

## Journals of Economics Development Issues (JEDI)

URL : <http://JEDI.upnjatim.ac.id/index.php/JEDI>

JEDI

### ANALISA PENGARUH FAKTOR SOSIO-DEMOGRAFI TERHADAP PENGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA BERBISNIS

Aurelius Ratu, Edy Subali, Marsudi, Banu Prasetyo, Arfan Fahmi, Siti Zahrok, Enie Hendrajati, Niken Prasetyawati, Dyah Satya, Ratna Rintaningrum.

Departemen Studi Pembangunan, Fakultas Bisnis dan Manajemen Teknologi, ITS, Surabaya

Email : [aurelius.ratu@its.ac.id](mailto:aurelius.ratu@its.ac.id)

#### INFORMASI ARTIKEL

#### ABSTRACT

*Article history:*

Dikirim tanggal: 11 September 2019

Tersedia online tanggal 17  
September 2019

**Key words :** *technology, social media, business durability, Education.*

*In the current world, the use of technology for business purpose has increased and become one of the indicators in the economic development of society. Aiming at increasing the economic potential of the community through the use of social media, the research was conducted in one of the Gebang Putih Villages. Using the regression analysis method with a level of significance (p-value) between 0.05-0.1 and descriptive-qualitative in the form of exposure to marketing strategies, the tendency of the community to be positively influenced by the durability factor of the business in which the passion has its root as well as the level of Education. These results show that the use of technology is not yet completely believed to be able to help the economy development. The impact for the social benefits seemingly was affected by perceive usefulness of social media and the ease of use it in the daily life.*

## **PENDAHULUAN**

Dunia pada hari ini telah memasuki sebuah era baru yang disebut sebagai era *Industrial Revolution 4.0* atau yang selanjutnya disingkat menjadi I.R 4.0 (Schwab, 2016). Era ini telah banyak membuat perubahan bagi kehidupan manusia. Klaus Schwab menjelaskan bahwa dalam I.R 4.0 yang terjadi pada sekitar tahun 2010an ditandai dengan rekayasa intelegensia dan *internet of thing* (iot) sebagai tulang punggung pergerakan dan konektivitas manusia dan mesin.

Dalam konteks ekonomi, peran I.R 4.0 sangat fundamental, revolusi ini tidak saja mengubah struktur bisnis, namun juga paradigma berbisnis. Hal itu dapat dilihat ketika seseorang bisa memiliki “usaha” namun tidak memiliki barang produksi, sebagaimana hal itu terjadi dalam bisnis *reseller* dan *dropshiper* pada bisnis *e-commerce*. Seseorang juga dapat memiliki “usaha taxi” tanpa memiliki armadanya, karena dimungkinkan dalam mekanisme *taxi daring*. Inilah yang disebut bergesernya pradigma bisnis dari *owner* menjadi *sharing* ekonomi. Jadi, bukan hanya jenis bisninsya yang berubah, tapi paradigma atau fundamental bisnisnya yang berubah. Perubahan ini seringkali oleh para *futurelog* disebut sebagai disrupsi (Christensen, 1997). Disrupsi merupakan kondisi ketika sebuah bisnis dituntut untuk terus berinovasi mengikuti perkembangan, sehingga bisnis tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan sekarang, namun dapat mengantisipasi kebutuhan di masa mendatang.

Dewasa ini, perubahan merupakan sebuah keniscayaan, yang mau tidak mau, siap tidak siap harus dihadapi. Oleh karena itu, untuk menghadapi perubahan itu maka perlu disiapkan setidaknya dua hal: sumber daya manusia (SDM) yang kreatif dan fundamental bisnis yang adaptif dengan perkembangan zaman. Dalam rangka pemenuhan dua komponen tersebut, maka Insitut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) sebagai instansi pendidikan melalui beberapa Pusat Studi-nya memiliki kewajiban untuk memberdayakan masyarakat yang berada di sekitar ITS.

Abdimas berbasis penelitian ini memberikan fokus perhatian hanya pada Kelurahan Kejawan Gebang Putih, Kecamatan Sukolilo.

Beberapa penelitian terdahulu atas kelurahan ini telah memaparkan potensi dan tantangan yang ada. Hal ini dapat dilihat dari publikasi pada tahun 2016 yang memaparkan analisa kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) atau disingkat (SWOT) Pemetaan Sosial Ekonomi oleh Tim dari Pusat Studi Potensi Daerah dan Pemberdayaan Masyarakat ITS. Hasil dari pemetaan sosial ekonomi pada masyarakat di Kelurahan Kejawan Gebang Putih dikatakan sebagian besar usaha ekonomi berskala rumah tangga, mayoritas bekerja sebagai wiraswasta, dan tingkat pengangguran dengan 11% kepala keluarga (KK) tidak bekerja.

Sementara itu, modal sosial yang dimiliki oleh warga Kejawan Gebang Putih diantaranya mudah beradaptasi, akrab dan plural karena banyak warga pendatang. Kehidupan sosial di Kejawan Gebang Putih secara umum tergolong tenang dan nyaman. Meskipun tingkat pendidikan sebagian besar KK hanya lulusan SMA, namun piramida penduduknya tergolong penduduk muda (*ekspansive*). Penting juga untuk dikatakan bahwa pengaruh ITS bagi masyarakatnya tergolong sedang bila dibandingkan dengan (Keputih yang berkorelasi positif dan signifikan atau Kejawan Putih Tambak yang berkorelasi positif tapi tidak signifikan) (Sutikno, Baihaqi, Dewi, Yusuf, & Sari, 2016).

Berdasarkan pada pulikasi ilmiah hasil penelitian yang terbit tahun 2018 dikatakan bahwa 27,06% penduduk Kejawan Gebang Putih berada dalam kemiskinan, 30% masyarakatnya berwiraswasta (paling rendah di antara Keputih dan Kejawan Tambak), dan modal sosial masih memperlihatkan hasil seperti tahun 2016 (Tucunan, Ridwan, Putri, & Soedjono, 2018). Berkaitan dengan aspek ekonomi, dua hasil penelitian di atas tersebut tampaknya memperlihatkan tren penurunan kapasitas perekonomian di Kejawan Gebang Putih.

Pengertian pengembangan kapasitas memang secara terminologi masih ada perbedaaan pendapat, sebagian orang merujuk kepada pengertian dalam konteks kemampuan (pengetahuan, keterampilan) sebagian lagi mengartikan kapasitas dalam konteks yang lebih luas termasuk di dalamnya soal sikap dan perilaku. Sebagian ilmuwan juga melihat pengembangan kapasitas sebagai *capacity development* atau *capacity strengthening*, yakni mengisyaratkan suatu prakarsa pada pengembangan kemampuan yang sudah ada (*existing capacity*). Sementara yang lain lebih merujuk pada *constructing capacity* sebagai proses kreatif membangun kapasitas yang belum nampak (*not yet exist*) (ILATO, 2017). Dengan tren seperti disebutkan di atas, asumsi awal yang muncul adalah pengaruh eksternal (pemanfaatan teknologi terutama media digital/sosial) menjadi faktor utama penyebab menurunnya perekonomian.

**METODOLOGI PENELITIAN**

**Tolak Ukur**

Sebagai tolak ukur pengabdian, kami melakukan survey awal atas data yang kami kumpulkan. Untuk tujuan ini, pengabdian kami terbatas dan memberi fokus pada masyarakat di RW 04 Kelurahan Gebang Putih yang terdiri dari kurang lebih 50 Kepala Keluarga. Dari 4 pertemuan yang kami rencanakan, baru terlaksana 2 kali pertemuan. Pertemuan pertama lebih memberi perhatian pada pentingnya peran media internet melalui aplikasi media sosial dalam pengembangan usaha serta menyaring aspirasi, tantangan, dan kendala dari masyarakat yang hadir. Setelah data terkumpul melalui data RW dan questioner yang dibuat, kami lantas mengembangkan beberapa variable yang menjadi acuan penilaian dan pengukuran. Acuan ini didasarkan pada masukan berkaitan dengan techno-entrepreneurship, data sosial demografi, dan beberapa aspek manajerial keuangan. Variabel-variabel tersebut kami susun menjadi unsur penilaian dalam bentuk perlombaan. **Tabel 1** memperlihatkan variabel-variabel untuk aspek penilaian yang kami buat.

**Tabel 1: Variabel Pengukuran**

Kategori	Kriteria Penilaian	Poin Total
Pendahuluan	Salam	5
	Perkenalan	5
	Yel-yel (kreativitas)	5
	Kekompakan	5
Konten/Isi	Kemampuan melihat masalah dalam menjalani usaha selama ini	10
	Kemampuan melihat peluang usaha yang ditawarkan melalui media sosial/dukungan media sosial dalam berusaha	20
	Mampu melihat produk apa saja yang sesuai untuk dipasarkan (termasuk produk dari usaha yang sama)	10
	Keunikan dari usaha yang ditawarkan Misal: Pecel dengan <i>sambal belimbing</i> (sambal belimbing menjadi nilai jual)	10
	Terdapat <i>passion</i> dalam menjalankan usaha tersebut	10
	Kemampuan melakukan penghitungan pemasukan-pengeluaran	10
	Informasi usaha tersebut dapat dikomunikasikan dengan baik kepada peserta lain	10
Penutup		

Dalam perlombaan yang kami adakan di pertemuan kedua, unsur penilaian lebih

difokuskan pada strategi pemasaran melalui media sosial meskipun unsur lain tetap menjadi bagian penting dalam penilaian.

**Partisipan**

Dari undangan yang disebar, hanya 29 Kepala Keluarga yang bersedia hadir dalam 2 kali pertemuan yang kami laksanakan. Semuanya berasal dari RW 04 Kelurahan Gebang Putih. Sebagai usaha untuk menyemangati antusias dan kehadiran, di akhir acara kami membagikan uang transport sebagai ucapan terima kasih. Dari 29 peserta ini, kami lantas mengelompokkan mereka ke dalam 5 kelompok. Data yang berkaitan dengan partisipasi masyarakat yang hadir serta jenis usaha ekonomi yang mereka lakukan dapat dilihat di **appendiks 1**. Dalam perlombaan, masing-masing kelompok diberi waktu 10 menit

untuk memaparkan strategi pemberdayaan. Lima menit sampai 10 menit berikutnya adalah tanya jawab dari juri kepada masing-masing kelompok.

**Analisis Data**

Ada 2 Tehnik Analisa yang kami gunakan untuk memahami situasi perekonomian masyarakat Gebang Putih RW 04. Pertama adalah deskriptif-kualitatif. Teknik ini digunakan untuk menganalisa bagaimana tantangan, peluang, kemampuan selama tiap kelompok presentasi dalam memasarkan produk olahan rumah tangga melalui media sosial. Berdasar pada penilaian atas 5 kelompok yang tampil mempresentasikan strategi pemberdayaan ekonomi rumah tangga melalui media sosial, dapat diperoleh data sebagai yang disajikan dalam tabel 2.

**Tabel 2 : Total Nilai Masing-Masing Kelompok**

	Klp 1	Klp 2	Klp 3	Klp 4	Klp 5	TOTAL TIAP VARIABEL
1. Kemampuan melihat masalah dalam menjalani usaha selama ini	25	20	23	23	21	<b>112</b>
2. Kemampuan melihat peluang usaha yang ditawarkan melalui media sosial/dukungan media sosial dalam berusaha	54	43	48	29	48	222
3. Mampu melihat produk apa saja yang sesuai untuk dipasarkan (termasuk produk dari usaha yang sama)	23	21	20	19	21	104
4. Keunikan dari usaha yang ditawarkan. Misal: Pecel dengan <i>sambal belimbing</i> (sambal belimbing menjadi nilai jual)	24	20	19	17	23	103
5. Terdapat <i>passion</i> dalam menjalankan usaha tersebut	26	24	24	25	24	<b>123<sup>a</sup></b>

6. Kemampuan melakukan penghitungan pemasukan-pengeluaran	16	18	18	16	17	85 <sup>b</sup>
7. Informasi usaha tersebut dapat dikomunikasikan dengan baik kepada peserta lain	23	18	23	20	19	103
<b>TOTAL NILAI</b>	191	164	175	149	173	

Ket.: a. Kekuatan dari total nilai tiap kelompok untuk masing-masing variabel yang diperlombakan  
 b. Kelemahan dari total nilai tiap kelompok untuk masing-masing variabel yang diperlombakan

Dan kedua adalah teknik deskriptif-kuantitatif yang digunakan untuk mengolah data hasil questioner. Hasil korelasi data dapat dilihat pada tabel 3.

**Tabel 3 : Korelasi Sosial-Demografi dengan Penggunaan Media Sosial dalam Bisnis/Usaha**

Media Sosial Untuk Usaha		
Usia	p-value	0,419
JenisKelamin		0,121
Asal Daerah		0,397
Usia Pernikahan		0,511
Pendidikan Terakhir		0,052*
Usaha Pokok		0,508
Berapa Lama Menjalani usaha pokok		0,037**
Jml Anak yang masih ditanggung		0,397

**Keterangan :** \*. Tingkat Signifikansi korelasi = 0.10 (hubungan 2 arah).  
 \*\*. Tingkat Signifikansi korelasi = 0.05 (hubungan 2 arah).

Dengan tingkat validitas semua variabel (KMO and Bartlett's Test) sebesar 0.505 dan menggunakan analisa regresi, pengaruh variabel-

variabel terhadap kecenderungan untuk menggunakan media sosial dalam berbisnis dapat dilihat pada tabel 4.

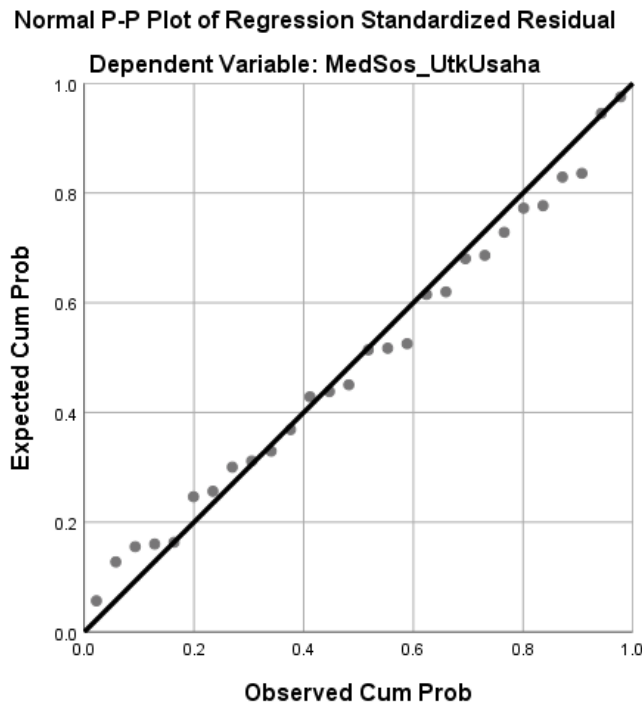
**Tabel 4**

Model	Nilai keeratan	Koefisien Determinan ( <i>R Square</i> )	Koefisien Determinan yang telah disesuaikan ( <i>Adjusted R Square</i> )	Ukuran Kesalahan Prediksi ( <i>Std. Error of the Estimate</i> )
<b>1</b>	.620 <sup>a</sup>	0,385	0,126	0,471

Ket. a. Predictors: (Constant), Jml\_Anak\_Tanggung, Pddk\_Akhir, Asal, Usaha\_Pokok, Berapa\_Lama, Usia\_Nikah, JenisKelamin, Usia.  
 b. Dependent Variable: Media Sosial Untuk Usaha

Meskipun tingkat kesalahan prediksi cukup besar, grafik menunjukkan model regresi yang dipakai adalah baik dan bisa dilihat pada gambar 1.

Gambar 1 : Gambar grafik uji normalitas residual



**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Rubrik Penilaian Perlombaan**

Hasil analisa data berdasar pada rubrik variabel yang diperlombakan untuk tiap variabel (7 variabel) yang menggabungkan nilai dari 5 kelompok memperlihatkan bahwa kekuatan berada dalam kemauan dan niat (*passion*) dalam menjalankan usaha yang ada dan diikuti dengan mampu melihat masalah yang muncul dari usaha yang dijalani. Sementara kelemahan utama dari lima kelompok ini adalah kemampuan untuk membuat pembukuan pemasukan dan pengeluaran yang diikuti dengan keunikan usaha yang ditawarkan Bersama dengan variabel penyampaian informasi kepada masyarakat luas. Dari tabel 2 tersebut dapat disimpulkan bahwa kelompok 1 mendapat nilai tertinggi. Dapat dikatakan bahwa Kemampuan melihat peluang usaha yang ditawarkan melalui media sosial/dukungan media sosial dalam berusaha sangat memuaskan. Akan tetapi, pada variabel kemampuan pembukuan keuangan justru kelompok 1 mendapat nilai paling rendah dari antara kelompok lainnya. Sementara kelompok 3, kelompok 5, kelompok 2 dan kelompok 4

berturut-turut berada di belakang total nilai kelompok 1.

**Demografi Sosial**

Tabel 3 memperlihatkan bahwa pengaruh antara penggunaan media sosial untuk berusaha dan durasi lamanya usaha tersebut dijalani berkorelasi sangat kuat ( $p\text{-value} < 0.05$ ). Hubungan pengaruh ini diikuti oleh variabel Pendidikan terakhir ( $p\text{-value} < 0.1$ ). Sementara variabel lainnya kurang memiliki pengaruh signifikan. Tabel 4 memperlihatkan bahwa nilai keeratan sebesar 0.620. Ini berarti bahwa semua variabel tergantung setidaknya memiliki pengaruh yang cukup atas penggunaan media sosial untuk berusaha bagi masyarakat sekitar. Jika diprosentasikan, pengaruh ini sebesar 38,5% untuk tiap-tiap variabel. Namun, ketika disesuaikan untuk semua variabel (dihitung bersama-sama), pengaruh semua variabel gabungan justru sebesar 12,6% untuk pengaruh atas penggunaan media sosial dalam berusaha.

**Pembahasan**

Melalui hasil dari rubrik penilaian lomba serta analisa data questioner dapat dilihat bahwa keinginan dan hasrat (*passion*) ternyata memiliki kesinambungan dengan durasi dalam menjalankan usaha dan durabilitas ini cenderung

lebih didukung oleh faktor Pendidikan tinggi. Hasil ini menunjukkan bahwa usaha yang dijalani hanya mungkin dapat berkembang melalui media sosial jika didukung oleh durabilitas usaha yang dijalani serta Pendidikan terakhir yang mereka miliki. Penekanan pada pemasaran melalui media sosial bukan tanpa alasan. Dari kesan yang kami dapatkan, masyarakat sekitar menyadari bahwa sekarang teknologi merupakan tren dari perkembangan baru di dunia ini. Pemanfaatan teknologi dapat menghasilkan produk bernilai tambah bahkan memiliki nilai jual tinggi.

Dalam penelitiannya atas bagaimana perubahan teknologi itu harus disikapi, Nawaz Sharif menyatakan bahwa terdapat semacam pengakuan bersama bahwa perkembangan teknologi harus memberikan dasar bagi kesejahteraan ekonomi (Sharif, 1994). Menurutnya, di negara-negara berkembang, perhatian atas kemajuan teknologi sangatlah kurang. Ini menyebabkan dampak bukan hanya bagi pelaku ekonomi, tapi juga bagaimana kebijakan publik itu sendiri harus dijalankan oleh pemerintah. Banyak diantara masyarakat yang usahanya kemudian hanya jalan ditempat, atau bahkan merugi.

Beberapa faktor yang bisa diamati berdasar pada survey awal dan hasil analisa kami antara lain, pertama, sulitnya mencari pembeli (konsumen) yang beragam. Ini terjadi karena sebagian besar pendatang di daerah tersebut berasal dari mahasiswa. Ini menyebabkan tantangan sendiri dalam pemasaran produk. Kedua, persoalan kualitas SDM masih menjadi kendala yang utama. Tingkat Pendidikan sebagaimana hasil analisa di atas memperlihatkan pengaruh yang cukup signifikan. Ketiga, buruknya manajerial bisnis yang menyangkut persoalan administrasi dan pengelolaan keuangan akhirnya menjadi kelemahan mendasar bagi pemberdayaan ekonomi rumah tangga ini. Menurut Gardner dan Amoroso, maksud dan tujuan seseorang atau masyarakat menentukan bagaimana sistem teknologi itu sendiri (Gardner & Amoroso, 2004). Hasil analisa mengindikasikan bahwa pemasaran produk melalui media sosial dipengaruhi oleh faktor tingkat Pendidikan, durabilitas usaha dan semangat/gairah (*passion*). Tiga variabel ini menjadi prediktor penting untuk menilai kemampuan masyarakat dalam memasarkan produk mereka melalui media sosial dan sesuai dengan beberapa penelitian sebelumnya (Hardill

& Olphert, 2012; Nayak, Priest, & White, 2010; Stal & Paliwoda-Pękosz, 2018).

## **SIMPULAN**

Keyakinan masyarakat bahwa teknologi, secara khusus penggunaan media sosial, dapat meningkatkan kesejahteraan perekonomian perlu mendapat perhatian serius. Bukan semata karena dewasa ini teknologi media sosial telah menjadi sarana dalam peningkatan perekonomian, tapi juga karena bagaimana teknologi itu sendiri dapat dirasakan kebermanfaatannya dan kemudahan dalam penggunaan. Walaupun tingkat Pendidikan secara signifikan berkorelasi positif dengan penggunaan media sosial untuk bisnis, durabilitas usaha ternyata mempengaruhi pula. Artinya, proses untuk sampai pada penggunaan media sosial sebagai sarana usaha/bisnis, mengandaikan pemahaman akan kebermanfaatannya dan kemudahan penggunaan media sosial itu sendiri.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Christensen, C. (1997). *The Innovator's Dilemma*. Harvard Business.
- Gardner, C., & Amoroso, D. L. (2004). Development of an instrument to measure the acceptance of Internet technology by consumers. In *37th Annual Hawaii International Conference on System Sciences, 2004. Proceedings of the* (Vol. 32, p. 10 pp.). IEEE. <https://doi.org/10.1109/hicss.2004.1265623>
- Hardill, I., & Olphert, C. W. (2012). Staying connected: Exploring mobile phone use amongst older adults in the UK. *Geoforum*, 43(6), 1306–1312. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2012.03.016>
- ILATO, R. (2017). *CAPACITY BUILDING PEMERINTAH DAERAH MENUJU GOOD GOVERNANCE* (1st ed.). Gorontalo: Ideas Publishing.
- Nayak, L. U. S., Priest, L., & White, A. P. (2010). An application of the technology acceptance model to the level of Internet usage by older adults. *Universal Access in the Information Society*, 9(4), 367–374. <https://doi.org/10.1007/s10209-009-0178-8>
- Schwab, K. (2016). *The Fourth Industrial Revolution*. New York: Crown Publisher.
- Sharif, N. (1994). Technology change management: Imperatives for developing economies. *Technological Forecasting and Social Change*, 47(1), 103–114. [https://doi.org/10.1016/0040-1625\(94\)90043-4](https://doi.org/10.1016/0040-1625(94)90043-4)

- Stal, J., & Paliwoda-Pekosz, G. (2018). The Acceptance of Mobile Technology in Knowledge Providing Model from the Perspective of User's Characteristics BT - Information Systems: Research, Development, Applications, Education. In S. Wrycza & J. Maślankowski (Eds.) (pp. 57–67). Cham: Springer International Publishing.
- Sutikno, S., Baihaqi, I., Dewi, D. S., Yusuf, M., & Sari, N. I. (2016). Pemetaan Sosial dan Ekonomi Masyarakat Di Sekitar Kampus ITS Surabaya. *The 2nd Conference on Innovation and Industrial Applications (CINIA 2016)*, (Cinia), 23–29.  
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.12962/j23546026.y2018i1.3339>
- Tucunan, K. P., Ridwan, Y. H., Putri, A. S., & Soedjono, E. S. (2018). Sustainable kampong model in Kelurahan Keputih, Kejawan Putih Tambak and Gebang Putih of Surabaya City. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 202, 12075.  
<https://doi.org/10.1088/1755-1315/202/1/012075>