

PENERAPAN BAHASA INDONESIA YANG BAIK DALAM MEMUDAHKAN PENJUALAN BARANG MELALUI *E-COMMERCE*

Zulkarnain Sirait¹, Amalia², Durahman Marpaung³

Sistem Informasi STMIK Royal^{1,2}, Manajemen STIEMA³

e-mail : zulkarnaensrt123@gmail.com, amelkhana90@gmail.com , durahmanmarpaung1502@gmail.com

Abstrak

Penerapan bahasa Indonesia bagi manusia sangat penting selain sebagai media untuk mengekspresikan diri, perasaan, pikiran, keinginan serta kebutuhannya, baik sebagai makhluk pribadi maupun sosial, serta sebagai alat integrasi dan adaptasi sosial antar manusia dalam mengembangkan peradabannya. Orang menggunakan bahasa sebagai alat komunikasi dalam aktifitasnya di masyarakat. Di dalam pemasaran barang ternyata perlu juga menggunakan bahasa yang mempunyai nilai jual terhadap konsumen. Pemasaran merupakan unsur yang cukup vital dari sebuah keberlangsungan usaha bisnis. Dimana pemasaran menggunakan komunikasi yang baik. Termasuk di dalam dunia digital, penjualan produk sekarang melalui online. Dengan menggunakan online harus mampu menggunakan kata kata dalam tata bahasa pemasaran yang menarik. Perkembangan pesat internet dan teknologi, melahirkan berbagai peluang dalam bisnis yaitu salah satunya *E-Commerce*. *E-Commerce* merupakan sebuah media online yang digunakan untuk aktifitas yang berkaitan dengan penjualan, pembelian, dan pemasaran barang atau jasa. E-commerce melibatkan kegiatan teknologi internet lainnya seperti transaksi dana elektronik atau yang biasa disebut dengan m-banking, pertukaran data elektronik, sistem pengumpulan data otomatis, dan sistem inventori otomatis.

Kata kunci : Bahasa, Penjualan, *E-Commerce*

Abstract

The application of Indonesian for humans is very important apart from being a medium for expressing themselves, feelings, thoughts, desires and needs, both as personal and social beings, as well as as a means of integration and social adaptation between humans in developing their civilization. People use language as a means of communication in their activities in society. In the marketing of goods, it is necessary to use language that has a selling value to consumers. Marketing is a vital element of a business continuity. Where marketing uses good communication. Including in the digital world, product sales are now online. By using online must be able to use words in an attractive marketing grammar. The rapid development of the internet and technology has given rise to various opportunities in business, one of which is E-commerce. E-commerce is an online media that is used for activities related to the sale, purchase, and marketing of goods or services. E-commerce involves other internet technology activities such as electronic fund transactions or what is commonly referred to as m-banking, electronic data exchange, automated data collection systems, and automated inventory systems.

Keywords: Language, Sales, E-Commerce

PENDAHULUAN

Fungsi bahasa dalam komunikasi bisnis merupakan komponen yang bisa mengembangkan bisnis dengan lebih baik. Bahasa, bagaimana pun juga, merupakan salah satu komponen-komponen komunikasi yang tentu saja tidak bisa dilepaskan begitu saja. Tanpa adanya bahasa, komunikasi mungkin tidak bisa terjadi dengan begitu baik. Dalam komunikasi secara umum, bahasa saja sudah menjadi faktor yang penting. Apalagi bila kita membicarakan komunikasi bisnis, maka bahasa memang perlu untuk diperhatikan.

Perkembangan era globalisasi sekarang ini ditandai oleh berbagai macam perubahan. Sebagai contoh yang sangat terlihat adalah perkembangan di bidang teknologi. Teknologi merupakan hal yang tidak terlepas dari kehidupan kita sehari-hari, baik dalam pekerjaan, sekolah maupun sekedar hiburan. Salah satu fenomena yang menarik dari perkembangan teknologi adalah munculnya internet. Di Internet kita tidak ketemu tatap muka tetapi secara virtual oleh sebab itu diharapkan penggunaan bahasa yang memberi kesan baik dan benar.

Dalam bidang perdagangan, adanya teknologi internet memungkinkan transaksi bisnis tidak hanya dilakukan secara langsung, melainkan dapat menggunakan teknologi ini. Media internet sendiri mulai banyak dimanfaatkan sebagai media aktivitas bisnis terutama karena kontribusinya terhadap efisiensi. Efisiensi merupakan salah satu keuntungan dalam transaksi melalui media internet karena penghematan waktu, baik karena tidak perlunya penjual dan pembeli bertemu secara langsung, tidak adanya kendala transportasi. Manfaat online store yang lain bagi konsumen adalah bahwa mereka dapat berbelanja tanpa meninggalkan rumah atau membandingkan harga suatu produk dari satu toko ke toko lainnya hanya dengan mengklik beberapa tombol. Aktivitas atau transaksi perdagangan melalui media internet ini dikenal dengan istilah *electronic commerce* atau *e-commerce*.

METODE

Kegiatan sosialisasi Penerapan Bahasa Indonesia Yang Baik Dalam Memudahkan Penjualan Barang Melalui *E-Commerce* diselenggarakan dan dilaksanakan dalam tiga tahapan sebagai berikut :

Tahap Persiapan

Pada tahap ini dilakukan kegiatan pertemuan dengan kordinator Perwakilan Pengurus PC. Pemuda Muslimin Kabupaten Asahan. Pihak Perwakilan Pengurus PC. Pemuda Muslimin Kabupaten Asahan menjelaskan tentang adanya pemberian sosialisasi kepada semua pengurus, ini merupakan terkait dengan visi misi tim dalam pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi. Hal yang dipersiapkan, mengenai sasaran peserta, syarat peserta, jumlah peserta, tempat Pembagian tugas kepada anggota tim, penyusunan materi dan persiapan pendukung lainnya.

Masalah penting yang sekarang juga dihadapi oleh para pengguna *E-Commerce* yaitu faktor kepercayaan dan keamanan. Dimana *E-Commerce* lebih mengandung sebuah ketidakpastian dan risiko, dibandingkan dengan pembelian tidak online atau konvensional. Dalam *E-Commerce* kegiatan dilakukan antara penjual dan pembeli dengan tidak saling bertemu pada saat transaksi berlangsung. Kepercayaan merupakan kesediaan konsumen untuk mempercayai atau mengendalikan produk atau jasa dalam situasi berisiko karena adanya harapan bahwa produk atau jasa yang bersangkutan akan memberikan hasil yang positif.

Tahap Pelaksanaan

Pelaksanaan pelatihan ditujukan kepada 30 orang Pengurus PC. Pemuda Muslimin Kabupaten Asahan. Kegiatan ini dilakukan dengan melakukan tatap muka interaktif dengan peserta, menggunakan media pembelajaran *slide/power point* untuk memudahkan masyarakat memahami materi sosialisasi.

Tahap Evaluasi

Pada tahap evaluasi dilakukan penilaian keberhasilan peserta menangkap materi sosialisasi yang dilaksanakan pada Pengurus PC. Pemuda Muslimin Kabupaten Asahan. Para peserta diberikan kuesioner mengenai hal-hal berkaitan Penerapan Bahasa Indonesia Yang Baik Dalam Memudahkan Penjualan Barang Melalui *E-Commerce*. Untuk melihat sejauh mana pemahaman Para peserta terhadap materi yang telah disampaikan. Kuesioner yang diberikan berisikan pertanyaan-pertanyaan tertutup.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil kegiatan sosialisasi dapat terlihat bahwa sosialisasi Penerapan Bahasa Indonesia Yang Baik Dalam Memudahkan Penjualan Barang Melalui *E-Commerce* dilaksanakan dengan baik dan lancar sesuai dengan rencana yang telah ditentukan. Seluruh peserta menyatakan bahwa kegiatan sosialisasi sangat bermanfaat karena dapat meningkatkan wawasan pengetahuan dalam pemasaran suatu barang maupun jasa dengan cara berkomunikasi dengan baik.

Penerapan bahasa indonesia yang baik dalam memudahkan penjualan barang melalui *E-Commerce* ini sangat penting, sebab masyarakat Indonesia saat ini lebih memilih untuk melakukan pembelian atau penjualan barang dengan transaksi secara langsung atau *offline* karena mereka tidak mempercayai bisnis online. Dengan masih kurangnya masyarakat Indonesia dalam memanfaatkan berkembangnya teknologi yang menjadikan kurangnya pertumbuhan *E-Commerce* di Indonesia. Hal yang menyebabkan kurangnya minat konsumen Indonesia untuk melakukan pembelian secara online adalah karena masyarakat belum yakin atau percaya serta merasa tidak aman dengan berbagai hal dan masyarakat masih mempertimbangkan

persepsi penjelasan dan harga dalam melakukan transaksi secara *online*. Disini diperlukan penjelasan bahasa dengan baik dan myakinkan terhadap konsumen dengan bahasa Indonesia dan komunikasi yang handal dan super.

Para pelaku usaha *e-commerce* harus memberikan pelayanan dan kualitas, agar dapat menciptakan kepercayaan pada setiap konsumen. Menjelaskan bahwa cakupan *e-commerce* tidak hanya sekedar transaksi keuangan secara elektronik melalui organisasi dan pelanggan saja melainkan juga tertuju pada semua mediasi transaksi secara elektronik antara organisasi dan pihak ketiga. Dimana dengan definisi tersebut permintaan pelanggan berupa informasi juga merupakan bagian dari *e-commerce*. Selain itu metode pembayaran adalah salah satu hal penting yang sering menjadi bahan pertimbangan bagi konsumen untuk bertransaksi secara *online*, hal yang menjadi risiko pengguna *e-commerce* baik pembeli ataupun penjual, risiko pembeli yang menyebabkan kurangnya kepercayaan adalah takut adanya penipuan barang yang tidak dikirim setelah transaksi uang kepada penjual dan yang menyebabkan kurangnya keamanan karena takut adanya penyalahgunaan data pribadi bila melakukan transaksi secara *online*.

Ada beberapa macam fungsi dari bahasa yang bisa menunjang kelancaran di dalam bentuk komunikasi bisnis. Sebagaimana kita tahu, fungsi komunikasi bisnis itu sendiri adalah untuk mencapai kesepakatan-kesepakatan tertentu di bidang bisnis. Di dalamnya, bahasa bahkan termasuk kedalam etika komunikasi bisnis yang perlu diperhatikan. Tidak hanya antar pebisnis, namun juga kepada siapa sasaran dari bisnis yang sedang dijalankan. Fungsi bahasa yaitu :

1. Alat utama dalam komponen komunikasi bisnis, Sebagai alat utama dalam komponen komunikasi, bahasa bisa memperlancar jalannya roda bisnis. Bahasa sebagai alat komunikasi memudahkan para pebisnis untuk mengkomunikasikan apa yang menjadi tujuan atau pun penawaran mereka kepada khalayak umum. Tentu saja ini adalah fungsi paling mendasar dari bahasa.
2. Identifikasi diri, Bahasa juga bisa menjadi sumber identifikasi diri. Setiap suku dan bangsa membawa bahasanya sendiri-sendiri. Dengan adanya bahasa, orang lain bisa mengidentifikasi asal bisnis tersebut berasal.
3. Sarana untuk membuat struktur logis, tanpa adanya fungsi ini, proses bisnis yang sedianya bisa berjalan dengan terstruktur dan sistematis justru bisa timbul kekacauan. Tak heran bila kemudian bahasa menjadi begitu penting.
4. Sarana untuk menciptakan kreativitas, Kreativitas adalah bagian yang juga penting dalam bisnis. Bahasa bisa mengembangkan sesuatu yang sifatnya lebih kreatif dengan hal ini.
5. Menghilangkan hambatan semantik dalam komunikasi bisnis, Hambatan semantik di dalam komunikasi adalah hambatan komunikasi bisnis yang berkaitan dengan bahasa. Fungsi bahasa dalam komunikasi bisnis tentu saja menghilangkan hambatan ini.
6. Membangun jejaring luas hingga tingkat global, Bahasa juga memungkinkan pebisnis untuk membangun jaringannya dengan lebih luas hingga di tingkat global. Ini merupakan sebuah kelebihan dan keunggulan tersendiri dari bagaimana bahasa mampu membawa bisnis hingga mendunia. Tanpa adanya bahasa, bisnis mungkin belum tentu bisa dikenal oleh orang lain.
7. Sarana untuk memudahkan promosi, Bicara bisnis tentu tidak akan jauh-jauh dari pemasaran dan promosi. Bahasa akan memudahkan pelaku bisnis untuk mempromosikan produknya. Pelaku bisnis tentunya juga perlu memperhatikan siapa sasaran mereka sehingga penggunaan bahasa yang tepat bisa membuat produk ditawarkan dengan lebih baik.
8. Sarana untuk memudahkan *branding*, Proses mengemas suatu produk sehingga “membekas” di hati konsumen bisa dilakukan dengan memaksimalkan fungsi bahasa dalam komunikasi. Pendekatan yang lebih tepat, dengan menggunakan bahasa-bahasa yang sesuai pada sasaran konsumen adalah salah satu strategi yang bisa digunakan.
9. Sarana untuk memudahkan marketing, *Marketing* merupakan proses dari komunikasi bisnis yang juga tak kalah penting. Fungsi komunikasi pemasaran tentu saja masuk dalam kriteria ini. Bahasa menjadi komponen utama yang tak kalah pentingnya untuk membuat proses komunikasi pemasaran suatu produk menjadi lebih efektif.

10. Menjembatani pihak yang terlibat dalam komunikasi, Pihak-pihak tertentu yang terlibat di dalam komunikasi juga membutuhkan suatu sarana agar mereka bisa saling terhubung. Dalam hal ini, bahasa adalah sarana yang paling tepat yang bisa membuat hubungan (koneksi) dari masing-masing pihak.

SIMPULAN

Sosialisasi ini dilakukan untuk memberikan pemahaman bagi Pengurus PC. Pemuda Muslimin Kabupaten Asahan. Fungsi bahasa dalam komunikasi bisnis merupakan komponen yang bisa mengembangkan bisnis dengan lebih baik. Bahasa, bagaimana pun juga, merupakan salah satu komponen-komponen komunikasi yang tentu saja tidak bisa dilepaskan begitu saja. Tanpa adanya bahasa, komunikasi mungkin tidak bisa terjadi dengan begitu baik.

SARAN

Disarankan agar penggunaan bahasa Indonesia dengan baik dan benar agar bisnis, usaha *e-commerce* dapat dipahami dan diterima masyarakat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Pengurus PC. Pemuda Muslimin Kabupaten Asahan yang mensukseskan kegiatan sosialisasi ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Andy Putra Mahkota, Imam Suryadi, Riyadi. "Pengaruh Kepercayaan dan Kenyamanan terhadap Keputusan Pembelian Online." *Jurnal Administrasi Bisnis* 8(2) (2014).
- Asnawi, Aris Faulidi. *Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam*. Yogyakarta: Magista Insania Press, 2004.
- Asnawi, Haris Faulidi. *Transaksi Bisnis E-commerce perspektif islam*. Yogyakarta: Magista Insania Press, 2004.
- Mahmudah. "Electronic Commerce (Pendekatan Kaidah Ushul dan Kaidah Fiqhiyah)." *Interest*, 2014: 12(1).