

BAB V

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bagian bab ini merupakan bab yang terpenting yang dikerjakan penulis. Selain dari menuliskan laporan hasil penelitian sebagaimana tercantum pada bab IV. Dalam bab ini penulis akan menguraikan hasil penelitian beserta dengan interpretasi datanya.

5.1. Analisis Data

Pada bagian analisis data penulis akan memberikan kesimpulan pada hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan penulis sebelumnya. Sebelum menganalisis data, penulis perlu melakukan proses reduksi data agar data diperoleh bisa dianalisis dengan baik dan sesuai dengan indikator- indikator yang menjadi fokus penelitian penulis.

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

Adanya media sosial *facebook* yang menyediakan berbagai fitur memberikan banyak kemudahan serta menarik perhatian pengguna untuk memanfaatkannya sebagai sarana bisnis online melalui salah satu fitur yang tersedia yakni fitur *group*, tidak terkecuali *group* BABE Kupang yang menjadi objek kajian penulis. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan penulis kepada beberapa informan yakni Dika Setyawan, Yulia Bella, Irwan Abjena, Randi Boru, Ary dan Aba Dhen alasan mereka menjadikan Group BABE sebagai sarana bisnis online dikarenakan penggunaanya yang mudah, hemat biaya dan membantu meningkatkan penjualan. 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 kedua narasumber yang pada dasarnya memiliki status penjual yang

berbeda yakni Ina (Pegawai Toko Ada Sejahtera) dan Rendy Fernandez (Broker/Makelar).

Dari hasil observasi penulis menemukan hal yang sama yakni mereka terbukti melakukan postingan tentang barang-barang yang dijual dengan menggunakan group BABE Kupang. Mereka juga menandai serta membagikan postingan di beberapa akun *facebook* lainnya. Selain itu penulis juga menemukan beberapa informan melakukan *reposting* atau mengunggah ulang postingan barang yang sama, ke beranda pelapak dan beberapa group BABE lainnya.

5.1.2. Penggunaan Strategi Komunikasi Pemasaran

Ada berbagai cara dan bentuk yang dipakai pengguna dalam memanfaatkan fitur *facebook* terutama dalam menggunakan fitur *group* sebagai sarana bisnis online. Terkait penggunaan *group* BABE sebagai sarana bisnis online para informan mengakui mereka menggunakan berbagai bentuk dan cara untuk mempromosikan barang pada masyarakat sehingga meningkatnya penjualan.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan penulis terhadap informan yang diteliti, kedelapan informan mengakui bahwa mereka melakukan berbagai cara dan bentuk dalam mempromosikan barang jualan melalui *group* BABE Kota Kupang, yakni:

Postingan promosi berupa photo dan video ke beranda Group BABE Kota Kupang. Berdasarkan hasil observasi penulis terhadap postingan kedelapan informan yaitu mereka benar-benar melakukan promosi dengan memposting gambar ke beranda Group BABE Kota Kupang menggunakan akun pribadinya dengan kreativitas yang

berbeda- beda. Dari kedelapan orang tersebut salah satu informan yaitu Randy Boru (Broker/Makelar) lebih sering memposting gambar serta video saat ingin mempromosikan jualannya di grup.

Bentuk dan cara selanjutnya ialah *Tagging* and *Sharing*. Informan dapat melakukan *tag* (tandai) kepada akun yang dikenalnya sebelum melakukan postingan, tidak hanya itu saja mereka dapat membagikan (*Sharing*) postingan jualan tersebut pada laman group mana saja yang diinginkan. Hasil observasi yang ditemukan penulis pada postingan kedelapan informan yang menjadi bahan penelitian yaitu dua informan dari toko *offline* dengan nama Dika Setyawan pemilik toko *Mr. Simple Collection* dan Yulia Bella (Bagian Marketing Hypermart LIPPO Kupang) lebih sering menggunakan fitur *tagging* dan *sharing* yang ada pada grup untuk melakukan promosi jualannya.

Berikutnya ialah rajin melakukan *re-posting* (posting ulang) promosi produk/barang yang ditawarkan untuk menjangkau calon pembeli/konsumen. Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan dan didasarkan pula pada hasil observasi yang dilakukan penulis, dua informan selaku broker/makelar, Ary dan Aba Dhen mengakui sering melakukan *reposting* barang jualan yang belum laku. Hal ini dilakukan agar postingan tersebut tidak tertimbun oleh postingan-postingan dari penjual lain yang menggunakan grup yang sama, sehingga barang yang dipromosikan bisa terlihat kembali oleh anggota grup lainnya.

Melakukan Promo spesial berupa diskon di waktu – waktu tertentu. Bentuk promo yang sering dilakukan antara lain dengan memanfaatkan hari – hari raya, diskon pembelian beli dua dapat gratis satu, dan lain – lain. Berdasarkan hasil wawancara, dua informan yakni Yulia Bella (Bagian Marketing Hypermart LIPPO Kupang) dan Ina

(Pegawai Toko Ada Sejahtera) menyatakan sering melakukan Promo spesial berupa diskon di waktu – waktu tertentu.

Bentuk dan cara selanjutnya yang digunakan yaitu, update jenis dan *merk* produk yang dipasarkan secara berkala di *Group* BABE Kota Kupang. Beberapa informan yakni Ina (Pegawai Toko Ada Sejahtera), Dika Setyawan dan Irwan Abjena menyatakan bahwa selain postingan promosi harian yang dilakukan, setiap ada update produk yang dijual, misalnya *smartphone* dengan *merk* yang sama namun dengan seri terbaru yang memiliki banyak fitur tambahan, mengakui selalu melakukan postingan update jenis dan *merk* barang yang ditawarkan dalam promosi di *Group*.

Memanfaatkan fitur *LIVE streaming* Facebook dalam melakukan promosi dan penjualan di tempat. Para Informan pemilik Toko Offline sering menggunakan *live streaming* untuk memperkenalkan produk – produk yang akan dijual, biasanya dilakukan saat masuknya *stock* produk yang baru maupun saat melakukan obral/penjualan secara diskon stock barang – barang yang lama. Dari hasil wawancara yang dilakukan penulis, dua informan yakni Ina (Pegawai Toko Ada Sejahtera) dan Ary (Broker/Makelar) menyatakan mereka sering memanfaatkan fitur live streaming dalam mempromosikan barang jualan di group BABE Kota Kupang.

Selain keenam bentuk dan cara yang telah penulis sajikan di atas, berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan. Penulis menemukan temuan baru yang merupakan hasil observasi dan wawancara pada keempat informan broker atau makelar yang mempunyai bentuk dan caranya tersendiri dalam meningkatkan volume penjualannya di *group* BABE Kota Kupang, yakni melakukan pemburuan (*hunting*) secara terus - menerus untuk setiap postingan yang ada di Group BABE Kota Kupang

serta beberapa *Group* lainnya. Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan selaku makelar/broker yakni Randy Boru dan Rendy Fernandez menjelaskan target yang dituju dari *hunting* adalah para anggota Group yang melakukan postingan penjualan barang dengan harga yang murah karena terdesak kebutuhan mendadak.. Dua Informan selaku broker/makelar juga menjelaskan sistem penjualan dan pencarian keuntungan dari para Informan Broker/Makelar ada 2 (dua) model, antara lain:

- a). Melakukan negosiasi dan pembelian langsung untuk barang yang diposting oleh pemiliknya, untuk kemudian melakukan postingan promosi penjualan kembali ke Group BABE Kota Kupang dengan harga yang lebih mahal dari pemilik awal demi mendapatkan keuntungan.
- b). Melakukan negosiasi dan menjadi makelar untuk melakukan promosi dan penjualan atas nama pemilik awal barang dengan harga diatas permintaan pemilik barang. Nilai lebih dari hasil penjualan dimaksud menjadi bonus (*fee*) bagi para Informan yang bertindak sebagai makelar.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan penulis pada *group* BABE Kota Kupang, penulis menemukan hal yang sama dengan pernyataan informan yang diperoleh hasil wawancara. Dalam hal ini para informan menggunakan berbagai bentuk serta cara dalam mempromosikan barang jualan mereka di *group* BABE Kota Kupang.

5.1.3. Peningkatan Volume Penjualan

Persaingan bisnis online sangat tinggi, kemajuan teknologi membuat sebagian besar orang memasarkan produknya melalui internet. Jadi bisa dipastikan persaingannya sangat berat. Banyaknya anggota dalam *Group* BABE Kota Kupang khususnya sebagai penjual menyatakan kondisi ini, dimana setiap harinya, hampir ribuan postingan penjualan dilakukan. Hal ini menyebabkan postingan para Informan akan dengan cepat berada dibawah postingan - postingan pengguna lain dan sulit untuk dilihat oleh pelanggan kecuali menggunakan fitur spesifik *search*.

Walaupun demikian, berdasarkan hasil Wawancara yang dilakukan terhadap para Informan, rata – rata menyatakan bahwa keuntungan secara finansial maupun jumlah volume penjualan yang berhasil dilakukan, peningkatan yang terjadi cukup baik dari tahun – tahun sebelumnya setelah memanfaatkan *Group* BABE Kota Kupang sebagai media promosi online. Adapun gambaran umum peningkatan finansial dan volume penjualan tahunan dari para Informan Penelitian (*Data terlampir*). Data rata-rata gabungan dari peningkatan volume penjualan di tahun 2019 hingga tahun 2020 terlihat pada *Tabel I*.

**Tabel I. Data Rata- rata Gabungan Peningkatan Penjualan Tahun 2019 –
Tahun 2020**

No	Nama Toko/ Penjual	Unit Terjual Tahun 2019	Unit Terjual Tahun 2020	Rata- Rata Unit Terjual
1.	<i>Mr.Simple Collection</i>	1057	1826	360,375
2.	<i>Hypermart LIPPO Kupang</i>	192	380	71,5
3.	<i>Gerai Accessories HP “ACC Handphone” TDM</i>	1312	2057	421,125
4.	Toko Ada Sejahtera	1300	2235	441,875
5.	Randy Boru	5	10	1,875
6.	Ary	42	63	13,125
7.	Aba Dhen	32	17	6,125
8.	Rendy Fernandez	131	240	46,375
	JUMLAH	4071	6828	1.362,375

(Sumber : Olahan Data Penelitian, 2022)

Dari data perkembangan finansial dan volume penjualan secara umum diatas, dapat disimpulkan beberapa hal, yaitu:

- 1). Diperlukan memposting promosi produk di Group secara rutin ataupun siaran langsung (*live streaming*) sebagai salah satu cara dalam menarik calon pembeli/konsumen.
- 2). Selalu ada peningkatan volume penjualan yang disebabkan oleh penggunaan media sosial (Group BABE Kota Kupang) dalam memasarkan dan memberikan informasi dan promosi mengenai

produk/barang yang ditawarkan para Informan bagi masyarakat sehingga memberikan peluang dalam melakukan penjualan.

- 3). Meskipun respon calon konsumen/pembeli tidak menentu waktunya, namun pelaku usaha secara umum tetap mendapatkan keuntungan maksimal dari hasil promosi online yang dilakukan di Group BABE Kota Kupang.

Untuk mengetahui data tentang adanya peningkatan volume penjualan pada proses jual informan, penulis peroleh dari hasil wawancara. Hal ini dilakukan penulis berhubung data terkait peningkatan volume penjualan tidak dapat penulis temukan melalui observasi di *group* BABE Kota Kupang.

Tabel 5.1
Tabel Temuan

No	Indikator Penelitian	Hasil Temuan Penelitian
1.	Pemanfaatan Media Facebook sebagai sarana bisnis <i>online</i>	a. Enam orang yang merupakan anggota <i>group</i> BABE Kota Kupang, tiga diantaranya merupakan toko <i>offline</i> dan tiganya lagi merupakan broker/makelar menjadikan <i>Group</i> BABE sebagai sarana bisnis <i>online</i> dikarenakan penggunaannya yang mudah, hemat biaya dan membantu meningkatkan penjualan. b. Dua orang lainnya yaitu toko <i>offline</i> serta broker/makelar menilai pada <i>fitur group</i> BABE Kupang dinilai dapat menguntungkan dari segi penjualan barang serta meningkatkan penjualan.
2.	Penggunaan Strategi Komunikasi Pemasaran	a. Enam orang merupakan anggota <i>group</i> BABE Kota Kupang melakukan <i>posting</i> (unggahan) jualan, juga melakukan <i>tagging</i> (menandai) serta <i>sharing</i> (berbagi) postingan kepada berbagai grup, teman maupun orang-orang yang mereka kenal. b. Dua orang yang merupakan broker/makelar menggunakan cara negosiasi serta melakukan pemburuan (<i>hunting</i>) terhadap postingan yang ada di grup BABE Kota Kupang serta beberapa grup lainnya. c. Dua orang yang merupakan toko <i>offline</i> melakukan postingan jualan dengan memanfaatkan <i>fitur live streaming</i> untuk memperkenalkan barang jualannya.
3.	Peningkatan Volume Penjualan	Anggota grup BABE Kupang mengalami peningkatan penjualan setelah menggunakan serta memanfaatkan grup BABE Kota Kupang sebagai tempat mempromosikan barang jualan.

(Sumber : Olahan Data Primer, 2022)

5.2. Interpretasi Data

Dalam proses menginterpretasi data penulis terlebih dahulu melakukan reduksi data dan analisis data. Reduksi data merupakan tindakan ilmiah dimana peneliti melakukan seleksi terhadap data hasil wawancara dan observasi yang tidak diperlukan sehingga data hasil wawancara dan observasi menjadi teks tertulis yang dapat dipahami oleh pembaca. Sedangkan analisis data merupakan tindakan ilmiah dimana peneliti memberikan kesimpulan terhadap data hasil wawancara dan observasi yang telah direduksi sebelumnya sehingga pembaca dapat mengetahui kesesuaian dan kesenjangan antara data hasil wawancara dan observasi.

Sesudah terlaksananya kegiatan reduksi data dan analisis data, hal selanjutnya yang dilakukan penulis adalah interpretasi data. Interpretasi data sangat penting sebagai upaya untuk menganalisis hubungan antara konsep dengan data yang diperoleh selama masa penelitian, untuk memudahkan dalam proses interpretasi data, peneliti membagi data-data tersebut menjadi tiga bagian sesuai dengan indikator yang menjadi fokus penelitian penulis. Berikut merupakan hasil interpretasi data yang telah dilakukan oleh penulis.

Berdasarkan pandangan Mujahidah dalam Fikri Lukman (2013: 111) beberapa hal yang perlu dilakukan untuk mendongkrak bisnis melalui facebook yakni:

1. Pemanfaatan media sosial *Facebook* sebagai sarana bisnis *online*

Memanfaatkan media sosial facebook sebagai sebuah sarana bisnis online adalah bentuk dari kreativitas setiap orang dalam mencari keuntungan di era modern saat ini. Jika sebelumnya setiap orang yang ingin menjual barangnya harus bergerak dan menemukan pembeli atau menunggu para pembeli berkunjung dan

membeli barang jualan di tempat penjual berada, kini beralih ke cara penjualan yang mudah dan cepat tanpa harus mengeluarkan *energy* dan biaya yang banyak dengan menggunakan aplikasi *facebook*.

Hadirnya media sosial facebook dengan berbagai macam fitur, salah satunya fitur *group*, menampung banyak pengguna atau anggota yang berasal dari berbagai kalangan mempermudah para pengguna menjadikan *facebook* sebagai sarana bisnis *online*.

Berhubung dengan hasil penelitian yang penulis lakukan di *group* BABE Kota Kupang, penulis menyimpulkan bahwa anggota *group* dalam hal ini adalah informan melakukan proses jual beli barang di *group* BABE Kupang dikarenakan proses penjualannya mudah, hemat biaya dan mudah diakses.

2. Penggunaan Strategi Komunikasi Pemasaran

Terkait hasil temuan penulis yang diperoleh setelah melakukan penelitian pada *group* BABE Kota Kupang, penulis menemukan lebih banyak bentuk dan cara dalam memasarkan produk jualan di *group* BABE Kupang dibandingkan dengan konsep yang dikemukakan Fikri L.Hakim (2013: 111). Dari hasil penelitian yang dilakukan penulis, ada beberapa bentuk dan cara yang digunakan penjual toko *offline* dan para broker/makelar yakni:

1. Postingan promosi berupa photo dan video ke beranda Group BABE Kota Kupang.

Promosi yang dilakukan oleh para informan bervariasi, masing – masing dengan kreativitas yang berbeda, bersaing mendapatkan pembeli yang tertarik pada postingannya. Postingan promosi yang dilakukan termasuk

meng-upload foto maupun video produk yang ingin dijual kepada calon pembeli.

2. *Tagging* and *Sharing*

Fitur *Tagging* (menandai) dan *Sharing* (berbagi) adalah dua powerful fitur yang tersedia di Facebook. Powerful fitur yang dimaksud ialah memiliki efek yang sangat besar dibandingkan beberapa fitur yang ada di *facebook* dalam melakukan penjualan barang ataupun mempromosikan barang jualan. Informan dapat melakukan tag kepada akun yang dikenalnya sebelum melakukan postingan. Dalam hal ini bagi mereka penjual yang memiliki kenalan ataupun teman dengan jumlah yang cukup banyak di dalam media *facebook* mempermudah penjualan tersebut diketahui lebih cepat oleh banyak orang. Selain itu, fitur *share* memungkinkan postingan yang sama dapat dibagikan, tidak hanya dalam lingkup Group BABE saja tetapi di Group maupun akun lain yang tidak tergabung dalam Group sebagai update informasi penjualan/promosi. Untuk fitur *share* sendiri dapat dikatakan merupakan kelanjutan dari fitur *tag*, ini dikarenakan postingan penjual yang sudah ditandai (*tag*) kepada kenalan ataupun teman dapat dibagikan kembali kepada beranda *facebook* masing-masing (yang sudah ditandai). Hal ini pula yang akan mempercepat penjualan ataupun informasi penjualannya tersebar. Kedua fitur ini sangat berguna untuk menjangkau lebih banyak calon konsumen yang mungkin tertarik untuk melakukan penawaran/pembelian setelah melihat postingan yang dibagikan.

3. Rajin melakukan *re-posting* (posting ulang) promosi produk/barang yang ditawarkan untuk menjangkau calon pembeli/konsumen. Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan, dua informan selaku broker/makelar, mengakui sering melakukan *reposting* barang jualan yang belum laku. Hal ini dilakukan agar postingan promosi barang jualan tidak tertimbun oleh postingan dari penjual lainnya dan untuk mempermudah anggota grup yang merupakan peminat dari barang yang dipromosikan itu tidak kesulitan mencari informasi.

4. Melakukan Promo spesial berupa diskon di waktu – waktu tertentu.
Bentuk promo yang sering dilakukan antara lain dengan memanfaatkan hari – hari raya, diskon pembelian beli dua dapat gratis satu, dan lain – lain. Untuk beberapa pelanggan khusus, para Informan bahkan menyediakan layanan antar pesanan ke tempat pembeli dengan memanfaatkan jasa kurir *ojol* (ojek online). Berdasarkan hasil wawancara, menyatakan sering melakukan Promo spesial berupa diskon di waktu – waktu tertentu. Ini merupakan salah satu teknik atau cara menarik perhatian pelanggan untuk tidak hanya sekadar berkunjung melainkan, berminat dan membeli barang yang sudah dipromosikan lewat Group BABE Kota Kupang.

5. Update jenis dan *merk* produk yang dipasarkan secara berkala di Group BABE Kota Kupang.

Beberapa informan berdasarkan hasil wawancara menyatakan bahwa selain postingan promosi setiap hari yang dilakukan, mereka juga melakukan promosi postingan setiap ada barang baru (update produk),

misalnya *smartphone* dengan *merk* yang sama namun dengan seri terbaru yang memiliki banyak fitur tambahan. Hal mengupdate produk tidak mereka lewatkan dikarena pembeli sering kali tertarik dengan barang-barang baru.

6. Memanfaatkan fitur *LIVE streaming* Facebook dalam melakukan promosi dan penjualan di tempat. Para Informan pemilik Toko Offline sering menggunakan *live streaming* untuk memperkenalkan produk – produk yang akan dijual, biasanya dilakukan saat masuknya *stock* produk yang baru maupun saat melakukan obral/penjualan secara diskon stock barang – barang yang lama. Para calon pembeli biasanya melakukan penawaran dan pembelian produk dengan *via chat* fitur *LIVE streaming* di *Facebook*. Biasanya penjualan barang dengan menggunakan *Live Streaming* ini menggunakan kode. Kode yang dimaksud ini ialah kode barang yang dijual, jadi pada saat penjualan barang *Live Streaming*, penjual akan memberikan kode barang, hal ini dilakukan untuk mempermudah penjual serta pembeli agar nantinya tidak kebingungan dalam memilah barang yang sudah terjual maupun belum terjual.

7. Melakukan pemburuan (*hunting*) secara terus - menerus untuk setiap postingan yang ada di Group BABE Kota Kupang serta beberapa *Group* lainnya. Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan selaku makelar/broker menjelaskan target yang dituju dari *hunting* adalah para anggota Group yang melakukan postingan penjualan barang dengan harga yang murah karena terdesak kebutuhan mendadak. Hal ini biasanya

dilakukan dengan menghidupkan fitur notifikasi postingan pada Group, serta para Informan Broker/Makelar menyiapkan tim kecil yang bertugas melakukan tugas *hunting* postingan 24 jam sehari setiap waktu.

Dua Informan selaku broker/makelar juga menjelaskan sistem penjualan dan pencarian keuntungan dari para Informan Broker/Makelar ada 2 (dua) model, antara lain:

- a.) Melakukan negosiasi dan pembelian langsung untuk barang yang diposting oleh pemiliknya, untuk kemudian melakukan postingan promosi penjualan kembali ke Group BABE Kota Kupang dengan harga yang lebih mahal dari pemilik awal demi mendapatkan keuntungan.
- b.) Melakukan negosiasi dan menjadi makelar untuk melakukan promosi dan penjualan atas nama pemilik awal barang dengan harga diatas permintaan pemilik barang. Nilai lebih dari hasil penjualan dimaksud menjadi bonus (*fee*) bagi para Informan yang bertindak sebagai makelar.

Sedangkan menurut konsep yang dikemukakan Mujahidah dalam Lukman (2013:111) bentuk dan cara memasarkan barang atau produk melalui fitur *group facebook* adalah posting gambar dan video barang jualan, *share* serta menandai akun *facebook* lainnya. Berdasarkan uraian diatas dapat kita simpulkan bahwa hasil temuan penelitian yang dilakukan penulis ada beberapa perbedaan dengan konsep yang dipakai sebelumnya.

3. Peningkatan Volume Penjualan

Volume penjualan merupakan jumlah total yang dihasilkan dari kegiatan penjualan barang. Semakin besar jumlah penjualan yang dihasilkan perusahaan, maka besar kemungkinan laba yang dihasilkan perusahaan. Oleh karena itu, volume penjualan salah satu hal yang penting dan yang harus dievaluasi untuk memungkinkan perusahaan agar tidak rugi. Jadi, volume penjualan yang menguntungkan harus menjadi tujuan utama perusahaan dan bukannya untuk kepentingan volume itu sendiri. Rangkuti (2009 : 58).

Penjual yang berjualan di *group* BABE Kota Kupang pada dasarnya terdiri dari pemilik atau pegawai toko dan para broker/makelar yang memanfaatkan *group* sebagai sarana bisnis *online*. Dari hasil penelitian yang dilakukan penulis, para pemilik atau pegawai toko selain menunggu para pembeli mengunjungi toko juga memanfaatkan *group* BABE sebagai tempat pemasaran barang. Sedangkan para broker/makelar hanya memanfaatkan *group* BABE sebagai tempat jualan.

Terkait peningkatan volume penjualan, dari hasil penelitian yang ditemukan penulis, informan mengatakan bahwa dengan menggunakan media sosial Facebook khususnya pada grup BABE Kupang, penjualan produk dan barang bekas (broker atau makelar) meningkat dibandingkan hanya berjualan di toko saja. Hal ini yang membuktikan bahwa memasarkan produk melalui media online Facebook lebih mendapatkan keuntungan besar dibandingkan hanya berjualan di toko saja. Setelah bergabung dengan grup Jual Beli Barang Bekas (BABE) Kota Kupang penjualan produk mengalami peningkatan. Adapun salah satu contohnya penjualan pakaian yang meningkat yang dialami oleh informan Dika Setyawan, yakni penjualan pakaian yang

tiap harinya terjual 5 barang bahkan lebih dikarenakan ia memanfaatkan media sosial facebook khususnya grup Jual Beli Barang Bekas Kota Kupang, sebelumnya ia hanya mampu menjual 1-2 barang tiap harinya bahkan dalam sehari tokonya sepi pembeli.

Sesuai dengan penelitian terdahulu dengan menggunakan media sosial Facebook khususnya grup BABE Kota Kupang, volume penjualan mengalami peningkatan, dengan melakukan penjualan melalui media sosial facebook pembeli dapat dengan mudah mengakses untuk memilih dan mencari barang (pakaian, handphone, mobil dan motor (bekas) serta lainnya) yang diinginkan. Promosi sangat berpengaruh terhadap usaha penjual untuk mencapai volume penjualan yang maksimal, karena meskipun produk yang ditawarkan sudah baik, relative murah serta mudah untuk diperoleh, jika tidak disertai dengan promosi yang baik, maka tingkat penjualan tidak akan memadai. Sebagaimana hasil wawancara yang menunjukan bahwa banyaknya masyarakat yang menggunakan media online facebook memberikan peluang yang sangat besar dalam memasarkan barang. Selain itu tidak terbatasnya tempat dan waktu dalam menggunakan media online facebook sehingga memudahkan untuk berkomunikasi secara langsung.