

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM PENGEMBANGAN USAHA ONLINE SHOP MORIVIAN DI PAYAKUMBUH

Maisyarah Suardi *¹

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek
Bukittinggi, Indonesia
3719233maysarahsuardi@gmail.com

Khadijah Nurani

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek
Bukittinggi, Indonesia
khadijahnurani@iainbukittinggi.ac.id

Abstract

In improving the economy, digital technology has a very important role in providing and fulfilling the goods and services that humans need. To promote products, sell products and share information on services provided by an online business, digital technology acts as a platform to promote products through social media. Online shops usually offer their goods by mentioning the specifications of the goods, prices, and pictures. This research method is qualitative with field research. Data collection techniques are through observation, interviews and documentation. The data analysis techniques used are data collection, data reduction, data presentation, data triangulation and conclusion drawing (verification). Based on the results of research on the utilization of social media used in business development, it is very easy for consumers to get the information they want. done on increasing activities in the use of social media, getting trusted and safe distributors in supplying products, providing interesting content to attract consumers, communicating smoothly with consumers in social media chat rooms, being able to sell with features available on social media and being able to increase capital. Obstacles in developing an online shop business include the inconsistency of business owners in utilizing their social media, each item must pass an order that takes a long time, the cancellation of orders.

Keywords: Business Development, Social Media Utilization

Abstrak

Dalam meningkatkan perekonomian, teknologi digital memiliki peran yang sangat penting dalam penyediaan dan pemenuhan barang dan jasa yang di butuhkan manusia. Untuk mempromosikan produk, menjual produk serta berbagi informasi jasa yang di sediakan oleh sebuah usaha online, teknologi digital berperan sebagai wadah mempromosikan produk melalui media sosial. Online shop biasanya menawarkan barangnya dengan menyebutkan spesifikasi barang, harga, dan gambar. Metode penelitian ini adalah kualitatif dengan

¹ Coresponding author.

penelitian lapangan. Teknik pengumpulan data adalah melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, triangulasi data dan penarikan kesimpulan (*verification*). Berdasarkan hasil penelitian pemanfaatan media sosial yang digunakan dalam pengembangan usaha sangat mempermudah konsumen mendapatkan informasi yang diinginkan. di lakukan pada meningkatkan kegiatan dalam penggunaan media sosial, mendapatkan distributor terpercaya dan aman dalam memasok produk, menyediakan konten yang menarik untuk menarik konsumen, berkomunikasi yang lancer dengan konsumen di ruang obrol media sosial, dapat berjualan dengan fitur yang tersedia di media sosial dan mampu menaikkan modal. Hambatan dalam mengembangkan usaha online shop di antaranya tidak konsistennya pemilik usaha dalam memanfaatkan media sosial yang dipunya, setiap barang harus melewati pemesanan yang memakan waktu cukup lama, adanya pembatalan pemesanan oleh konsumen karena berubahnya selera konsumen sewaktu-waktu. Jual beli online jika ditinjau dari prespektif bisnis syariah dibolehkan, karena dilihat dari proses transaksinya yaitu konsumen berhutang karpada penjual, dan penjual menggunakan uangnya terlebih dahulu untuk membeli produk kemudian setelah produknya sampai biaya yang di keluarkan oleh penjual akan di ganti oleh pembeli.

Kata Kunci: Pengembangan Usaha, Pemanfaatan Media Sosial

PENDAHULUAN

Pada masa 4. 0 dimana era bertumbuh sedemikian itu cepat alhasil seluruh aktivitas yang dicoba orang bisa dicoba dengan cara praktis, semacam bersosialisasi, berbicara jarak jauh apalagi membeli- beli bisa di jalani dengan cara online lewat alat digital. Dengan kemajuan teknologi khususnya di aspek digital akhir ini terus menjadi memudahkan profesi orang, bagus dalam pelampiasan keinginan, pembelajaran serta kenaikan perekonomian. Bertumbuhnya teknologi data serta telekomunikasi hendak mempermudah para pelakon bidang usaha dalam melaksanakan bisnisnya. Salah satu teknologi data serta telekomunikasi yang mensupport keinginan itu merupakan internet(Justin Gram, 2015). Dalam tingkatan perekonomian, teknologi digital mempunyai kedudukan yang amat berarti dalam penyediaan serta pelampiasan benda serta pelayanan yang di butuhkan orang. Buat mengiklankan produk, menjual produk dan memberi informasi pelayanan yang di sajikan oleh suatu upaya online, teknologi digital berfungsi selaku media mengiklankan produk lewat alat sosial. Bukan perihal asing lagi suatu alat sosial jadi paradigma ekonomi terkini yang sudah lahir di bumi maya.(Rasmulia, 2014)

Online shop ialah sesuatu cara pembelian benda ataupun pelayanan dari mereka yang menjual produk lewat internet. Wujud aktivitas jual beli ini pasti memiliki banyak angka positif, di antara lain keringanan dalam melaksanakan bisnis(sebab pedagang serta konsumen tidak butuh repot berjumpa buat melaksanakan bisnis). Online shop umumnya menawarkan barangnya dengan mengatakan detail benda,

harga, serta lukisan. Dari sana konsumen memilah serta setelah itu memesan benda yang umumnya hendak dikirim sehabis konsumen mengirim duit. Cara pembelian serta pemasaran benda dengan internet umumnya bisa di jalani lewat alat sosia, market place serta e- commerce tetapi pada riset kali ini periset cuma berpusat pada pemasaran lewat alat sosial semacam instagram, facebook, whats app, line serta lain serupanya.(A. Rafiq, 2020)

Kemajuan digital pula dilewati oleh perdagangan online, metode penjualan yang dilakukanpun jauh berlainan dari tahun ke tahun. Online shop Morivian merupakan online shop lewat alat sosial ialah facebook, instagram serta whats app, online shop ini telah di jalankan dari tahun 2013. Morivian olshop menjual keinginan serta perlengkapan rumah tangga semacam busana, riasan rumah, perlengkapan makan serta lain serupanya. Produk yang di jual merupakan antaran pelanggan, seringkali benda itu terbatas terkait pada ketersediaan di pusat pengumpulan benda ataupun agen produk. Dengan tutur lain ilustrasi produk ataupun lukisan yang di posting di alat sosial, seperti itu yang esoknya di catatan oleh pelanggan.

Di dini mula online shop ini berjalan, upaya ini amat menjanjikan hasil, pemesanan tiap bulannya terbatas sampai ratusan antaran. Hasil tanya jawab langsung dengan owner upaya, dikenal dari ketiga alat sosial yang di gunakan upaya ini buat melaksanakan bidang usaha, banyaknya antaran yang tiba bersal dari akun alat sosial facebook, yang di kasih julukan“ Monica septiani II”(julukan owner upaya). Owner upaya pula melaporkan banyaknya antaran dari pelanggan yang menggapai ratusan antaran cuma berjalan sampai akhir tahun 2016, pada dini tahun 2017 antaran yang diperoleh hadapi penyusutan sampai tahun 2019 serta pada 2 tahun terakhir antaran yang di dapat amat sedikit.

Dengan terdapatnya alat digital yang di gunakan wiraswasta lewat alat sosial, pelanggan bisa memandang produk yang di mau serta di butuhkan(Sadoko, 2015). Bagi Philip Kotler marketing merupakan strategi membagikan pangkal energi industri dengan cara efisien. Sehabis melaksanakan pembagian, industri melaksanakan penentuan bagian ataupun segmen- segmen yang hendak dimasuki. Bagian inilah yang diucap targetting serta dengan targetting ini berarti usaha menaruh pangkal energi industri dengan cara berakal untuk, sebab itu, targetting ini diucap fitting strategy ataupun strategi akurasi.(Nembah F. Hartimbul Ginting, 2018)

Diamati dari ujung penglihatan agama mengiklankan produk serta suatu upaya dalam islam pula diperbolehkan, namun wajib berpedoman pada bukti serta realitas, tetapi perihal ini wajib cocok dengan syariat islam. Dalam perihal ini, Islam ialah agama yang sempurna, menata seluruh pandangan kehidupan, salah satunya merupakan aktivitas jumlah aktivitas jual beli pelanggan(muamalah) yang berdasarkan dengan Al- Qur“an serta hadist. Upaya ataupun kegiatan merupakan aktivitas dalam aspek perekonomian yang dijalankan oleh satu orang ataupun golongan untuk memperoleh profit ataupun keuntungan. Islam mengharuskan tiap pemeluk mukmin khususnya

yang memiliki amanah buat bertugas. Bertugas ialah salah satu karena utama yang membolehkan orang mempunyai harta kekayaan.

METODE PENELITIAN

Riset ini memilah memakai tata cara riset tipe kualitatif. Tata cara riset kualitatif ialah tata cara riset yang lebih mementingkan pada pandangan uraian dengan cara mendalam kepada sesuatu permasalahan. Dalam melaksanakan riset ini, periset melaksanakan posisi riset di Kelurahan Cubadak Air, Kecamatan Payakumbuh Utara, Kota Payakumbuh, Sumatra Barat serta dicoba pada 30 oktober tahun 2022 hingga berakhir. Pangkal informasi yang dipakai dalam riset ini merupakan subyek(informan) darimana periset mengutip informasi. Ada pula yang jadi informan merupakan owner upaya serta patner kegiatan dari Upaya Online Shop Morivian. Informan riset mencakup 2 tipe ialah, awal informan kunci merupakan banyak orang yang mengenali serta mempunyai data utama yang dibutuhkan dalam riset ini. Kedua informan pendukung ialah banyak orang yang ikut serta dengan cara langsung dalam interaksi sosial yang diawasi.

Metode pengumpulan informasi lewat pemantauan dengan cara langsung turun ke alun- alun serta mencermati eksploitasi alat sosial dalam pengembangan upaya yang dijalani dalam pengurusan upaya online shop Morivian yang terdapat di Payakumbuh. Berikutnya lewat tanya jawab tertata ialah pengumpulan informasi bila periset sudah mengenali tentu mengenai data apa yang hendak didapat(Sugiono, 2019). Tanya jawab dipakai buat mengakulasi informasi mengenai eksploitasi alat sosial dalam pengembangan upaya yang dijalani upaya online shop Morivian di Payakumbuh. Berikutnya pemilihan ialah berbentuk catatan serta lukisan. Melalui tata cara ini diharapkan periset mendapatkan informasi mengenai eksploitasi alat sosial dalam pengembangan upaya online shop Morivian di Payakumbuh.

Tata cara analisa informasi terdiri dari pengumpulan informasi. Langkah dini riset dicoba kolonialisme dengan cara biasa kepada suasana subjek yang diawasi, seluruh suatu yang diamati serta didengar direkam lewat pemantauan serta tanya jawab. Pengurangan informasi ialah meringkas dengan berpusat pada apa yang berarti. Data yang didapat dalam riset ini merupakan data yang digabungkan lewat pemantauan, tanya jawab serta pemilihan. Tidak hanya itu, penyajian informasi lewat penjelasan pendek, denah, ikatan dampingi jenis serta serupanya(Agustia, 2020). Informasi itu dihadangkan cocok dengan permasalahan riset. Terakhir pada dikala menarik kesimpulan, pada bagian ini periset membuat kesimpulan bersumber pada penemuan sesuatu subjek yang lebih dahulu belum nyata alhasil jadi nyata sehabis dicoba riset.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Memaksimalkan Eksploitasi Alat Sosial Dalam Pengembangan Usaha

Pengembangan upaya berarti tingkatan aktivitas upaya, angka produk, pemasaran, pasar, pelanggan dan tingkatan keuntungan. Alat sosial merupakan salah satu alat yang memudahkan pelanggan memperoleh data yang diinginkan. Dengan begitu suatu upaya online wajib aktif dalam memakai sosial alat untuk meningkatkan suatu upaya.

a. Kegiatan

Aktivitas yang dijalani oleh upaya Online Shop Morivian merupakan memposting produk, membukukan tiap antaran yang masuk serta kala benda hingga saat sebelum hingga di tangan pelanggan owner upaya hendak meninjaunya. Di tiap hari, owner upaya hendak memposting benda yang ditawarkan serta antaran pelanggan yang sudah hingga. Buat artikel benda yang ditawarkan, owner upaya memposting cocok tipe produk yang ditawarkan, tidak dicampur dengan produk lain.

b. Produk

Produk ialah subjek yang diperjualbelikan, sebaliknya angka produk merupakan angka yang menempel pada sesuatu produk semacam keapikan, daya tahan, keamanan serta lain serupanya. Online Shop Morivian ini memperoleh pemasok dari hasil observasi kepada benda yang ada pada agen serta berupaya membeli-beli buat awal kalinya, bila dirasa telah bagus kemudian owner upaya memposting produk pada laman alat sosialnya. Buat membawa alamat kalau suatu upaya yang dijalankan sudah bertumbuh, butuh terdapatnya kenaikan jumlah produk selaku pelampiasan keinginan pelanggan yang kian lama terus menjadi bertambah.

c. Konsumen

Buat meningkatkan upaya industri dapat menaikkan ataupun membidik pelanggan yang terletak di luar wilayahnya. Untuk Online Shop Morivian pelanggan bisa membagikan asumsi atau anjuran pada akun alat sosial Morivian.

Membagikan asumsi jadi salah satu khasiat untuk owner upaya dimana wiraswasta bisa mengenali kemauan serta hasrat kliennya. Membagikan asumsi dapat dicoba pada kolom pendapat di tiap artikel ataupun langsung chat individu pada owner upaya. Selaku pembujuk atensi pelanggan, owner upaya pula menjual produk memakai konten yang istimewa serta menarik.

d. Pasar

Untuk industri, pasar ialah tempat buat menawarkan serta menjual produk pada pelanggan. Untuk upaya online Morivian akun alat sosial jadi pasar, tempat menawarkan suatu produk. Dalam menjual sesuatu produk owner upaya memuat lukisan produk bersama perinci uraian yang sesungguhnya.

Menarangkan produk semacam dimensi suatu benda, khasiat benda itu serta yang lain. Meski menarangkan produk dengan perinci serta gampang di pahami, dalam mendukung penjualan suatu produk, upaya ini tidak terdapat promosi prabayar, ataupun belum memakai promosi yang berbayar.

e. Penjualan

Berdagang dengan cara online, tidak wajib mempunyai modal sebesar berdagang kala membuka suatu kedai semacam gerai. Dengan berdagang online owner upaya cuma bermodal 2 buah antaran kala dini mula upaya ini berjalan. Alat sosial jadi alat yang amat menolong owner upaya dalam berdagang. Dalam meningkatkan upaya yang di perlukan Online Shop Morivian merupakan lebih aktif mengenalkan bermacam produk yang hendak di jual pada klien.

f. Laba

Bila pemasukan senantiasa serta bayaran pembedahan hadapi penyusutan hingga keuntungan upaya terus menjadi bertambah. Bila pemasukan hadapi ekskalasi serta bayaran operasional konsisten hingga keuntungan yang di dapat bertambah. Mempunyai suatu upaya online dengan memakai sosial alat pastinya kurangi bayaran operasional semacam bayaran penjualan, carter gerai atau bayaran tidak tersangka yang lain. Dengan tutur lain bayaran operasional Online Shop Morivian bisa di minimalisir dengan berdagang lewat alat sosial.

2. Halangan dalam pemasaran di Online Shop Morivian

Bidang usaha bertumbuh dengan cepat lewat aktivitas bisnis jual beli alat online yang diketahui dengan berbelanja online. Jual beli online diketahui dengan kemudahannya dalam membeli- beli tanpa menghabiskan durasi serta daya. Pada Online Shop Morivian di temui sebagian perihal yang jadi halangan dalam berdagang dengan cara online.

a. Kegiatan

Instagram, Facebook, WhatsApp, Tik- Tok, Twitter, Line ialah sebagian alat sosial yang masuk dalam jenis jejaring sosial yang bisa diakses dengan gampang. Tetapi pada Online Shop Morivian Cuma memakai sebahagian dari itu. Akhir-akhir ini alat sosial di ramaikan dengan terdapatnya fitur live streaming dimana konsumen alat sosial bisa memberitakan aktivitasnya buat di melihat khalayak marak semacam pengikut. Hendak namun dari statment owner upaya menguraikan kalau dia belum sedia dengan cara psikologis.

b. Produk

Tingkatkan jumlah produk yang di tawarkan bisa membawa alamat kalau upaya sudah bertumbuh. Pada upaya ini, ibuk Monica belum dapat sediakan benda yang ready di tempat. Dalam tingkatan produk, upaya ini menggunakan artikel di alat sosial. Buat tingkatan produk pasti benda yang hendak di tingkatan bisa nampak ataupun ada, tetapi dari statment owner upaya itu

online shop morivian cuma bisa memposting bermacam produk ataupun beragam produk dalam tingkatan produk yang hendak di jual

c. Konsumen

Memakai tata cara pre instruksi tanpa mewajibkan pelanggan buat melunasi beres di wajah jadi salah satu kendala Online Shop Morivian sebab tidak sedikit dari pelanggan yang menghapuskan antaran mereka apalagi kala benda sudah hingga di tempat. Pastinya owner upaya cuma bisa menanggung perihal begitu sebab antaran owner upaya pada agen telah nyata tidak dapat di batalkan.

d. Pasar

Buat meluaskan sasaran pasar pasti butuh penjualan produk yang lebih besar. Pada upaya ini owner upaya belum menggunakan promosi prabayar ataupun bertugas serupa dengan selebgram ataupun yang lain. Jadi dalam menjual produk owner upaya serta rekan kerjanya cuma menggunakan alat sosial yang dipunyai.

e. Pemasaran.

Dalam pengembangan upaya terdapat sebagian aspek yang jadi pemicu penyusutan pemasaran. Sebagian di antara lain yang di natural oleh Online Shop Morivian cocok penjelasan dari owner upaya ialah terbatasnya bekal produk, berubahnya hasrat pelanggan, timbulnya benda pengganti yang membuat pelanggan mengubah antaran nya, serta timbulnya kompetisi. Sebagian aspek pemicu penyusutan pemasaran ialah terbatasnya persediaan produk, berubahnya hasrat pelanggan, timbulnya benda pengganti serta ketidak tersediaan agen. Dari penjelasan ibuk Monica lebih dahulu, bisa kita amati owner upaya hadapi halangan dalam pengembangan upaya dengan hasrat konsumen yang gampang berganti serta benda yang terbatas pada agen benda.

f. Laba

Harga nya lebih kecil ialah sesuatu usaha buat tingkatan daya muat pemasaran hendak namun tidak bisa dibidang tingkatan pemasukan kala harga pemasaran tidak cocok. Buat pengumpulan keuntungan ibuk Monica berkata kalau upaya yang di jalankannya mengutip keuntungan amat sedikit sebab memikirkan bermacam e- commerce yang muncul dikala ini menawarkan harga ekonomis pada konsumen.

Analisis Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pengembangan Usaha Online Shop Di Payakumbuh

Meningkatkan suatu upaya diiringi dengan upaya- upaya buat menggapai suatu tujuan. Online Shop Morivian berdagang dengan alat sosial serta menggapai upayanya dengan menggunakan alat sosial yang dipunyai. Oleh sebab itu Online Shop Morivian

melaksanakan sebagian kenaikan dalam usahanya supaya menggapai tujuan dalam meningkatkan upaya online shop.

1. Eksploitasi alat sosial yang dicoba Online Shop Morivian dalam Pengembangan Usaha

a. Kegiatan

Hasil analisa periset kalau dalam meningkatkan suatu upaya butuh melaksanakan aktivitas yang kreatif serta inovatif. Dalam upaya online shop, kreatif dalam memakai serta menggunakan alat sosial jadi nilai penting dalam tingkatan aktivitas suatu upaya.

b. Produk

Bagi analisa dalam pengembangan upaya, usaha tingkatan daya muat serta mutu produk yang dicoba Online Shop Morivian telah dicoba. Dibuktikan owner upaya yang memasok benda dari bermacam distributor yang terpercaya, jujur, bertanggung jawab tanpa melaksanakan pembohongan.

c. Konsumen

Usaha yang dicoba Online Shop Morivian buat menjaga serta tingkatan pelanggan nampak cuma dengan menggunakan alat sosial yang dipunyai. Bisa di buktikan dengan belum terdapatnya promosi prabayar yang dipasang oleh owner upaya.

d. Pasar

Bagi analisa periset yang dicoba di alun- alun Online Shop Morivian menjual upaya serta produknya sedang kurang. Ini dibuktikan dengan olshop yang cuma memakai alat sosial dalam menjual upaya serta produk. Menjual produk buat capaian yang lebih besar dirasa susah sebab keterbatasan pemilik upaya dalam menjajaki alat sosial. Lelet dalam menggunakan fitur yang terdapat pada alat sosial, ditambah dengan pemakaian alat sosial yang terbatas membuat online shop susah buat meluaskan sasaran pasar.

Begitu juga sabda Allah dalam Al- qur' an(Q. s Yusuf; 55)

خَزَّائِنَا لَا رُضَائِيَّ حَفِيطٌ عَلِيمٌ اجْعَلْنِي عَاقِلًا

Jadikanlah saya bendaharawan negeri(Mesir); Sebetulnya saya merupakan orang yang cerdas melindungi, lagi berpendidikan”(mardani, 2017)

Perihal ini pula legal kepada aplaus yang diserahkan seorang pada benda ataupun pelayanan yang ia jual, serta pastinya perihal ini lebih dibolehkan lagi dari menyanjung diri sendiri. Karena pada dasarnya hukum asal menyanjung diri sendiri itu ilegal melainkan sebab terdapat arti khusus semacam yang dituturkan di atas.

e. Penjualan

Kekurangan dalam berdagang online merupakan memakai sistem pre-order jadi salah satu perihal yang profitabel sekalian bisa mudarat owner upaya. Kala memesan suatu produk pelanggan tidak wajib melunasi di dini pemesanan, jadi pelanggan bisa menghapuskan pesanannya kadang-kadang.

Usaha yang dicoba owner upaya ialah dengan memajang produk yang dibatalkan pada etalase yang ada di rumah owner upaya. Kala pelanggan berdatangan mengutip produk antaran, pelanggan bisa memandang sebagian benda yang ada serta bila terpikat bisa membelinya dengan cara offline.

f. Laba

Usaha yang dicoba dicoba oleh Online Shop Morivian dalam meningkatkan upaya merupakan dengan tingkatan pemasukan pemasaran sebab bila pemasukan hadapi ekskalasi serta dari analisa periset bayaran operasional yang di keluarkan owner upaya konsisten hingga keuntungan yang hendak di dapat hadapi kenaikan.

KESIMPULAN

Memaksimalkan eksploitasi alat sosial dalam pengembangan upaya pada Online Shop Morivian dirasa sedang kurang diamati dari akun alat sosial yang di manfaatkan terbatas, setelah itu tidak memakai seluruh fitur yang ada pada alat sosial. Dalam pengembangan upaya olshop ini tidak sediakan benda ready wajib lewat pemesanan terlebih dulu. Advertensi yang dicoba sedang kurang ini dibuktikan dengan advertensi dari mulut ke mulut belum terdapat kerjasama dengan selebgram ataupun yang lain. Halangan dalam pemasaran di Online Shop Morivian merupakan Kerutinan owner upaya dalam melaksanakan usahanya cocok yang di jalankan seblumnya. Upaya Olshop Morivian belum sediakan benda ready tiap produk yang mau di beli wajib lewat pemesanan terlebih dulu. Dalam pemesanan benda tidak terdapat keharusan melunasi duit wajah kepada pelanggan, yang mana pelanggan bisa menghapuskan antaran kadang-kadang. Tidak hanya itu dalam meningkatkan upaya yang di jalankan yang jadi salah satu halangan merupakan berubahnya hasrat pelanggan.

Online Shop Morivian butuh memakai serta menggunakan seluru program alat sosial yang terdapat bersama fitur yang ada supaya capaian penjualan jauh lebih besar. Menggunakan alat sosial buat membuat konten yang kreatif supaya produk yang disajikan nampak menarik di mata pelanggan. Dalam tingkatan daya muat produk yang hendak di jual memperoleh agen benda dari bermacam agen menurapkan metode yang pas. Menjual upaya serta produk yang dijalani butuh menggunakan promosi prabayar atau kegiatan serupa pada public figure yang terdapat pada alat sosial. Online Shop morivian butuh menginovasi upaya yang di jalankan dengan berdagang yang lebih inovatif semacam live streaming serta lain

serupanya. Dalam pre- order owner upaya bisa mensiasati pelanggan dengan pembayaran duit wajah ataupun yang lain, supaya tidak terdapat pembatalan antaran di tengah- tengah cara pengiriman benda, alhasil bisa kurangi kerugian.

DAFTAR PUSTAKA

- A.Rafiq, *Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat*, vol.1, Global Komunika, 2020,
- Achmad Zurohman, *Jual Beli Online Dalam Perspektif Islam*, vol.5, Iqtishodiyah, 2019
- Alif Ryan, “Pengaruh Social media Marketing Terhadap Brand Trust Pada Followers Instagram Dompot Dhuafa Cabang Yogyakarta”, *Al-Idarah*, Vol. 1., No. 2, (2021)
- Amstrong dan Kotler. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Prehalindo: Jakarta.
- Anisa Kusnaeni, *Pelatihan Bisnis Fashion Melalui Whatsapp Dalammeningkatkan Pemberdayaan Bagi Umkm Cimahi*, vol. 3, jurnal comm-edu, 2020
- I Gede Dana, *Analisis Faktor-Faktor yang Menjelaskan Penurunan Penjualan Produk BUMdes di Kabupaten Karangasem*, vo.11, Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika, 2021,
- Jefkins, Frank. 2020. *Public Relations*. Erlangga: Jakarta.
- Justin G. Longenecker dkk. *Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil*. (Jakarta,Penerbit Salemba Empat, 2015)
- Karyoto, M.Si, *Proses Pengembangan Usaha*, (Semarang, karyoto 2021)
- Mardani, *Ayat-Ayat Dan Hadist Ekonomi Syariah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017)
- Mustika Hakim dan Ambar Lukitaningsih, *Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk Terhadapminatbelisepeda Motor Honda Di Kota Yogyakarta*, vol.2, Jurnal Ekobis Dewantara, 2019
- Nembah F. Hartimbul Ginting, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Yrama Widya, 2018)
- Rasmulia Sembiring, *Pengantar Bisnis*, (La Goods Publishing, September 2014
- Sadoko, et al, *Pengembangan Usaha Kecil: Pemihakan Setengah Hati*, (Bandung: Yayasan Akatiga, 2015),
- Sam'un Jaja Raharja, dan Sari Usih Natari, *Pengembangan Usaha Umkm Di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Penggunaan Dan Pengelolaan Media Digital*, vol.4, Pengabdian Kepada Masyarakat, 2021
- Simarmata, janner, dkk. *Hoax dan media sosial, sharing sebelum sharing* (cetakan pertama, yayasan kita menulis) 2019.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Uul Ulfah Fauziah dan Akhyar Eldine, *Sales Promotion Dan Harga Terhadap Volume Penjualan*, vol.2, jurnal ilmu manajemen, 2019