

4.2. Pemanfaatan Group BABE Kupang Sebagai Media Bisnis Online Untuk Meningkatkan Volume Penjualan

Untuk mengetahui peningkatan volume penjualan masyarakat di grup BABE Kota Kupang dapat diperoleh melalui hasil wawancara dan dokumentasi.

4.2.1. Hasil Wawancara

Hasil penelitian ini diperoleh melalui teknik pengumpulan data dengan wawancara dan observasi. Teknik tersebut dilakukan untuk memperoleh data yang alamiah, struktur wawancara yang penulis rancang bukan merupakan pedoman yang baku, jadi apabila jawaban yang diberikan informan kurang jelas maka

penulis mengajukan pertanyaan lain agar jawaban yang diberikan bisa lebih jauh saat saat mereka menjabarkan, maka penulis dapat menganalisa bentuk dan cara pemanfaatan *facebook* khususnya *group* BABE Kota Kupang untuk meningkatkan volume penjualan.

1. Pemanfaatan Media Sosial *Facebook* Sebagai Sarana Bisnis Online

Media sosial *facebook* merupakan salah satu media sosial yang paling banyak digemari oleh berbagai kalangan hingga saat ini. Kini *Facebok* tidak hanya digunakan sebagai alat atau untuk mengekspresikan diri akan tetap *facebook* juga dipakai sebagai sarana bisnis *online* hal tersebut karena banyaknya kemudahan yang diperoleh dari *facebook* melalui fitur-fitur yang tersedia terutama fitur *group*, salah satunya yaitu BABE Kota Kupang yang menjadi objek kajian penulis.

Berdasarkan hasil wawancara bersama salah satu informan, yakni Dika Setiawan (Pemilik Toko *Mr.Simple Collection*), mengatakan bahwa penggunaan serta pemanfaatan *facebook* yang sangat mudah serta cara penjualannya yang gampang. Hal tersebut membuat ia memilih berjualan dengan memanfaatkan grup BABE Kota Kupang.

“yah... karena banyak penggunanya , terus mulai dari anak-anak, remaja maupun orang tua. Apalagi banyak orang saat ini berjualan online menggunakan fb, contohnya di grup BABE Kupang. Nah di situ kan banyak penjual yang posting barang jualan baik yang bekas maupun yang masih baru. Jadi cara jualanya lebih gampang, tinggal posting dan tunggu tanggapan dari pembeli sambil menunggu pembeli yang datang langsung di toko” (wawancara pada tanggal 10 Januari 2021).

Hal yang hampir sama pula yang disampaikan oleh Yulia Bella (Bagian Marketing Hypermart LIPPO Kupang) mengatakan bahwa selain

mudah memposting barang jualan di grup BABE, memposting jualan di grup tidak membutuhkan biaya (gratis / tidak dipungut biaya).

“Karena menurut saya cakupan masyarakat di dalam group BABE itu kan banyak tidak ada batasan sehingga kita lebih leluasa menjajakan barang jualan kita. Apalagi kan posting di grup BABE itu kan mudah dan gratis tidak dipungut biaya sama sekali cukup mengandalkan teknik marketing saja” (wawancara pada tanggal 13 Januari 2021).

Irwan Abjena (Pegawai “Gerai Accessories Handphone” TDM) memberikan tanggapan yang hampir serupa dengan kedua informan di atas yaitu, selain cara promosi yang mudah, hemat serta irit biaya, postingan jualan juga cepat diketahui oleh para pembeli tanpa harus berkunjung langsung ke toko.

“Karena menurut beta cara promosinya lebih mudah dan cepat diketahui oleh para pembeli tanpa harus berkunjung langsung ke toko dan dari sisi biayanya juga lebih hemat atau irit. Selain itu katong lihat sendiri to, kalau pengguna group BABE itu rata-rata masyarakat kota Kupang, ada dari luar ju. Nah katong bayangkan sah masyarakat kota Kupang terkumpul dalam satu group dan lihat katong pu jualan pasti ada yang tertarik ju untuk beli” (wawancara pada 20 Januari 2021).

Randy Boru (Broker/ Makelar) juga memberikan tanggapan yang serupa berkaitan dengan biaya postingan di grup BABE yaitu, melakukan penjualan di grup BABE Kota Kupang tanpa dipungut biaya.

“ Menurut beta Cuma di fb sah yang ada fitur seperti group BABE ini, contohnya katong jualan barang tapi katong sonde dipungut biaya, apa le kalau katong mau bergabung di ini group tinggal bergabung sah dan tunggu admin group terima. Kemudian katong kalau mau posting, tinggal posting orang memberikan komentar, tukar nomor, nah ada negosiasi su. Jadi semua lebih muda bagi katong untuk jualan” (wawancara pada tanggal 23 Januari 2021)

Berdasarkan pengakuan dari informan Ary (Broker/ Makelar) saat diwawancarai, ia juga mengakui berjualan di grup BABE Kota Kupang memberikan kemudahan, mulai dari membangun relasi, mengekspresikan diri serta mencari penghasilan dengan mudah.

“yah..seperti yang kita ketahui bahwa facebook itu kan banyak memberikan kemudahan bagi kita, baik itu membangun relasi, mengekspresikan diri dan juga mencari penghasilan dengan mudah. Saya memilih facebook terutama group BABE sebagai sarana bisnis itu karena proses penjualannya gampang dan yang menggunakan fb dari berbagai kalangan sehingga postingan kita akan muncul di beranda mereka. Nah dengan sering-sering posting itu bisa menarik minat mereka hingga terjadinya proses jual beli” (wawancara pada tanggal 5 Januari 2021).

Ungkapan yang hampir sama dari beberapa informan di atas yang diutarakan oleh salah seorang informan Aba Dhen (Broker/Makelar), yaitu dengan menggunakan grup BABE sangat membantu serta mempermudah penjualan sehingga menjadi lebih baik.

“Menurut be menggunakan BABE lebih membantu dan penjualan lebih baik dan dari tahun 2020 sampai 2021 be laku. Ada sekitar 30 unit yang terjual kak” (wawancara pada tanggal 10 Januari).

Disisi lain pandangan tentang penggunaan *facebook* terutama pada fitur group BABE Kupang dinilai dapat menguntungkan dari segi penjualan barang serta meningkatkan penjualan. Hal tersebut disampaikan oleh salah seorang informan yaitu Ina (Pegawai Toko Ada Sejahtera)

“kenapa beta pilih group BABE yang ada di facebook karena berdasarkan

permintaan dari bos bagaimana katong pu cara menaikkan atau meningkatkan penjualan di katong pu toko. Akhirnya katong sepakat untuk jualan offline dan online di fb. Ternyata jualan online di group BABE juga menguntungkan”(wawancara pada tanggal 17 Januari 2021).

Selain itu, Rendy Fernandez (Broker/Makelar) juga memiliki pendapat yang sama seperti Ina, yaitu berjualan dan menawarkan barang digrup BABE ada keuntungannya.

“Karena dari pengalaman beta sendiri, awalnya beta coba-coba jual barang bekas di BABE itupun ikut saran teman, dan ternyata jualan di group BABE ada untungnya juga. Jadi setelah itu beta memutuskan untuk tidak hanya menawarkan barang bekas di orang-orang sekitar beta sah, tapi juga orang-orang di group BABE yang beta sonde kenal terus ternyata tertarik dengan postingan beta pu barang” (wawancara pada tanggal 24 Januari 2021).

2. Penggunaan Strategi Komunikasi Pemasaran

Dalam Melakukan bisnis online melalui media sosial *facebook*, tentunya pengguna dalam hal ini adalah penjual mesti memahami bentuk-bentuk atau cara memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia. Dengan memanfaatkan atau menggunakan group BABE pada *facebook* untuk menjajakan barang jualan tidak hanya melakukan posting jualan saja. Dika Setyawan (Pemilik toko *Mr. Simple Collection*) salah satu informan mengakui, bahwa bentuk dan cara yang digunakan dalam mempromosikan jualannya ialah dengan memposting gambar beserta *caption* atau keterangan, menandai orang yang dikenal serta membagikan postingan ke *Grup* BABE lainnya.

“Kalau soal bentuk dan cara yang saya gunakan itu, pertama posting gambar jualan dengan memberikan keterangan atau *caption* yang jelas di beranda profil pelapak dengan menandai teman-teman yang saya kenal. Kemudian saya bagikan dibeberapa group BABE Kota Kupang. kemudian menunggu

tanggapan pembeli, setelah mendapatkan tanggapan pastinya ada proses tawar menawar dengan pembeli diinboks. Oh iya kita juga *update* barang baru yang masuk” (wawancara pada tanggal 10 Januari 2021).

Hal yang serupa disampaikan oleh Yulia Bella (Bagian Marketing Hypermart LIPPO Kupang) yaitu selain melakukan postingan, mereka juga membagikan postingan ke beranda pelapak serta menandai dan membagikan postingan tersebut ke beberapa *group* BABE Kupang.

” Bentuk dan cara yang digunakan yah banyak pastinya, tapi yang lebih sering diadakan itu salah satunya melakukan promo special berupa diskon di waktu-waktu tertentu. Kadang kita selain posting kita juga bagikan ke beranda pelapak serta menandai dan membagikan postingan tersebut ke beberapa *group* BABE Kupang” (wawancara pada tanggal 13 Januari 2021).

Ary (Broker/Makelar) ketika diwawancarai mengatakan hal yang hampir persis pula sesuai dengan dua informan di atas, selain dengan melakukan postingan gambar, membagikan postingan, ia juga melakukan postingan ulang jika barang yang ia dagangkan belum terjual.

“Untuk cara dan bentuk yang beta gunakan saat mempromosikan barang jualan di *group* BABE kupang itu dengan cara pertama posting gambar dan caption yang menarik, membagikan postingan di setiap *group* yang beta su gabung, aktif membalas setiap komentar dari pembeli. Terus beta juga kalau ada barang yang belum laku beta lakukan posting ulang” (wawancara pada tanggal 5 Januari 2021).

Randy Boru (Broker/Makelar) juga menyampaikan bahwa ia juga melakukan posting dengan menyertakan keterangannya, kadang ia juga melakukan postingan video jika ia malas untuk menulis keterangan. Selain itu,

ia juga menandai postingannya ke grup-grup lain serta akun teman-temannya.

“ Kalau jualan *online* di media sosial rata-rata lakukan posting terus ada keterangan yang jelaskan kalau barang ada. Pernah ju beta dapat barang dengan dia pu harga jual murah disitu pasti beta akan lakukan negosiasi kalau beta dapat harganya lebih murah dari itu karmana. Kadang ju kalau beta malas posting gambar deng dia pu keterangan, beta buat video terus minta teman atau siapa yang bisa bantu beta dengan bahasa yang bagus supaya dong yang lihat tertarik untuk komentar dan chat ke beta tanya itu barang. Ada ju beta tuh suka tandai ke grup-grup lain dan ke akun beta pu teman. ” (wawancara pada tanggal 23 Januari 2021).

Berdasarkan penjelasan yang diterangkan oleh informan bernama Aba Dhen (Broker/Makelar) bentuk dan cara yang ia lakukan untuk mempromosikan barang yang dijual yaitu dengan melakukan postingan gambar berulang-ulang serta *sharing* (membagikan) postingan agar mendapat banyak komentar.

“Pertama posting gambar ulang-ulang dengan memberikan keterangan yang menarik dan jelas selain itu kita harus memanfaatkan setiap *group* yang sudah kita gabung dengan cara *share* supaya mendapatkan banyak komentar atau supaya banyak orang yang bisa melihat postingan kita. Kalau saya caranya begitu saja kak” (wawancara pada tanggal 10 Januari 2021).

Hal senada diungkapkan oleh Rendy Fernandez (Broker/Makelar) saat ditanyai mengenai bentuk dan cara yang ia gunakan dalam mempromosikan jualannya di grup BABE Kota Kupang yaitu, dengan memposting gambar barang, kemudian melakukan *share*. Selain itu, ia juga menggunakan sistem buru postingan, dalam artiannya mencari orang yang menjual barang dengan harga yang murah dikarenakan membutuhkan uang.

“Kalau di *group* BABE Kupang, untuk beta sendiri bentuk dan cara yang dilakukan itu lebih sering posting gambar barang saja kak kemudian *share* di *group* BABE lainnya. Aa..katong pake sistim buru postingan ju kak. Katong cari penjual yang jual barang dengan harga murah, itupun beta rasa karena mereka lagi butuh uang” (wawancara pada tanggal 24 Januari 2021).

Sedangkan dua informan lainnya memberikan keterangan yang sedikit berbeda dengan keenam informan di atas yakni keduanya mengatakan bahwa selain melakukan postingan jualan mereka juga memanfaatkan fitur *live streaming* untuk memperkenalkan barang jualannya. Ina (Pegawai Toko Ada Sejahtera) mengatakan bahwa cara yang mereka gunakan untuk mempromosikan barang di *group* BABE yaitu melakukan postingan promo special berupa diskon diwaktu-waktu tertentu serta melakukan *live streaming*.

“Ada beberapa bentuk dan cara yang kita gunakan saat mempromosikan barang di fb atau di *group* BABE Kupang. Kita melakukan postingan promo special berupa diskon di waktu-waktu tertentu selain itu kita mengupdate jenis dan merek produk terbaru yang ada di toko kita dan teknik selanjutnya kita *live streaming*” (wawancara pada tanggal 17 Januari 2021)

Sama halnya dengan Irwan Abjena (Pegawai “Gerai Accessories Handphone” TDM) yang mengakui ia juga memanfaatkan fitur *live streaming* untuk melariskan barang jualannya.

“Selain beta posting-posting gambar di facebook *group* BABE katong ju lebih sering memanfaatkan fitur *live streaming* ketika ada barang baru yang masuk maupun untuk menghabiskan barang baru yang notabenenya stok lama” (wawancara pada tanggal 20 Januari 2021).

3. Peningkatan Volume Penjualan

Proses jual beli barang yang dilakukan secara *offline* dan *online* sering kali dikaitkan dengan adanya untung dan rugi, meningkatnya minat pembeli terhadap barang yang dibutuhkan ataupun yang diinginkan, hal ini juga tidak terlepas dari adanya peningkatan penjualan. Oleh karena itu sering kali adanya perbandingan peningkatan penjualan yang dirasakan, terlebih pada penjual barang.

Ketika kedelapan informan ditanyai mengenai perbandingan peningkatan volume penjualan sebelum menggunakan grup BABE Kota Kupang dan setelah digunakan, ternyata jawaban dari kedelapan informan ialah setelah menggunakan serta memanfaatkan grup BABE Kota Kupang terjadi peningkatan penjualan, hal ini menimbulkan adanya perbandingan peningkatan penjualan sebelum dan sesudah memanfaatkan grup BABE Kota Kupang.

Dika Setyawan (Pemilik toko *Mr. Simple Collection*) ketika ditanyai mengenai adanya perbandingan peningkatan penjualan sebelum dan sesudah memanfaatkan grup BABE Kota Kupang, ia mengatakan bahwa secara online penjualannya lebih tinggi.

“ Penjualan secara online lebih tinggi, untuk jumlah barang yakni pakaian terjual sangat banyak, sudah tidak terhitung hampir semua penjualan kita dari online. Sederhananya rata-rata lima item terjual setiap harinya. Saya jelaskan secara umum saja tahun 2015 ada 445 unit yang terjual itu kira-kira dihasilkan Rp. 10.125.000. Selanjutnya nanti saya kirim data yang umumnya saja ya kak” (wawancara pada tanggal 10 Januari 2021)

Yulia Bella (Bagian Marketing Hypermart LIPPO Kupang) juga mengakui terjadinya peningkatan penjualan dari tahun 2020 dan 2021 saat menggunakan grup BABE Kota Kupang.

“ secara keseluruhan terjadi peningkatan penjualan dari tahun 2020 dan 2021. Untuk detail pembukuan total unit yang terjual di tahun 2020 dan 2021, hanya bisa memberikan rata-rata penjualan karena untuk detail ini merupakan data perusahaan yang tidak bisa diberikan.” (wawancara pada tanggal 13 Januari 2021).

Hal yang sama diutarakan juga oleh Irwan Abjena (Pegawai “Gerai Accessories Handphone” TDM), yang mengatakan bahwa adanya perbandingan peningkatan pada tahun 2020dibulan Mei yaitu kisaran ratusan acc *handphone* terjual.

“ Iya kak ada perbandingan peningkatan tahun 2020 dibulan Mei kisaran ratusan acc hp terjual, dalam sehari 50 kadang 40. Tahun 2021 semakin meningkat.” (wawancara pada tanggal 20 Januari 2021).

Ina (Pegawai Toko Ada Sejahtera) mengakui adanya perbandingan penjualan menggunakan grup BABE dikarenakan postingan yang dimuat bukn hanya mendapatkan banyak komentar, namun juga menuju proses beli.

“ Ada perbandingan kak, penjualan menggunakan online grup babe karena kalau mau dilihat postingan yang dimuat itu banyak yang ditanggapi, bukan hanya ditanggapi tapi langsung menuju proses beli, yah lumayan kak” (wawancara pada tanggal 17 Januari 2021).

Hal serupa yang dikatakan beberapa informan di atas juga diungkapkan oleh Randy Boru (Broker/ Makelar) yaitu setelah menggunakan

grup BABE, unit yang terjual cukup banyak, sehingga adanya perbandingan peningkatan penjualan.

“ Penjualan tanpa grup BABE sedikit, setelah menjual menggunakan grup BABE unit yang terjual cukup banyak. Dari tahun 2020 sampai 2021 kurang lebih 10 unit” (wawancara pada tanggal 23 Januari 2021).

Ary yang merupakan broker di grup BABE mengakui kebenaran adanya peningkatan penjualan setelah menggunakan grup BABE, yaitu jumlah barang yang terjual pada tahun 2021 63 unit motor.

“ Jumlah barang yang terjual pada tahun 2021 63 unit motor itu setelah beta menggunakan grup babe di *facebook*. Ditahun sebelumnya tidak sampai 20 unit apalagi waktu itu belum pakai BABE.” (wawancara pada tanggal 5 Januari 2021).

Aba Dhen (Broker atau Makelar) ketika diwawancarai juga mengatakan hal yang sama yakni di tahun 2020 sampai tahun 2021 adanya peningkatan penjualan saat menggunakan grup BABE sebagai tempat menawarkan barang yang ingin dijual.

“ Dari tahun 2020 sampai tahun 2021 terjual 30 unit mobil, tahun 2020 30 unit dan sekitar 17 unit terjual merupakan jualan teman yang dimintai bantuan dan ditahun 2021 sekitar 20 unit terjual agak sedikit menurun karena pandemic” (wawancara pada tanggal 10 Januari 2021).

Terakhir dari Rendy Fernandez (Broker atau Makelar) yang juga sama mengakui adanya peningkatan penjualan saat menggunakan grup BABE yaitu, sebelum menggunakan grup BABE jumlah barang yang terjual 4 sampai 6 unit *handphone* dan setelah menggunakan grup BABE barang yang

terjual meningkat sampai 20 unit setiap bulannya.

“ Sebelum gunakan BABE jumlah barang yang terjual 4 sampai 6 unit hp, setelah gunakan BABE kisaran terjual 20 unit setiap bulannya” (wawancara pada tanggal 24 Januari 2021).

4.2.2. Hasil Observasi

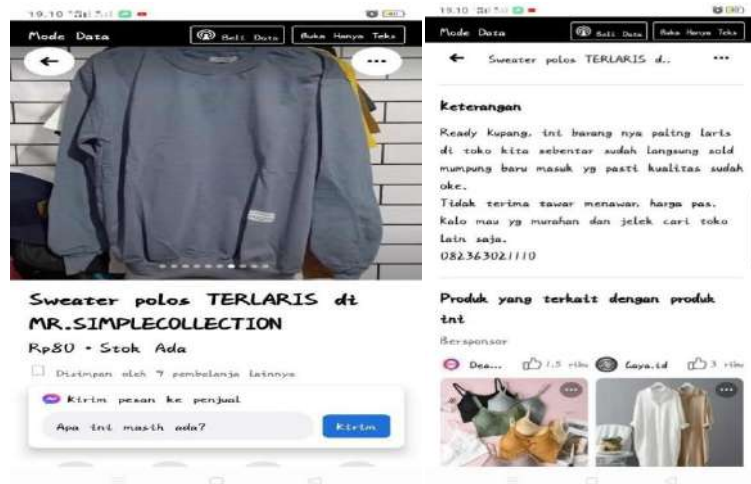
Tidak hanya sebatas melakukan wawancara, penulis juga melakukan studi observasi sebagai salah satu kegiatan penelitian yang dapat membantu penulis dalam mengumpulkan data. Observasi merupakan salah satu metode pengumpulan data dengan cara mengamati atau meninjau secara langsung di lokasi penelitian dengan mengetahui kebenaran dari penelitian yang dilakukan berupa informasi-informasi akurat. Pada bagian ini observasi dilakukan di Group Jual Beli Barang Bekas kota Kupang/ BABE Kupang pada media sosial Facebook (link: <https://facebook.com/groups/898053380291703/>).

Dalam observasi ini penulis akan mendeskripsikan hasil observasi selama kurun waktu kurang lebih hampir dua bulan mengenai pemanfaatan *facebook* sebagai media bisnis online untuk meningkatkan volume penjualan. Observasi yang penulis lakukan ini ialah mencari informan dengan dua kategori yang berbeda yaitu toko *offline* yang menggunakan grup BABE sebagai tempat berjualan serta broker atau makelar yang menjajakan jualannya di grup BABE pula. Dalam penelitian ini penulis melakukan *scrolling* manual serta melakukan tangkap layar (*screen shoot*) pada postingan yang menjadi kebutuhan penulis dalam mengumpulkan data yang diperlukan.

Observasi yang dilakukan penulis dihari pertama pada tanggal 5 Mei 2021

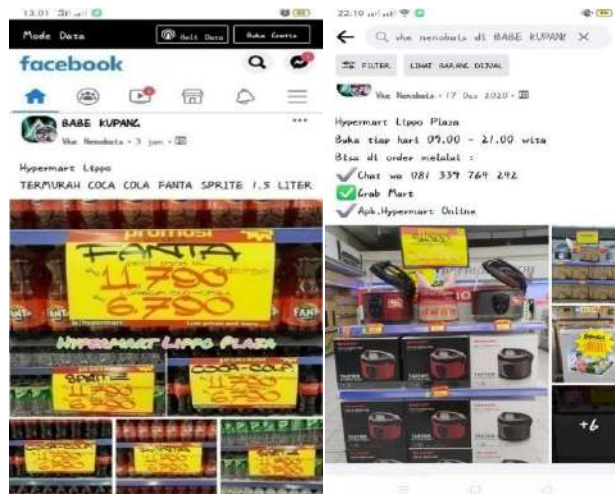
pada grup BABE Kota Kupang ialah mencari postingan dari toko yang menggunakan grup BABE Kota Kupang sebagai tempat promosi jualannya. Awalnya penulis mengalami kesulitan, hal ini dikarenakan penulis harus mencari postingan yang diunggah penjual toko *offline* pada tahun 2020. Hal ini penulis lakukan agar mempermudah penulis untuk melihat adanya peningkatan penjualan yang dialami penjual sebelum menggunakan grup BABE. Saat penulis menggunakan mode *filter* postingan yang terdapat pada grup BABE, postingan yang ditampilkan hanyalah gambar tanpa keterangan sedangkan dalam penelitian ini penulis memerlukan keterangan postingan untuk melihat bentuk serta cara pemanfaatan *facebook* terkhususnya pada grup BABE Kupang yang dilakukan oleh penjual. Pada hari pertama pula penulis menemukan dua toko online yang masuk dalam kriteria pencarian untuk penelitian yang peneliti lakukan yaitu toko *Mr. Simple Collection* dengan nama pemiliknya Dika Setiawan dan Yulia Bella yang merupakan bagian marketing *Hypermart LIPPO* Kupang.

Gambar 4.1. Contoh Postingan Promosi Informan Dika Setyawan di Group
BABE Kota Kupang



KETERANGAN – Salah satu postingan jualan (sweater polos) Dika Setyawan di Group BABE Kota Kupang yang disertai gambar dan *caption* untuk menjelaskan gambar (Sumber : Hasil Penelitian, 2021).

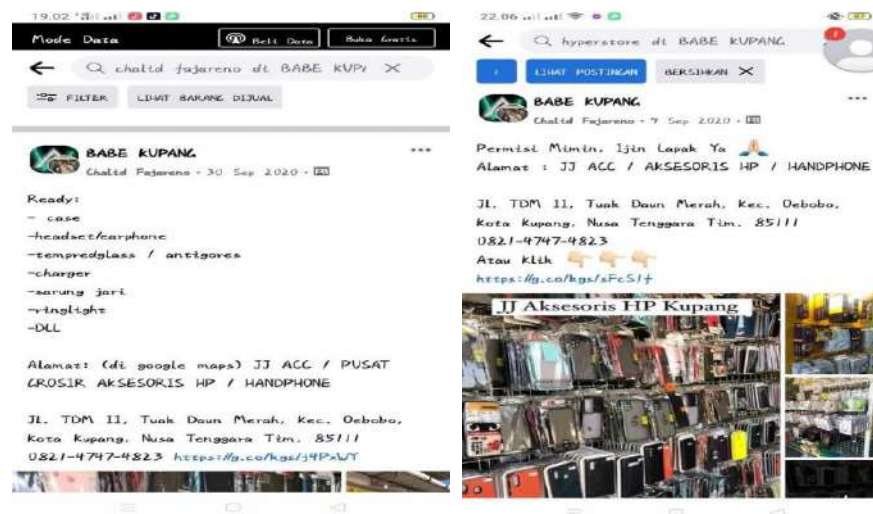
Gambar 4.2. Contoh Postingan Promosi Informan Hypermart LIPPO di
Group BABE Kota Kupang



KETERANGAN – Postingan promosi diskon natal dan tahun baru 2021 yaitu minuman dan peralatan rumah tangga yang ditawarkan Hypermart LIPPO Kupang pada group BABE Kota Kupang (Sumber : Hasil Penelitian, 2021)

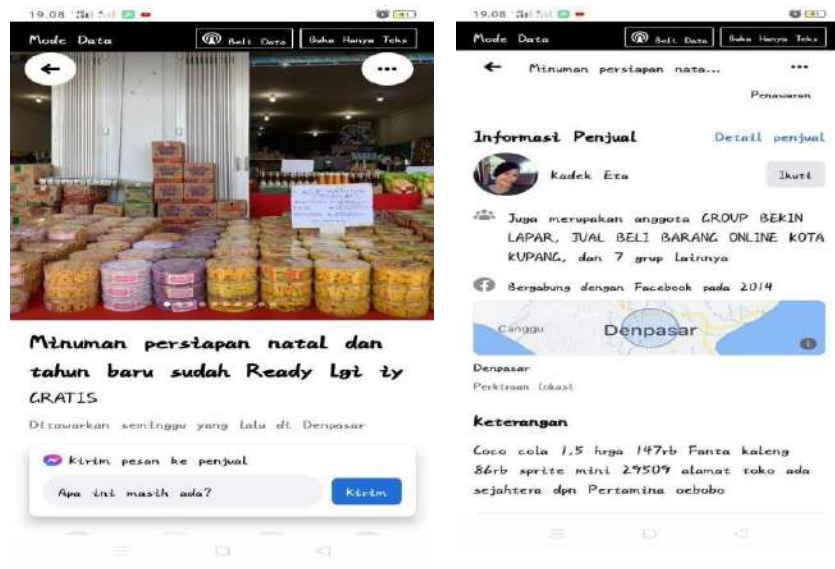
Observasi hari kedua yang dilakukan peneliti pada tanggal 7 Mei 2021 pada Grup BABE Kupang dengan mencari lagi narasumber tiga dan keempat dari toko *offline* yang memanfaatkan grup BABE sebagai tempat berjualan. Peneliti melakukan *scrolling* lagi dari awal di dalam grup. Pada hari kedua ini, peneliti menemukan dua toko lain yang juga menggunakan fitur grup BABE yang ada di dalam *facebook* yakni kakak Irwan Abjena yang merupakan pegawai Gerai *Accessories* Handphone TDM Kupang dan kakak Ina pegawai toko Ada Sejahtera.

Gambar 4.3. Contoh Postingan Promosi Gerai ACC Handphone di Group BABE Kota Kupang



KETERANGAN – Postingan produk jualan acc *handphone* yang ditawarkan di Kota Kupang khususnya grup BABE Kota Kupang (Sumber : Hasil Penelitian, 2021).

Gambar 4.4. Contoh Postingan Promosi Informan Ina di Group BABE Kupang



KETERANGAN – Salah satu postingan dari toko Ada Sejahtera yang menawarkan kue kering dan sembako di bulan Desember (*Sumber* : Hasil Penelitian, 2021).

Dihari ketiga melakukan observasi pada tanggal 9 Mei 2021 masih pada tempat yang sama yakni grup BABE, peneliti mencari empat orang narasumber broker maupun makelar. Untuk pencarian narasumber ini peneliti tidak terlalu menemukan kesulitan karena peneliti menggunakan fitur *filter* ada pada grup BABE yang dengan mudahnya menghadirkan berbagai postingan dari broker serta makelar ini. Dari keempat narasumber ini terdiri dari Randy Boru dan Ary yang merupakan broker yang menawarkan barang seperti motor, Aba Dhen yang merupakan broker yang menawarkan barang jualan seperti mobil serta Rendy Fernandez yang menawarkan penjualan *handphone* bekas.

Gambar 4.5. Contoh Posting Promosi Informan Randy di Group BABE Kota Kupang



KETERANGAN - Postingan promosi jual motor scoopy keluaran tahun 2020 oleh Randy Boru pada grup BABE Kota Kupang (*Sumber* : Hasil Penelitian, 2021).

Gambar 4.6. Contoh Postingan Promosi Informan Ary di Group BABE Kota Kupang



KETERANGAN – Postingan promosi jual motor bekas merek Honda Supra X 125 pada grup BABE Kota Kupang (*Sumber*: Hasil Penelitian, 2021).

Gambar 4.7. Contoh Postingan Promosi Informan Aba Dhen di Group BABE Kota Kupang



KETERANGAN – Salah satu postingan penjualan mobil bekas oleh Aba Dhen pada grup BABE Kota Kupang (*Sumber: Hasil Penelitian, 2021*).

Gambar 4.8. Contoh Postingan Promosi Informan Rendy di Group BABE Kota Kupang



KETERANGAN – Postingan promosi jual *handphone* bekas merek Oppo A5s oleh Rendy Fernandez pada grup BABE Kota Kupang (*Sumber: Hasil Penelitian, 2021*)

