

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian kualitatif dengan teknik utama analisis studi kasus yang didukung dengan wawancara mendalam. Penulis melihat bahwa pelaku usaha *online* memiliki modal sosial merupakan fenomena dari hadirnya ekonomi digital yang merupakan babak baru dalam sistem ekonomi. Kesimpulan tersebut meliputi didalam menjalankan aktivitas usahanya, pelaku usaha *online* baik produsen maupun Distributor memiliki yang namanya sebuah modal sosial.

Modal sosial yang dimiliki disini meliputi unsur kepercayaan, jaringan, dan juga norma. Ketiga unsur modal sosial ini memiliki keterkaitan satu sama lain. Didalam perjalannya, masing-masing pelaku usaha memiliki proses yang berbeda didalam mereka membangun modal sosial yang dimiliki. Didalam proses bagaimana ketiga unsur modal sosial bekerja di masing-masing pelaku usaha terdapat bentuk modal sosial digital kepercayaan, jaringan, dan norma.

Bentuk modal sosial kepercayaan dalam ekonomi digital penelitian ini terdapat 3 bentuk, yaitu *take first and pay later, repeat order*, dan juga *quick order*. Ketiga hal ini merupakan bentuk kepercayaan dalam ekonomi digital pelaku usaha *online*. *Take first and pay later* merupakan bentuk kepercayaan yang didapat dari *supplier* kepada

distributor, sedangkan *repeat order* dan *quick order* merupakan bentuk kepercayaan yang didapat dari konsumen kepada produsen. Adanya aspek kepercayaan yang dihadirkan produsen kepada konsumen, maka ketiga hal ini bisa terlihat. Kepercayaan disini menjadi suatu hal yang penting, maka dari itu pelaku usaha memiliki cara mempertahankan kepercayaan itu agar terus terbangun.

Bentuk modal sosial jaringan dalam ekonomi digital pelaku usaha *online* dilihat dari 3 bentuk jaringan, yaitu *endorse influencer*, kontrak *influencer*, dan juga *give away*. 3 bentuk jaringan ini terlihat melalui proses bagaimana pelaku usaha membangun jaringan usaha yang dimiliki, didalamnya juga terdapat aspek jaringan seperti memberi informasi produk, memperkenalkan produk dan juga mempromosikan akun media sosial usaha *online*. Pelaku usaha didalam menjaga jaringan yang dimiliki memiliki cara untuk mempertahankan jaringan yang sudah terbangun.

Bentuk modal sosial norma dalam ekonomi digital pelaku usaha *online* dilihat dari 4 bentuk norma yang berlaku pada pelaku usaha *online*, yaitu harus sesuai format *order*, *good service*, garansi, dan juga *hit and run blacklist*. Keempat bentuk ini mejadi norma yang hadir ekonomi digital. Norma yang ada ini sengaja dibentuk untuk mengatur kegiatan pelaku usaha *online* dalam melakukan kegiatan dengan konsumen.

Modal sosial yang ada pada pelaku usaha *online* juga memiliki kontribusi didalamnya, adapun yang menjadi kontribusi modal sosial pelaku usaha *online* adalah

peningkatan konsumen yang didapat dari rekomendasi positif, penguatan legalitas yang didapat dari *personal branding* dan juga apparel Timnas-Tim Liga Pro, dan yang terakhir efektifitas dan efisiensi melalui gaya pemasaran *downliner*.

Faktor pendukung dan penghambat juga hadir pada pelaku usaha *online*, faktor pendukung dan penghambat disini melihat apakah modal sosial benar-benar bekerja pada pelaku usaha *online*. Faktor pendukung pertama adalah media sosial, media sosial menjadi media utama bagi aktifitas pelaku usaha *online* untuk melakukan komunikasi, faktor pendukung kedua adalah jaringan internet, dimana jaringan internet menjadi hal penting dalam menjalankan usaha secara *online*

Faktor penghambat yang terlihat adalah pembeli yang *hit and run*, hal ini membuat rasa kepercayaan menjadi berkurang karena konsumen meninggalkan *orderan* yang sudah dipesan begitu saja. Faktor penghambat kedua adalah markanya penipuan penjualan *online*, kasus ini juga membuat rasa percaya menjadi sulit untuk terbangun, yang padahal kepercayaan sangatlah diperlukan .

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai relasi modal sosial pelaku usaha *online* dalam ekonomi digital, maka diperoleh beberapa saran terkait fenomena yang terjadi. Saran tersebut adalah sebagai berikut :

1. Akan lebih baik ketika pelaku usaha *online* bisa menggunakan media sosial lainnya selain *instagram* untuk menjalankan usahanya, Karena pada

saat ini, sudah banyak media sosial lain selain *instagram* yang bisa digunakan untuk menjalankan usaha *online*.

2. Akan lebih baik ketika pelaku usaha *online* memiliki cara-cara lain didalam mempertahankan kepercayaan dan juga jaringan yang ada. Hal ini bertujuan agar konsumen bisa lebih tertarik lagi dan melihat ada suatu hal yang baru didalam pelaku usaha *online*.

