

**ANALISIS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP IBU RUMAH TANGGA
DALAM PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN**

Rizka Azkiya Megawati
Politeknik Bisnis Mayasari
rizka_azkiya@polbim.ac.id

Yanuar Aziz Reza Dwiyan
Politeknik Bisnis Mayasari
yanuarazizrd@gmail.com

naskah masuk: Januari 2023, naskah diterbitkan: Februari 2023

Abstrak:

Dalam melakukan suatu usaha, media sosial dapat dikatakan sebagai salah satu sarana untuk komunikasi pemasaran, sehingga dapat menimbulkan peluang bagi masyarakat dalam melakukan Pengembangan Kewirausahaan, khususnya Ibu Rumah Tangga yang minat dalam berwirausaha. Tujuan dari Penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar tingkat minat ibu rumah tangga dalam Pengembangan Kewirausahaan dengan menggunakan media sosial. Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif, dengan Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan observasi. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa ada beberapa hal yang dapat mendorong minat ibu rumah tangga dalam pengembangan kewirausahaan dengan menggunakan media sosial di Perumahan Grand Metro. Selain untuk memperoleh penghasilan sebagai penunjang kebutuhan keluarga, mengisi waktu luang dan menyalurkan hobi juga dapat mendorong minat Ibu Rumah tangga dalam berwirausaha. Namun penggunaan media sosial menjadi kendala bagi para ibu rumah tangga dalam melakukan pengembangan kewirausahaan. Oleh karena itu, perlu adanya pelatihan penggunaan media sosial untuk meningkatkan minat ibu rumah tangga dalam pengembangan kewirausahaan.

Kata kunci: Media Sosial, Pengembangan Kewirausahaan, Ibu Rumah Tangga.

Abstract:

In conducting a business, social media can be regarded as a means of marketing communication, so that it can create opportunities for the community to carry out Entrepreneurship Development, especially housewives who are interested in entrepreneurship. The purpose of this research is to find out and analyze how much the level of interest of housewives in Entrepreneurship Development by using social media. This study uses a qualitative method, with data collection techniques used are interviews and observation. Based on the results of the research, it shows that there are several things that can encourage housewives' interest in developing entrepreneurship by using social media at Grand Metro Housing. In addition to earning income to support family needs, filling free time and channeling hobbies can also encourage housewives' interest in entrepreneurship. However, the use of social media is an obstacle for housewives in developing entrepreneurship. Therefore, there

is a need for training in the use of social media to increase the interest of housewives in developing entrepreneurship.

Keywords: *Social Media, entrepreneurial development, House Wife.*

PENDAHULUAN

Tidak dapat dipungkiri bahwa perkembangan ilmu pengetahuan dan kecanggihan teknologi terus meningkat seiring dengan kemajuan zaman. Saat ini media sosial dapat dikatakan sebagai salah satu pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi, karena hampir semua orang menjadi ketergantungan akan adanya teknologi, bahkan setelah adanya internet, beragam informasi dapat diperoleh dengan mudah oleh setiap orang. Disamping itu, dalam melakukan suatu usaha, media sosial dapat dikatakan sebagai salah satu sarana untuk komunikasi pemasaran, karena media sosial merupakan program aplikasi online, platform, atau alat media massa yang memfasilitasi interaksi, kolaborasi, atau berbagai konten antara pengguna secara umum (Aji et al., 2020).

Media sosial memberikan dampak positif dalam memudahkan kita untuk berinteraksi dengan banyak orang, memperluas pergaulan, jarak dan waktu bukan lagi masalah, lebih mudah dalam mengekspresikan diri, penyebaran informasi dapat berlangsung secara cepat, biaya lebih

murah (Cahyono, 2016). Namun penggunaan media sosial dikalangan masyarakat masih menjadi suatu kendala, padahal media sosial lebih unggul daripada secara konvensional, seperti halnya informasi yang didapat banyak serta cepat, feedback secara terbuka, saling berkomentar dalam waktu cepat dan tidak terbatas (Ahmadinejad dan Asli, 2017).

Menciptakan lapangan pekerjaan dan melakukan suatu usaha menjadi pilihan bagi setiap orang, karena akan berhubungan dengan peluang dalam mendapatkan pendapatan yang lebih besar daripada bekerja menjadi karyawan di perusahaan. Kewirausahaan dapat dikatakan sebagai suatu proses kreatifitas dan inovasi yang mempunyai resiko tinggi dalam menghasilkan nilai tambah bagi produk yang bermanfaat bagi masyarakat serta kemampuan mendatangkan kemakmuran bagi pelakunya (Siswoyo, 2009). Sehingga pengembangan kewirausahaan dapat dikatakan sebagai karekteristik kemanusiaan yang berfungsi besar dalam mengelola suatu bisnis, karena pengusaha yang memiliki jiwa kewirausahaan akan

memperlihatkan sifat pembaharu yang dinamis, inovatif dan adaptif terhadap perubahan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi (Hadiyati, 2011).

Seiring dengan berjalannya waktu, perempuan banyak bermunculan sebagai pelaku bisnis, khususnya ibu rumah tangga. Hal tersebut demikian karena adanya dorongan akan kebutuhan hidup yang semakin tinggi setiap harinya, sehingga para ibu rumah tangga mencari solusi untuk membantu perekonomian keluarga. Sama halnya dengan yang dilakukan oleh para ibu rumah tangga di Perumahan Grand Metro Indihiang, yang mana disamping menjadi Ibu Rumah tangga, juga berperan sebagai wirausaha.

Dalam menjalankan suatu usahanya, para ibu rumah tangga di Perumahan Grand Metro Indihiang belum banyak menggunakan Media Sosial dalam pengembangan kewirausahaannya, sehingga perlu adanya pelatihan dalam pengembangan kewirausahaan dengan menggunakan media sosial. Berdasarkan uraian latar belakang diatas, penelitian ini berusaha merumuskan pengukuran bagaimana tingkat penggunaan media sosial terhadap Ibu rumah tangga dalam pengembangan kewirausahaan.

KAJIAN LITERATUR

Media Sosial

Media sosial telah menjadi solusi yang baik bagi perusahaan untuk mempromosikan produk dengan karakteristik yang terkadang sangat khusus (Roth dan Zawadzki, 2018). Seperti Facebook, WhatsApp, dan Instagram, dapat dikatakan sebagai media sosial yang sudah tidak asing lagi bagi masyarakat, karena Media sosial adalah layanan aplikasi berbasis internet yang mana konsumen dapat berbagi pendapat, sudut pandang, pemikiran dan pengalaman (Kaplan dan Haenlein, 2010). Keunggulan media sosial dibandingkan secara konvensional adalah informasi yang didapat banyak serta cepat, feedback secara terbuka, saling berkomentar dalam waktu cepat dan tidak terbatas (Ahmadinejad dan Asli, 2017).

Pengembangan Kewirausahaan

Pengembangan adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat melalui pemberian bimbingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan usaha-usaha kecil agar menjadi usaha yang tangguh dan mandiri (Hafsah, 2000 : 198). Sedangkan Kewirausahaan

dapat dikatakan sebagai suatu proses kreatifitas dan inovasi yang mempunyai resiko tinggi dalam menghasilkan nilai tambah bagi produk yang bermanfaat bagi masyarakat serta kemampuan mendatangkan kemakmuran bagi pelakunya (Siswoyo, 2009). Sehingga dalam hal ini dapat dikatakan bahwa pengembangan kewirausahaan merupakan kareakteristik kemanusiaan yang berfungsi besar dalam mengelola suatu bisnis, karena pengusaha yang memiliki jiwa kewirausahaan akan memperlihatkan sifat pembaharu yang dinamis, inovatif dan adaptif terhadap perubahan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi (Hadiyati, 2011).

Ibu Rumah Tangga

Ibu rumah tangga adalah wanita yang mayoritas waktunya dipergunakan untuk mengajarkan dan memelihara anak anaknya dengan pola asuh yang baik dan benar (Kartono, 2011, hal. 18). Disamping itu, Menurut Effendy (2004 : 32), ibu rumah tangga juga dapat dikatakan sebagai sosok ibu yang berperan dalam :

1) Mengurus rumah tangga seperti memasak, mencuci, menyapu dan kegiatan domestik lainnya;

2) Mengasuh dan mendidik anak anaknya sebagai satu kelompok dan peranan sosial;

3) Memenuhi kebutuhan efektif dan sosial anak-anaknya;

4) Menjadi anggota masyarakat yang aktif dan harmonis dilingkungannya yang diwujudkan dalam berbagai kegiatan seperti PKK, Arisan, Majelis Taklim.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Menurut Sugiyono (2009:15) penelitian kualitatif adalah suatu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data yang dilakukan secara purposive, teknik pengumpulan dengan triangulasi, analisis data bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dan observasi. Dalam Teknik pengumpulan data, wawancara dilakukan secara mendalam terhadap ibu rumah

tangga, sebanyak 11 Orang di Perumahan Grand Metro Indihiang.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisa Media Sosial yang sedang berjalan

Grand Metro merupakan Perumahan bersubsidi yang berada di Jalan Gunung Manggu No.11 Sukamajukaler, kecamatan Indihiang Tasikmalaya. Kegiatan operasional Grand Metro dimulai pada tahun 2019. Saat ini di Grand Metro Indihiang hampir 200 rumah yang sudah ditempati oleh warga, sehingga semakin banyak warga yang melakukan usaha di lingkungan Perumahan, khususnya para ibu rumah tangga. Namun, Ibu Rumah Tangga yang tetap menjalankan usahanya dari awal menempati perumahan sampai sekarang hanya 11 orang, karena berbagai faktor.

Berdasarkan hal tersebut, para Ibu Rumah Tangga sudah mulai menggunakan media sosial dalam mengembangkan usahanya, namun media sosial yang digunakannya belum terlalu banyak. Sebagian besar, media sosial yang digunakan oleh Ibu Rumah Tangga di Perumahan Grand Metro hanya aplikasi WhatsApp. Sedangkan media sosial lainnya seperti Instagram,

Facebook, TikTok, dan lain sebagainya hanya digunakan oleh beberapa orang saja. Hal tersebut demikian, karena ada beberapa hal yang menyebabkan ibu rumah tangga hanya menggunakan WhatsApp dalam mengembangkan usahanya, seperti menurut salah satu informan, sebagai berikut :

“Media sosial sudah digunakan, hanya WhatsApp saja, tapi marketplace juga ada seperti Shopee dan lainnya, soalnya berhubung sama faktor usianya, jadi pengennya yang simple aja gak mau ribet, jadi WhatsApp saja yang digunakan.”

Begitu juga pendapat yang disampaikan oleh informan yang lain, sebagai berikut:

“Medsos yang digunakan itu IG, Tiktok, facebook, dan marketplace seperti di Shopee, namun baru aktif lagi itu juga setelah vakum beberapa bulan karena kesibukan keluarga.”

Sama halnya dengan pendapat yang disampaikan oleh informan yang lain, sebagai berikut:

“WhatsApp media sosial yang digunakan saat ini, dulu pernah

menggunakan Instagram, namun itu juga yang jadi pengelola akunya anak saya. Dan Ketika anak saya sekarang sibuk, jadi dalam menjalankan usaha hanya WhatsApp saja yang digunakan, karena lebih mudah, gk susah."

Sehingga dapat dikatakan bahwa, media sosial sudah mulai digunakan oleh Ibu Rumah Tangga dalam kegiatan usahanya, namun media sosial WhatsApp yang baru ada, sehingga kedepannya diharapkan dapat mengembangkan kewirausahaan dengan menggunakan media sosial lainnya, seperti FB, IG, TikTok, dan lain-lain.

Minat berwirausaha

Sampai saat ini masih menjadi suatu pilihan bagi setiap orang, apakah akan melakukan suatu usaha, atau bekerja diperusahaan. Bahkan setelah menjalankan usaha, apakah usaha tersebut akan dijalankan secara *online* atau *offline*.

Latar Belakang Pendidikan dan Usia dapat mempengaruhi pola pikir masyarakat dalam berwirausaha. Hal tersebut disadari oleh Ibu Rumah Tangga yang berwirausaha di Perumahan Grand Metro, bahwa banyak

para Ibu yang minat berwirausaha itu karena hobi, mengisi waktu luangnya, bahkan dalam meningkatkan kebutuhan keluarga. Menurut salah satu informan, yang menyadari pentingnya Wirausaha dan mengharapkan adanya Peningkatan pendapatan dalam kebutuhan setiap harinya, sebagai berikut :

"Saya minat berwirausaha, karena diri sendiri. Awalnya dari hobi, dulu waktu dipesantren sempet jualan, nitip nitip gitu. Dan sekarang setelah nikah jadi suatu keharusan teh, untuk membantu ekonomi keluarga, gitu."

Sama halnya dengan pendapat yang disampaikan oleh informan yang lain, sebagai berikut:

"Berwirausaha memang dilakukan dari zaman dulu, jadi dari waktu masih muda, suka iseng jualan, karena hobi masak gitu, dan sampai sekarang ya masih jualan, alhamdulillah bertahap meskipun sudah tua."

Informan yang lainnya menyebutkan bahwa:

"Ya memang keinginan saya usaha sih, kebetulan suami juga sangat mendukung kalo saya usaha, anak juga masih kecil, jadi selain ngurusin

anak, juga berwirausaha untuk mengisi luang waktu, dan membuka peluang juga untuk yang lain.”

Sebagian besar ibu rumah tangga memiliki latar belakang Pendidikan SMK/SMA dan berusia ≥ 25 tahun. Hal tersebut demikian karena Hampir semua ibu rumah tangga mempunyai minat dalam berwirausaha, selain menjaga dan mengurus keluarga, juga mengisi luang waktu setiap harinya, dan membantu suami dalam meningkatkan pendapatan keluarga.

Penggunaan Media Sosial terhadap Pengembangan Kewirausahaan

Dalam meningkatkan keberhasilan usahanya, para Ibu Rumah Tangga di Grand Metro ingin selalu mengembangkan kewirausahaan, namun dalam proses pengembangan tersebut, tidak semudah yang dipikirkan, membutuhkan pengetahuan, keterampilan, dan mental yang baik untuk melakukan hal tersebut.

Usaha yang dijalankan oleh para ibu di Perumahan berbagai macam, mulai dari usaha kuliner, *Fashion*, bahkan jasa. Selain ingin memperbanyak jenis produk yang dihasilkan, para ibu juga ingin mengembangkan usahanya dengan menggunakan media sosial lainnya selain WhatsApp, sebagai alat promosi produknya.

Namun masih terkendala dalam proses penggunaan aplikasi tersebut.

Berikut kendala yang dihadapi oleh beberapa informan dalam pengembangan kewirausahaan dengan menggunakan media sosial, sebagai berikut :

“Usaha yang dijalankan saat ini cukup puas, namun Namanya manusia ingin selalu ada perkembangan. Pengennya ya ingin lebih kumplit lagi barangnya, dan yang paling penting ingin menggunakan medsos lain, selain WhatsApp, agar lebih banyak dikenal lagi oleh masyarakat. Tapi dikarenakan sibuk ngurusin anak, jadi mau menggunakan medsos lain itu gak ada waktu, karena kan medsos seperti IG, FB, kitanya harus fokus kan bikin konten .”

Begitu juga penuturan salah satu informan sebagai berikut :

“Untuk saat ini, dikarenakan belum banyaknya follower, jadi kurang dihiraukan karena postingannya belum banyak. Jadi untuk usaha saat ini belum merasa puas, karena omzetnya belum tinggi, masih minim. Penggunaan medsos sebenarnya bagus untuk mengurangi biaya, makanya Kedepannya pengen belajar copywriting

nya, bikin caption-caption, untuk menarik pembeli.

Sama halnya dengan pendapat yang disampaikan oleh informan yang lain, sebagai berikut :

“Kendala pasti ada saja, namun berhubung saya sudah tua, gak mau ribet, jadi mau menggunakan media sosial selain WA itu susah, karena gk paham, kalau dibilang minat ya minat menggunakan medsos, paling ya itu hanya menggunakan WhatsApp saja. Mudah mudahan ada semacam bimbingan atau pelatihan tentang bagaimana cara promosi menggunakan TikTok dan lainnya.”

Tingkat kepuasan yang dirasakan oleh para ibu rumah tangga dalam menjalankan usahanya sudah cukup puas, namun para ibu rumah tangga selalu berusaha untuk mengembangkan usahanya menjadi lebih baik, terutama untuk membantu suami dalam memenuhi kebutuhan keluarga.

Penilaian Ibu rumah tangga terhadap penggunaan media sosial, dapat dikatakan bagus, karena dengan adanya media sosial, kita menjadi lebih hemat dan cepat dalam mempromosikan Produk, juga tujuannya agar lebih banyak dikenali oleh orang banyak. Namun yang namanya kendala pasti

akan selalu ada, begitu juga yang disampaikan oleh para ibu rumah tangga ketika wawancara, yang masih terkendala dalam penggunaan media social tersebut, sehingga perlu adanya pelatihan dalam meningkatkan penggunaan media social dalam pengembangan kewirausahaan.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Semua ibu Rumah tangga di Grand Metro hampir sudah menggunakan media sosial dalam menjalankan usahanya.
- 2) Ibu Rumah Tangga yang berusia ≥ 40 tahun, Sebagian besar hanya menggunakan media sosial WhatsApp, dalam pengembangan kewirausahaan.
- 3) Minat Ibu Rumah tangga dalam berwirausaha di Grand Metro cukup banyak, yang termotivasi dari hobi, mengisi luang waktu, dan membantu perekonomian keluarga.
- 4) Tingkat kepuasan terhadap usaha yang dijalani oleh ibu rumah tangga di Grand Metro cukup puas, karena dengan

adanya media sosial menjadi terbantu dalam mempromosikan produk.

- 5) Penggunaan Media Sosial terhadap pengembangan kewirausahaan para ibu rumah tangga belum begitu banyak, karena masih terkendala dengan cara penggunaan media sosial lainnya selain WhatsApp.

Saran yang diberikan, berdasarkan hasil penelitian ini, sebagai berikut :

- 1) Untuk penggunaan media sosial, para Ibu Rumah Tangga perlu menambahkan media sosial yang lain seperti TikTok, instagram, youtube, facebook dan lainnya.
- 2) Perlu dilakukan bimbingan atau pelatihan bagi ibu rumah tangga dalam meningkatkan penggunaan media sosial berdasarkan pengembangan kewirausahaan, karena agar lebih memahami dan termotivasi dalam menjalankan usahanya.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmadinejad, B., & Asli, H. N. (2017). E-business through Social Media: a Quantitative Survey (Case Study: Instagram). *International Journal of Management, Accounting and Economics*, 4(1), 80–99.

Aji, P. M., Nadhila, V., & Sanny, L. (2020). Effect of social media marketing on instagram towards purchase intention: Evidence from Indonesia's ready-to-drink tea industry. *International Journal of Data and Network Science*, 4(2), 91–104.

B.B. Siswoyo, Pengembangan Jiwa Kewirausahaan di Kalangan Dosen dan Mahasisw, *Jurnal Ekonomi Bisnis*. Tahun 14, Nomor 2, Juli 2009.

Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial & Ilmu Politik* Diterbitkan Oleh Fakultas Ilmu Sosial & Politik, Universitas Tulungagung, 9(1), 140–157.

Effendy, O. U. (2004). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja.

E. Hadiyati, Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol.13, No. 1, Maret 2011, p.8-16.

Hafsah, M. J. (2000). *Kemitraan Usaha: Konsepsi dan Strategi*, Jakarta: PT. Pustaka Sinar Harapan.

Kaplan, .M dan Haenlein, M. 2010. Users of the world, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*

Kartono, K. (2011). *Psikologi Wanita Jilid II (Mengetahui Wanita Sebagai Ibu dan Nenek)*. Bandung: Mandar Maju

Roth, A., & Zawadzki, T. (2018). Instagram Asa Tool for Promoting Superfood Products. *Annals of Marketing*

Management and Economics, 4(1),
101–113.

Sugiyono. (2009). Metodologi Penelitian
Kuantitatif, Kualitatif dan E&P,
Bandung:Alfabeta