

DARI TRADISIONAL KE DIGITAL: ADOPSI MEDIA SOSIAL DALAM PERDAGANGAN HASIL BUDIDAYA IKAN PADA MASA PANDEMI DI KOTA PALANGKA RAYA

Muhammad Wahyuni, Mualimin

IAIN Palangka Raya

Muhammadwahyuni17@gmail.com

Abstract

The purpose of this study is to describe specifically the related reality of traditional to digital trade: the adoption of social media in the trade of fish cultivation during the Pandemic in palangka raya city. Fish harvests and fish catches in the Kahayan river usually people sell them in the market and offer to the surrounding residents through traditional buying and selling, when the pandemic makes people turn to digital transactions. Digital media that is often used is Facebook and Whatsapp media as a promotional tool as well as a digital buying and selling tool conducted by fish farmers. This study uses qualitative method with phenomenological approach. Data is collected through three ways, namely observation, interview, and documentary studies. This research found that traditional to digital trade: the adoption of social media in the trade of fish cultivation during the Pandemic in palangka raya city, where social media is quite effective as a tool to develop income from sales on social media, especially in the trading activities of fish cultivation.

Keywords: *Transactions, digital transactions and fish farming products*

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan secara spesifik realitas terkait dari perdagangan tradisional ke digital: adopsi media sosial dalam perdagangan hasil budidaya ikan pada masa Pandemi di kota Palangka Raya. Hasil panen ikan dan hasil tangkapan ikan di sungai Kahayan biasanya masyarakat menjualnya di pasar dan menawarkan ke warga sekitar melalui jual beli tradisional, ketika terjadinya Pandemi membuat masyarakat beralih ke transaksi digital. Media digital yang sering di gunakan adalah media Facebook dan Whatsapp. sebagai alat promosi serta alat jual beli secara digital yang dilakukan oleh pembudidaya ikan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Data dikumpulkan melalui tiga cara yaitu observasi, wawancara, dan studi dokumenter. Penelitian ini menemukan bahwa perdagangan tradisional ke digital: adopsi media sosial dalam perdagangan hasil budidaya ikan pada masa Pandemi di kota Palangka Raya, yang dimana media sosial cukup efektif sebagai alat untuk mengembangkan penghasilan dari penjualan di media sosial terutama dalam kegiatan perdagangan hasil budidaya ikan.

Kata Kunci: Digital, Perdagangan, Budidaya Ikan, dan Pandemi

Pendahuluan

Pandemi menyebabkan perubahan yang drastis terhadap pola perdagangan masyarakat baik bagi masyarakat perdesaan maupun masyarakat perkotaan. Akibat pandemi, tren perdagangan online meningkat, tidak hanya dalam konteks perdagangan pakaian, barang elektronik dan peralatan rumah tangga tetapi juga pada perdagangan barang belum jadi.

Dampak pandemi kepada perekonomian dialami oleh seluruh negara di dunia, termasuk Indonesia yang mengalami dampak perekonomian yang sangat besar. (Abdurrahman Firdaus Thaha, 2020) Pandemi mengakibatkan transaksi digital meningkat pesat, apalagi dengan kebijakan menjaga jarak, tetap #dirumahAja, hingga pembatasan sosial berskala besar, Deputy Gubernur Senior Bank Indonesia (BI), Destry Damayanti mengatakan bahwa kontraksi ekonomi di masa pandemi memberikan ruang bagi transaksi digital sebagai mesin pertumbuhan baru dalam menciptakan peluang baru. Perubahan perilaku *new normal* mendorong masyarakat untuk beralih kepada aktivitas transaksi digital. (*selama-pandemi-transaksi-online-ikut-jadi-mesin-pertumbuhan-ekonomi*, t.t.)

Pada masa pandemi, transaksi digital juga memberikan fasilitas kepada perkembangan ekonomi yang tampak pada peningkatan transaksi *e-commerce*, *ride hailing*, *e-health*, *e-education* yang signifikan baik dalam hal nominal transaksi maupun volume transaksinya.

Kegiatan ekonomi tidak lepas bagaimana melakukan aktifitas transaksi guna memenuhi kebutuhan hidup diri sendiri, mensejahterakan keluarga dan membantu orang lain yang membutuhkan baik berupa pangan, sandang dan papan. Apabila tidak terpenuhi ketiga alasan ini dapat “dipersalahkan” menurut agama. Konteks ini menganjurkan untuk kita seimbangkan dalam melaksanakan perintah Allah SWT dari sisi ibadah (*hablum minallah*) dan juga sisi muamalah (*hablum minannas*). Dalam mempertahankan hidup seseorang diberi keleluasaan dalam mengambil sikap guna memenuhi kebutuhan-kebutuhannya.

Palangka Raya memiliki Sungai Kahayan yang merupakan sungai terbesar di Kalimantan Tengah, Sungai Kahayan merupakan salah satu sungai yang penting peranannya bagi penduduk di wilayah Kota palangka Raya, khususnya di wilayah Kecamatan Pahandut kelurahan Pahandut

Seberang. Kehidupan sungai Kahayan sendiri seakan tak dapat dipisahkan dari budaya masyarakat Palangka Raya secara luas.

Sebagai sumber kehidupan makhluk hidup, sungai memiliki banyak manfaat. Bagi manusia sungai bermanfaat untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga. Untuk kegiatan perekonomian, transportasi, dan sebagainya. Pentingnya keberadaan sungai membuat aktifitas manusia yang tinggal di sekitarnya tidak akan lepas dari sungai, sehingga terbentuk kebudayaan masyarakat di tepi sungai. Seiring waktu, peradaban di tepi sungai terus berkembang dalam berbagai aspek kehidupan. Perkembangan yang terjadi disebabkan oleh tingginya intensitas pertukaran informasi masyarakat antar daerah dengan beragam latar belakang, ditandai dengan meningkatnya konsentrasi dan aktifitas penduduk pada tepi sungai, beberapa diantaranya tumbuh dan berkembang menjadi kota. Perkembangan lain terlihat dari banyak masyarakat pinggiran sungai melakukan kegiatan ekonomi dengan cara membudidaya ikan keramba dan penjualan ikan secara luas sesuai dengan pangsa pasar yang semakin meningkat, bahkan konsumsi ikan semakin tahun selalu mengalami peningkatan.

Setiap hasil panen ikan dan hasil tangkapan ikan di sungai Kahayan biasanya masyarakat menjualnya di pasar dan menawarkan ke warga sekitar melalui transaksi tatap muka, ketika terjadinya Pandemi di kota Palangka Raya membuat masyarakat beralih ke transaksi digital. Media digital yang sering di gunakan adalah media Facebook dan Whatsapp sebagai alat promosi serta alat jual beli secara digital yang dilakukan oleh masyarakat pembudidaya ikan dan penangkap ikan. Perkembangan teknologi 4.0 pada dunia komunikasi semakin mempermudah sirkulasi antar informasi, terutama pemanfaatan media sosial. Data yang diambil dari kompas.com pengguna facebook mencapai 2,4 Miliar pengguna, hal tersebut membuat media sosial ini multifungsi salah satunya untuk berwirausaha dan berdagang. (Ajimat, Denok Sunarsi, Fajar Sidiq Pambudi, 2020)

Dalam artikel yang ditulis ini membahas tentang bagaimana pembudidaya ikan di sungai Kahayan yang memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk menjual hasil dari budidaya ikannya. Dan artikel ini berargumen bahwa anggapan yang menyatakan pembudidaya ikan hanya menjual hasil ikannya di pasar tradisional dan tidak menjual hasilnya di

media serta cenderung konservatif terhadap perkembangan teknologi informasi adalah analisa yang tidak tepat.

Metode

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Karakter fenomenologi dipandang relevan dalam penelitian ini mengingat penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan secara spesifik realitas terkait dari perdagangan tradisional ke digital: adopsi media sosial dalam perdagangan hasil budidaya ikan masyarakat Muslim di kota palangka raya. Fokusnya pada perdagangan tradisional ke digital. Pengumpulan data dilakukan pada Desember 2020 hingga Februari 2021.

Data diperoleh melalui tiga cara. Pertama, melalui observasi untuk memperoleh data terkait perdagangan tradisional ke digital di kelurahan Pahandut Seberang Kota Palangka Raya. Kedua, melalui wawancara dengan informan yang melakukan perdagangan digital. Informan dalam penelitian ini berjumlah tiga orang yang merupakan pembudidaya ikan yang menjual hasil budidaya ikannya melalui perdagangan digital. Ada satu aspek yang menjadi fokus wawancara, yaitu cara perdagangan tradisional ke digital. Ketiga, studi dokumenter untuk memperoleh data terkait dokumen, foto, dan arsip yang relevan dengan perdagangan tradisional ke digital yang dilakukan oleh pembudidaya ikan.

Pemilihan masyarakat pembudidaya ikan keramba di kelurahan Pahandut Seberang sebagai subjek kajian karena di kelurahan tersebut banyak masyarakat yang berprofesi sebagai pembudidaya ikan keramba dan potensi budidaya ikan yang tinggi sebagaimana di sampaikan oleh Mujahadah (2018) di kelurahan Pahandut Seberang memiliki potensi budidaya ikan sangat tinggi dibandingkan kelurahan-kelurahan yang lain. (Mujahadah, 2018)

Hasil dan Pembahasan

Transaksi adalah suatu kegiatan yang dilakukan seseorang yang menimbulkan perubahan terhadap harta atau keuangan yang dipunyai baik itu bertambah ataupun berkurang. Misalnya menjual harta, membeli barang, membayar hutang, serta membayar berbagai macam biaya untuk memenuhi sebuah kebutuhan hidup. Dalam transaksi terdapat sebuah administrasi transaksi. Adapun yang dimaksud dengan administrasi disini

ialah suatu kegiatan untuk mencatat perubahan keuangan seseorang atau organisasi yang dilakukan secara teliti serta menggunakan suatu metode-metode tertentu. Administarsi transaksi ditujukan agar hasil pencatatan bisa di komunikasikan kepada pihak lainnya. Adapun yang dimaksud dengan transaksi keuangan ialah suatu kegiatan ekonomi yang dapat diukur dengan satuan uang tertentu, yang bisa mengubah posisi keuangan perusahaan tersebut.

Sebelumnya mari membahas pengertian dari transaksi internal terlebih dahulu, transaksi Internal adalah sebuah transaksi yang terjadi di dalam perusahaan, yaitu transaksi yang hanya melibatkan personalia yang terdapat di dalam sebuah perusahaan saja. Transaksi internal lebih menekankan pada perubahan posisi keuangan yang terjadi dibagian dalam perusahaan. Misalnya, memo dari pimpinan kepada seseorang pegawai, perubahan nilai keuangan karena kemunduran perusahaan, penggunaan perlengkapan kantor.

Transaksi internal terhadap keuangan dibuat dan dikeluarkan juga oleh perusahaan itu sendiri. Transaksi internal juga dapat diartikan sebagai bukti pencatatan atas kegiatan-kegiatan yang terjadi di dalam perusahaan itu sendiri yang berhubungan dengan posisi keuangan perusahaan tersebut. Contohnya pada penghapusan tanggungan hutang sebuah sektor usaha suatu perusahaan dan lain-lain. (<https://www.jojonomic.com/blog/pengertian-transaksi/>, 2021)

Dengan adanya pandemi membuat masyarakat banyak beralih ke transaksi digital yang mana mempermudah dalam melaksanakan jual beli. Di kota Palangka Raya khususnya bagi masyarakat yang bertempat tinggal di pinggiran sungai Kahayan yang mayoritas penduduknya adalah pembudidaya ikan keramba serta penangkap ikan, sebelumnya adanya pandemi masyarakat banyak menjual hasilnya ke pasar, ketika adanya pandemi membuat masyarakat takut untuk menjual hasil budidaya dan tangkapan ikannya. Dari hal tersebut masyarakat mencari ide dan cara lain yang lebih efektif dalam menjual hasil budidaya serta tangkapannya.

Dengan adanya transaksi digital membuat masyarakat beralih ke transaksi tersebut, karena lebih efektif serta lebih aman selama melakukan jual beli tanpa adanya kontak fisik dan kerumunan sama halnya di pasar-pasar yang ada di kota Palangka Raya.

Perdagangan adalah tatanan kegiatan yang terkait dengan transaksi barang dan atau jasa di dalam negeri dan melampaui batas wilayah negara dengan tujuan pengalihan hak atas barang dan atau jasa untuk memperoleh imbalan atau kompensasi.

Menyimak pengertian perdagangan di atas dapat disimpulkan bahwa perdagangan adalah kegiatan transaksi atas barang dan atau jasa, yaitu transaksi yang bertujuan mengalihkan hak untuk memperoleh imbalan atau kompensasi. Jadi dalam pengertian perdagangan ada kegiatan berupa transaksi, transaksi itu berkaitan dengan pengalihan hak atas barang dan atau jasa dari salah satu pihak kepada pihak lain, yang diikuti dengan pemberian imbalan atau kompensasi. Kompensasi dapat berupa uang, barang dan atau jasa lain.

Dengan pengertian di atas, transaksi perdagangan antara lain dapat berupa:

- a. Jual beli dagang atau *sale of goods*.
- b. Sewa guna usaha atau *leasing*
- c. Anjak piutang *factoring*.
- d. *Lisensi* atau *licensing*
- e. Keagenan atau *agency* dan distribusi atau *distributorship*
- f. *Waralaba* atau *franchising*

Jadi pengertian dagang, dan perbuatan dagang menurut KUH dagang sama dengan pengertian perdagangan menurut Undang-Undang perdagangan. Transaksi yang paling umum di dalam kegiatan perdagangan adalah jual beli dagang atau *Sale of Goods*. Dalam kepustakaan hukum dibedakan jual beli dagang dengan jual beli. Jual beli dipahami sebagai jenis umum, sedangkan jual beli dagang dipahami sebagai jenis khusus. (Janus Sidabalok, 2020)

Virus Corona adalah virus biasanya menyerang saluran pernapasan. Namun ini berasal dari kata latin "*corona*" yang artinya adalah mahkota. Namun ini diambil karena bagian luar yang mengelilingi virus ini runcing seperti mahkota.

Ada banyak varian dari virus sejenis ini, namun hanya tujuh yang diketahui menginfeksi manusia seperti Covid-19, SARS dan MERS. SARS diyakini telah berkembang di Cina dari kelelawar hingga musang dan menginfeksi manusia. MERS telah menyebar dari kelelawar ke unta, kemudian ke manusia di area Timur Tengah. Belum ada yang tahu dari

mana covid-19 berasal. Untuk saat ini, ternak yang masuk ke Wuhan sebagai kota berpenduduk 11 juta di duga sebagai pembawa virus ini. Akan tetapi, para sarjana masih berusaha untuk memahami akar permasalahan ini.

Corona virus merupakan keluarga besar virus yang menyebabkan penyakit pada manusia dan hewan. Pada manusia biasanya menyebabkan penyakit infeksi saluran pernapasan, namun itu biasa hingga penyakit yang serius seperti *Middle East Respiratory Syndrome (MERS)* dan Sindrom pernapasan Akut Berat/*Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS)*. Penyakit ini menyebar melalui *droplet* dari batuk dan bersin. Virus ini dapat tetpai bertahan hingga tiga hari atau dalam aerosol selama tiga jam. Virus ini juga telah ditemukan di feses, tetapi hingga maret 2020 tidak diketahui apakah penularan melalui juga feses.

Corona ditetapkan sebagai pandemi oleh Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) pada 11 Maret 2020. Dampak Covid-19 luas, bukan hanya pada kesehatan dan hilangnya nyawa manusia, lebih dari itu Covid-19 menyebabkan penderitaan kemanusiaan akibat melemahnya roda ekonomi, lapangan kerja berkurang, dan bahkan sekolah di tutup sementara. Karyawan kehilangan pekerjaan, pengangguran bertambah sedangkan kehidupan hidup tetap harus dipenuhi.

Wabah adalah penyebara penyakit di masyarakat di mana jumlah orang terjangkit lebih banyak dari biasanya pada komunitas atau musim tertentu. Wabah dapat terjadi secara terus-menerus, mulai hitungan hari hingga tahun. Wabah tidak hanya terjadi pada suatu wilayah. Tetapi bisa menyebar ke wilayah lain. Anggapan masyarakat yang sering kali kita dengar adalah setiap kali terjadinya penyebaran penyakit menular, masyarakat cepat-cepat menyebutkannya sebagai wabah. Kenyataannya tidak begitu, penyakit dapat dinyatakan sebagai wabah apabila:

1. Sudah lama tidak terjangkit di masyarakat
2. Muncul penyakit baru yang tidak pernah diketahui sebelumnya
3. Penyakit tersebut baru pertama kali mengjangkiti masyarakat suatu daerah

Epidemi adalah terjadi kasus dengan sifat-sifat yang sama pada sekelompok manusia pada suatu geografis tertentu dengan efek nyata pada masyarakat lebih dari insiden normal.

Epidemi digolongkan dalam berbagai jenis berdasarkan pada asal muasal dan pola penyebarannya. Epidemic dapat melibatkan paparan tunggal. Paparan berkali-kali maupun paparan terus menerus terhadap penyebab penyakit.

Pandemi adalah wabah yang menyebar ke seluruh dunia. Dengan kata lain wabah ini menjadi masalah bersama warga dunia. Contoh pandemic adalah HINI yang diumumkan WHO pada 2009. Demikian halnya dengan influenza yang dahulu pernah menjadi pandemi ditingkat dunia.

Pandemi adalah penyakit yang menyebar secara global meliputi area geografis yang luas. Menurut WHO pandemi ini tidak ada hubungannya dengan tingkat keparahan penyakit, jumlah korban, atau infeksi, akan tetapi pandemi berhubungan dengan penyebaran secara geografis. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pandemic adalah wabah yang berjangkit serempak di mana-mana meliputi daerah geografis yang luas, (Rohadatul Ais, 2020)

Tradisional ke Digital

Perkembangan teknologi internet yang semakin pesat membuka peluang yang sangat besar untuk melakukan pemasaran yang memanfaatkan teknologi internet yaitu pemasaran secara digital. Pemasaran digital adalah salah satu strategi pemasaran untuk mempromosikan usaha, merek atau bisnis dengan memanfaatkan media digital berupa media sosial (jejaring sosial), website, blog dan pemasaran melalui surat elektronik (e-mail). Saat ini pemasaran melalui media sosial banyak dilakukan oleh pelaku usaha karena jumlah pengguna media sosial yang cukup besar dan berasal dari berbagai kalangan. (Deddy Prihadi¹, Yana Mulyana, 2019) Dari segi teknologi namanya yaitu *E-commerce* suatu kegiatan yang berhubungan dengan jual beli, transfer dana, pemasaran jasa ataupun barang dengan memanfaatkan fasilitas internet. (Kala'lembang, A, 2020) Teknologi *e-commerce* dibangun dengan menggunakan aplikasi berbasis website, sehingga para pelaku usaha dapat mempromosikan hasil usaha dengan mudah hal ini dilakukan oleh pembudidaya ikan yang menjual hasil budidaya ikannya ke media sosial selama pandemi.

Melandainya kondisi pandemi yang sekarang ini membuat masyarakat mencari solusi yang efektif dalam menjual dan membeli suatu

kebutuhan dan keinginan, sebelumnya adanya pandemi masyarakat biasa menjual hasil panen dan hasil tangkapannya dengan cara transaksi tatap muka. Ketika terjadinya pandemi banyak masyarakat beralih ke transaksi digital yang menjadikan jalan yang efektif tanpa melakukan kerumunan dan sebagainya yang bisa berdampak meningkatnya angka penularan virus yang melanda di Indonesia serta dunia. Hasil wawancara yang dilakukan penulis kepada 3 subjek penelitian menemukan bahwa dari tradisional ke digital adopsi media sosial perdagangan hasil budidaya ikan di kota Palangka Raya tekhusus di Kelurahan Pahandut Seberang, bahwa menjual hasil budidaya ikan ke media sosial banyak manfaatnya dan kemudahannya mereka mengatakan dengan transaksi jual beli secara digital membantu mereka dalam memasarkan jualannya secara luas, bahkan melindungi mereka dari penyebaran virus yang melanda di Indonesia. Perdagangan hasil panen di sungai Kahayan mengalami perubahan yang dulunya sebelum pandemi mereka melakukan transaksi secara tradisional sekarang dengan adanya pandemi ada beberapa pembudidaya melakukan perdagangannya secara digital.

Pemanfaatan Media Digital

Pada masa pandemi ini, jumlah pengguna media sosial terus meningkat seiring dengan kebijakan PSBB yang membuat masyarakat melakukan kegiatan secara online. Oleh karena itu, media sosial cukup efektif sebagai alat untuk mengembangkan penghasilan dari penjualan di media sosial terutama dalam kegiatan pemasaran. Media sosial tersebut antara lain adalah Instagram, Facebook, Twitter, WhatsApp dll. (Sidokumpul, D. I. K., Gresik, K., Mikro, U., & Indonesia, U., 2020) menjelaskan bahwa ternyata pemanfaatan media sosial memberikan prospek yang baik untuk menaikkan angka penjualan. Hal tersebut disebabkan karena pemasaran digital (digital marketing) menyediakan platform jual beli secara daring, agar memudahkan proses jual beli dan memudahkan konsumen berinteraksi langsung dengan pemilik usaha.

(Purwana et al., 2017) dalam penelitiannya menjelaskan beberapa kelebihan dari penggunaan digital marketing yaitu:

1. Memperoleh seluruh informasi mengenai produk dan bertransaksi melalui internet;

2. Memungkinkan penjual untuk memantau dan menyediakan kebutuhan serta keinginan calon pembeli tanpa batasan waktu dan geografis;
3. Memungkinkan komunikasi dua arah yang dapat menimbulkan awareness dan engagement masyarakat terhadap produk dan merek tertentu;
4. Biaya murah dan tidak perlunya memiliki keahlian khusus dalam melakukan inisiasi awal. (Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S, 2017)

Penelitian (Wardhana, 2015) juga menyebutkan bahwa strategi digital marketing berpengaruh sebesar 78% terhadap keunggulan bersaing secara berurutan mulai dari yang paling dominan yaitu:

1. Kemudahan pencarian produk;
2. Ketersediaan penawaran khusus;
3. Kemampuan mengidentifikasi dan menarik pelanggan baru;
4. Ketersediaan informasi produk atau artikel-artikel yang mendukung dan memberikan panduan produk bagi konsumen;
5. Kemampuan menciptakan visibilitas dan kesadaran merk;
6. Kemampuan penguatan citra merk yang diterima oleh konsumen;
7. Ketersediaan tampilan testimony;
8. Ketersediaan sajian informasi terbaru melalui sms-blog;
9. Ketersediaan bantuan pelayanan kepada konsumen;
10. Ketersediaan komunikasi online dengan pengusaha;
11. Ketersediaan dukungan opini online;
12. Ketersediaan gambar-gambar pendukung yang dibutuhkan seperti foto-foto atau ilustrasi produk;
13. Ketersediaan tampilan video yang mampu memvisualisasikan produk atau presentasi pendukung;
14. Ketersediaan alat transaksi dan variasi media pembayaran;
15. Ketersediaan lampiran dokumen-dokumen yang berisi informasi dalam berbagai format;
16. Ketersediaan catatan pengujung. (Wardhana, A, 2015)

Adopsi Media Sosial Dalam Perdagangan Hasil Budidaya Ikan Pada Masa Pandemi Di Kota Palangka Raya

Sejarah pembentukan Kota Palangka Raya merupakan bagian integral dari pembentukan Provinsi Kalimantan Tengah berdasarkan Undang-undang Darurat Nomor 10 Tahun 1957, Lembaran Negara Nomor 53 berikut penjelasannya (Tambahan Lembaran Negara Nomor 1284) berlaku mulai tanggal 23 Mei 1957, yang selanjutnya disebut Undang-Undang Pembentukan Daerah Swatantara Provinsi Kalimantan Tengah. Berdasarkan Undang-undang Nomor 21 Tahun 1958, Parlemen Republik Indonesia tanggal 11 Mei 1959 mengesahkan Undang-undang Nomor 27 Tahun 1959, yang menetapkan pembagian Provinsi Kalimantan Tengah dalam 5 (lima) Kabupaten dan Palangka Raya sebagai Ibu kotanya. Berlakunya Undang-undang Nomor 27 Tahun 1959 dan Surat Keputusan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia tanggal 22 Desember 1959 Nomor.52/12/2-206, maka ditetapkanlah pemindahan tempat dan kedudukan Pemerintah Daerah Kalimantan Tengah ke Palangka Raya terhitung tanggal 20 Desember 1959. Selanjutnya, Kecamatan Kahayan Tengah yang berkedudukan di Pahandut secara bertahap mengalami perubahan dengan mendapat tambahan tugas dan fungsinya, antara lain mempersiapkan Kotapraja Palangka Raya. Kahayan Tengah ini dipimpin oleh Asisten Wedana, yang pada waktu itu dijabat oleh J. M. Nahan. (*Badan Pusat Statistik Kota Palangka Raya*, 2015)

Kelurahan Pahandut Seberang adalah pecahan dari Kecamatan Pahandut yang tertuang dalam Peraturan Walikota Palangka Raya Nomor 23 tahun 2002. Wilayah Kelurahan Pahandut Seberang terletak di Daerah Aliran Sungai (DAS) Kahayan, dengan ketinggian kurang lebih 24 meter dpl, struktur komposisi tanahnya didominasi oleh jenis tanah Aluvia, jenis tanah ini bertekstur sedang dan relatif agak subur dibanding jenis lainnya.

Mata pencaharian penduduk bervariasi antara lain petani/nelayan mayoritas (keramba) dengan jumlah keramba mencapai 75 Unit dengan rata-rata Produksi kurang lebih 2000 sampai 2500 ton/th berkisar 80-85%, buruh harian lepas sekitar 4% dan lain-lain sekitar 11%, serta mayoritas penduduk Pahandut Seberang beragama Islam. (*Profil Kelurahan Pahandut Seberang Tahun*, 2018)

Laju perkembangan Teknologi Informasi (TI) tidak dapat dipungkiri lagi. Bidang bisnis, sosial, perkembangan TI memberikan manfaat yang

begitu besar dan masyarakat lebih mudah dalam melakukan transaksi bisnis dan berkomunikasi. Teknologi Informasi (TI) berperan dalam peningkatan mutu perekonomian masyarakat. Laju TI memberi peluang pembangunan di sektor perekonomian dan meningkatkan interaksi sosial kearah yang lebih maju melalui teknologi yang ditawarkan serta memberikan kesempatan kepada semua pihak untuk bisa saling berbagi informasi dan pengetahuan. Perdagangan elektronik atau kata lain e-commerce melakukan kegiatan yang berhubungan dengan jual beli dengan memanfaatkan fasilitas internet. Juga melakukan aktivitas yang berkaitan dengan transfer dana, pemasaran jasa ataupun barang. Melalui kegiatan e-commerce, perusahaan memiliki peluang untuk mendapatkan konsumen sebanyak-banyaknya. (Kala'lembang, A, 2020)

Mengadopsi Media Sosial dalam perdagangan hasil budidaya ikan pada masa Pandemi di kota Palangka Raya memberikan dampak positif bagi kalangan budidaya ikan dikarenakan media sosial memudahkan dalam melakukan kegiatan jual beli secara *online*. Di kondisi pandemi ini kegiatan jual beli secara digital semakin meningkat karena dengan jual beli secara digital dapat membuat keamanan dari segi kesehatan untuk para pedagang dan pembeli. Hal ini dirasakan oleh para pembudidaya ikan di Kelurahan Pahandut Seberang yang mana ada beberapa orang melakukan penjualan hasil budidaya ikan ke media Sosial seperti media Facebook dan media Whatshap. Adopsi media sosial sebagai alat untuk melakukan proses perdagangan memberikan kecenderungan mudah dan cepat, hal ini sama halnya disampaikan oleh Iqbal yaitu proses adopsi internet yang dilakukan oleh kelompok Islam konservatif cenderung berlangsung lebih mudah dan cepat, artinya adopsi internet memberikan kemudahan dan cepat dalam melakukan hal positif. (Iqbal, A. M, 2017)

Simpulan

Perkembangan teknologi internet yang semakin pesat membuka peluang yang sangat besar untuk melakukan pemasaran yang memanfaatkan teknologi internet yaitu pemasaran secara digital. Pemasaran digital adalah salah satu strategi pemasaran untuk mempromosikan usaha, merek atau bisnis dengan memanfaatkan media digital berupa media sosial. Media sosial cukup efektif sebagai alat untuk

mengembangkan penghasilan dari penjualan di media sosial terutama dalam kegiatan pemasaran.

Laju perkembangan Teknologi Informasi (TI) tidak dapat dipungkiri lagi. Bidang bisnis, sosial, perkembangan TI memberikan manfaat yang begitu besar dan masyarakat lebih mudah dalam melakukan transaksi bisnis dan berkomunikasi. Teknologi Informasi (TI) berperan dalam peningkatan mutu perekonomian masyarakat. Mengadopsi Media Sosial dalam perdagangan hasil budidaya ikan pada masa Pandemi di kota Palangka Raya memberikan dampak positif bagi kalangan budidaya ikan dikarenakan media sosial memudahkan dalam melakukan kegiatan jual beli secara *online*.

Referensi

- Ajimat, Denok Sunarsi, Fajar Sidiq Pambudi, *Berwirausaha Memanfaatkan Media Sosial Pada Daerah Sepatan*, jurnal Ajimat dkk, ADI Pengabdian Kepada Masyarakat, Vol.1 No.1 November 2020.
- Abdurrahman Firdaus Thaha, *Dampak Covid-19 terhadap UMKM di Indonesia*, jurnal JURNAL BRAND, Volume 2 No. 1, Juni 202.
- Adriani Kala'lembang, *Adopsi E-Commerce Dalam Mendukung Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Masa Pandemi Covid-19*, jurnal ekonomi dan manajemen, v o l u m e 4 , n o m o r 1 , s e p t e m b e r 2
- Badan Pusat Statistik Kota Palangka Raya, *Palangka Raya, dalam angkat 2015*, Palangka Raya : Badan Statistik kota Palangka Raya, 2015.
- Deddy Prihadi1, Yana Mulyana, *Efektivitas E-Commerce dan Media Sosial untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran Perdagangan Pasar Tradisional*, Jurnal Ilmiah Fifo, Volume XI/No.1/Mei/2019.
- Hamzah, A. (2020). Metode Penelitian Fenomenologi: Kajian Filsafat dan Ilmu Pengetahuan. Literasi Nusantara.
- Iqbal, A. M. (2017). *Cyber-Activism and the Islamic Salafi Movement in Indonesia* (PhD Thesis). Murdoch University
- Janus Sidabalok, *Hukum Perdagangan (Perdagangan Nasional dan Perdagangan Internasional)*, Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020.

- Kala'lembang, A. (2020). *Adopsi E-Commerce Dalam Mendukung Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Masa Pandemi Covid-19*. Capital: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen, 4(1), 54. <https://doi.org/10.25273/capital.v4i1.7358>
- Mujahadah, *Sistem bagi hasil budidaya ikan air tawar di pahanbut seberang palangka raya perspektif ekonomi islam*, skripsi IAIN Palangka Raya, 2018.
- Rohadatul Ais, 2020, *Komunikasi Efektif di masa Pandemi Covid-19 Pencegahan Penyebaran Covid-19 di Era 4.0*, Tangerang Banten: Makmood Publishing,
- Sidokumpul, D. I. K., Gresik, K., Mikro, U., & Indonesia, U. (2020). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM PEMASARAN PRODUK UMKM Pendahuluan Pandemi COVID-19 memiliki dampak sektor ekonomi . Menteri Keuangan Sri jatuh . Kedua , investasi ikut melemah Indonesia Dikarenakan menurunnya kegiatan masyarakat di luar pada suatu usaha . . 10(1).
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek edisi revisi v*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002.
- <https://www.jojonomic.com/blog/pengertian-transaksi/>(Online, 15 Januari 2021)