

**PROSPEK WIRAUSAHA ONLINE**  
(Studi Pada Mahasiswa Prodi Pengembangan Masyarakat Islam (PMI)  
Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh)

**SKRIPSI**

**Diajukan Oleh :**

**KHAIDIR**

**NIM. 441307482**

**Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam**



**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY**  
**DARUSSALAM - BANDA ACEH**  
**2019/2020**

# Skripsi

**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah Dan Komunikasi**

**UIN Ar –Raniry Darussalam Banda Aceh**

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh**

**Gelar Sarjana S-1 Dalam Ilmu Dakwah**

**Prodi Pengembangan Masyarakat Islam**

Oleh

**KHAIDIR**  
**NIM. 441307482**

Disetujui Oleh:

Pembimbing I

**Dr. T. Lembong Misbah, MA**

**NIP. 197405222006041003**

Pembimbing II

**Nurul Husna, M.Si**

**NIP. 197806122007102002**

Skripsi  
Telah dinilai oleh pembimbing Munaqasyah skripsi  
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry  
Dan dinyatakan lulus serta disahkan sebagai  
Tugas akhir untuk memperoleh gelar  
Sarjana S-1 Ilmu Dakwah  
Prodi Pengembangan Masyarakat Islam

Diajukan Oleh:

**KHAIDIR**

**NIM. 441307482**

Pada hari/tanggal

Jum'at 28 Agustus 2020

Di

Darussalam – Banda Aceh

Panitia Sidang Munaqasyah

Ketua

**Dr. T. Lembong Misbah, MA**

NIP. 19740522 2006041003

Anggota I

**Drs. M. Jakfar Puteh, M.pd**

NIP.195508181985031005

Sekretaris

**Nusa Husna, M.Si**

NIP. 197806122007102002

Anggota II

**Rusnawati, M.Si**

NIP. 197703092009122003



Mengetahui,

**Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Ar-Raniry**

**Dr. Fakhri, S.Sos., MA**

NIP. 196411291998031001

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Khaidir  
NIM : 441307482  
Jenjang : Srata Satu (S1)  
Prodi : Pengembangan Masyarakat Islam

Dengan ini Saya menyatakan bahwa karya tulis dengan judul “Prospek Wirausaha Online (Studi Pada Mahasiswa Prodi Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN A-Raniry Banda Aceh )” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya Saya sendiri dan Saya tidak melakukan penjiplakan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam dunia akademis. Atas pernyataan ini Saya siap menanggung risiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada Saya apa bila di kemudian hari ditemukan adanya sebuah pelanggaran atau etika ilmiah dalam karya ini atau adanya kritikan terhadap keasliannya.

Banda Aceh 19 Agustus 2020  
Yang Membuat Pernyataan,



Khaidir

## KATA PENGANTAR



Dengan mengucapkan Alhamdulillah beserta syukur kepada Allah SWT karena dengan berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis telah dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **Prospek Wirausah Online**. Dalam rangka memenuhi beban studi program sarjana S1 di Prodi Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ā-Raniry Banda Aceh. Selanjutnya shalawat dan salam tercurahkan kepada Baginda Rasul SAW yang telah diutus oleh Allah SWT untuk membawa risalah dan membebaskan ummat manusia dari belenggu kebodohan.

Dalam usaha penyusunan skripsi ini, penulis banyak sekali menghadapi kesulitan baik dalam penguasaan bahan, teknik penulisan dan lain-lain disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan dan pemahaman penulis. Alhamdulillah, dengan adanya bantuan dari berbagai pihak terutama sekali dosen pembimbing, kesulitan tersebut dapat teratasi. Untuk itu penulis mengucapkan ribuan terima kasih kepada Bapak Pembimbing I dan II yang telah bersedia menyisihkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulis dengan sebaik-baiknya di sela-sela berbagai aktivitas dan kesibukannya, sehingga penulisan skripsi ini dapat terlaksana dengan baik. Kemudian ucapan terima kasih juga penulis ucapkan kepada Bapak Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Wakil Dekan I, Wakil Dekan II, Wakil Dekan III, dan terima kasih kepada Ketua Prodi Pengembangan Masyarakat Islam beserta stafnya yang telah memberikan banyak bantuan, dan

terima kasih juga kepada seluruh staf di akademik, terimakasih untuk pustaka Wilayah, Pasca, pustaka Induk UIN Ar-Raniry dan pustaka Dakwah dan beserta stafnya yang telah berpartisipasi dalam memberikan peminjaman buku-buku. Tidak lupa pula ucapan terima kasih kepada rekan-rekan dan semua pihak yang telah membantu penulis baik menyumbangkan tenaga maupun pikiran hingga penulis menyelesaikan skripsi ini.

Meskipun skripsi ini telah dirampungkan, namun penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik dari segi penulisan, materi pembahasannya, dan lain-lain. Hal ini dikarenakan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang penulis miliki. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritikan konstruktif dari pembaca sehingga skripsi ini menjadi lebih baik dimasa yang akan datang.

Akhirul kalam, penulis berharap semoga segala bantuan dan jasa baik dari Bapak/Ibu dan rekan-rekan mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Amin...

Banda Aceh, 19 Agustus 2020  
Penulis,

Khaidir

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>BAB I: PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Manfaat Penelitian .....	9
E. Penjelasan Istilah Penelitian.....	10
F. Fokus Penelitian .....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Penelitian Sebelumnya yang Relevan.....	13
B. Teori yang Relevan .....	16
1. Pengertian Wirausaha Online .....	16
2. Jenis Barang Yang Banyak Di Minati .....	18
3. Marketing Dalam Penjadwalan Wirausaha Online.....	20
4. Keuntungan Pemasaran Online.....	22
5. Strategi Pemasaran.....	23
C. Faktor Pendukung Dan Penghambat Wirausaha Online.....	25
1. Faktor Pendukung Wirausaha Online .....	26
2. Faktor Penghambat Wirausaha Online .....	28
D. Wirausaha Online Dalam Syariat Islam .....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis pendekatan penelitian.....	34
B. Ruang lingkup dan Fokus Penelitian .....	35
C. Lokasi Penelitian.....	35
D. Informal penelitian.....	36
E. Teknik pengumpulan data.....	37
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Profil Prodi PMI.....	42
B. Wirausaha Online.....	47
C. Prospek Wirausaha Online.....	60

D. Hambatan dalam Wirausaha Online .....	64
<b>BAB V: PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	69
B. Saran .....	70
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	71
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Daftar Mahasiswa Aktif Prodi Pengembangan Masyarakat Islam PMI Tahun 2020.
- Lampiran 2 : Surat Keterangan Bimbingan Skripsi
- Lampiran 3 : Surat Izin Melakukan Penelitian
- Lampiran 4 : Surat Keterangan Selesai Melakukan Penelitian
- Lampiran 5 : Pedoman Wawancara
- Lampiran 6 : Dokumen Penelitian



## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui atau Prospek Wirausaha Online studi pada Mahasiswa Prodi Pengembangan Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN A-Raniry Banda Aceh. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan metode kuantitatif. Data dari penelitian ini diperoleh dari survey online yang dibagikan kepada mahasiswa melewati aplikasi WA (WhatSapp). Sampel dalam penelitian ini sebanyak 8 orang di antaranya 2 orang laki-laki-laki dan 6 Perempuan. Berdasarkan temuan hasil penelitian bahwa mahasiswa mengembangkan wirausaha online terhadap segala sesuatu yang dia beli seperti pakaian, aksesoris, tas, sepatu, dan makanan. Berikut hasil dari penelitian yang mengemukakan bahwa (1) berbisnis toko online yang paling banyak yaitu bisnis Fashion dikarenakan permintaan sangatlah banyak di bandingkan barang lain, (2) sebagian dari mereka yang menjalankan usaha online sudah bisa memenuhi jajan hidupnya Tanpa perlu minta lagi pada orang tua (3) kesulitan yang terjadi tidak stabilnya jaringan internet dan kurangnya ilmu dalam menjalankan Wirausaha *online* atau tidak adanya mentor. (4) jasa yang paling dipercaya oleh para pebisnis online adalah JNE, dan Pos-indonsia dan (5) banyak mereka yang membangun wirausaha online sebagai reseller. Jadi kesimpulannya tidak hanya di bidang pelajaran kreatif saja, tetapi kita bisa mengembangkan melalui bisnis kecil seperti bisnis online yang bisa memotivasi kita untuk mendapatkan penghasilan sendiri.

Kata Kunci: Prospek wirausaha online, Konsumen, Prospek wirausaha online.

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini menyebabkan perubahan sosial, ekonomi dan budaya demikian cepat. Salah satu contoh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada saat ini adalah Internet. Internet telah menciptakan sebuah dunia ekonomi baru yang menimbulkan dampak pada beberapa aspek kehidupan, tidak terkecuali perkembangan dunia Wirausaha dan pemasaran. Jangkauan internet yang luas sudah banyak dimanfaatkan orang sebagai media pemasaran dan Wirausaha . Hal ini membuat praktik Wirausaha melalui internet mempunyai banyak keuntungan, baik bagi perseorangan, perusahaan ataupun konsumen.<sup>1</sup> Sejarah munculnya internet pada dasarnya internet diciptakan oleh departemen pertahanan Amerika Serikat pada tahun 1965, namun pada bulan Oktober 1972 internet sudah di perkenalkan secara umum dan sekarang internet sudah berskala dunia. Penggabungan dari MILNET dan ARPANET ini disebut DARPA Internet lalu di sederhanakan menjadi internet. Teknologi Internet memakai protokol TCP/IP yang pertama kali dikenalkan dan diuji coba oleh US Department of Defence (US5000) dalam proyek ARPANet (*Advanced Research Projects Agency Network*) pada tahun 1969.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Irna Fitri “Analisis Promosi Penjualan *Online*, Harga, Kepercayaan, Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Ceker Brontak”, diakses pada, 30 Desember 2019.

<sup>2</sup> Dikutip dari, <https://sharingpctutorial.com/pengertian-dan-sejarah-internet-di-dunia>, diakses pada tanggal 8 Oktober 2020.

Internet membuat komunikasi tanpa batas. baik negara maupun budaya. Perkembangan internet semakin maju dengan layanan-layanannya yang terus bertambah. Seiring dengan kemajuan teknologi handphone (mobile). Sehingga internet juga dapat diakses melalui Media.

Layanan-layanan internet yang populer adalah email (satu sarana yang mendukung untuk mengirim surat atau dokumen melalui jaringan internet) chatting (jaringan), milis (grup diskusi di internet di mana orang bisa berikut serta di dalamnya), dan lain-lainnya Untuk masa depan. Layanan internet di PC/Laptop sama dengan yang terdapat di *handphone* (mobile), sehingga secara fisik alat yang besar dan berat menjadi kecil dan ringan *handphone*.<sup>3</sup>

Munculnya media *online* dimulai sejak pertengahan tahun 1990 an. Amerika meluncurkan koran *online* pertama pada bulan Mei 1992. Perkembangan media *online* di Amerika sendiri cukup pesat terbukti dengan munculnya 12.878 media *online* dalam kurun waktu kurang dari 10 tahun kemudian. Tahun 1994, situs internet telah tumbuh menjadi 3000 halaman, dan untuk pertama kalinya virtual ping atau e-retail muncul di internet.<sup>4</sup>

Di Indonesia, internet mulai masuk sejak tahun 1994, sedangkan Media *online* mulai dikenal sejak tahun 1996 hingga 1997. Pada saat itu, media *online* merupakan pindahan isi dari media cetak. Keadaan inilah yang menyebabkan munculnya media alternatif yaitu media di internet atau media *online*.<sup>5</sup> Mengingat

---

<sup>3</sup> Ir. Yuniar Supardi, “ Internet Untuk Segala Kebutuhan “(pt,alek media komputido, jakarta : 2009), hal 1-2.

<sup>4</sup> Raras Sabila, “ Sejarah Internet Di Dunia Dan Di Indonesia” *di terbit* 28 September 2017, dikutip dari [https://www.kompasiana.com/sabil\\_28/59cbe292d0e3ed36662a0362/sejarah-internet-di-dunia-dan-indonesia](https://www.kompasiana.com/sabil_28/59cbe292d0e3ed36662a0362/sejarah-internet-di-dunia-dan-indonesia). pada 14 januari 2020.

<sup>5</sup> Herawati Ansara, “Sejarah Media *Online* Di Dunia Dan Di Indonesia” dikutip dalam,

jumlah penggunaan internet yang terus bertumbuh pesat, internet dapat menjadi sebuah pasar yang potensial untuk dimasuki para Wirausaha . Hal ini terlihat dengan maraknya kemunculan berbagai Wirausaha *online* yang menawarkan aneka produk dan jasa yang tak terbatas baik untuk memenuhi segera kebutuhan seseorang. Peluang memasarkan produk dan jasa melalui media *online* semakin diminati oleh masyarakat. Hasil survei *Payment Solution* terhadap negara-negara di seluruh dunia menunjukkan bahwa Indonesia adalah negara dengan transaksi *online* paling tinggi se-Asia pasifik, ungkap Iim Fahima Jachja, CEO *Virtual Consulting*.<sup>6</sup> Di samping itu pada tahun 2010, nilai pembelanjaan *online* masyarakat Indonesia saat ini hanya sekitar 0,1 persen dari Produk Domestik Bruto (PDB) atau sekitar Rp 2 trilyun (230 juta dollar AS) dan pada tahun 2015 sudah mencapai Rp. 288 T dan bertambah lagi pada tahun 2016 mencapai Rp. 394 T. Sehingga menjadi satu peluang besar untuk membangun Wirausaha *online* dengan semangat kewirausahaan.<sup>7</sup>

Dengan semakin mbumi muncul pengusaha *online* di Indonesia maka dalam hal ini Kementerian Perdagangan, membuat Undang-Undang Perdagangan dengan maksud untuk memajukan sektor perdagangan di Indonesia. Dalam pasal 26 UU No. 7 tahun 2014 tentang jualan di Wirausaha *online*, ayat 1 menyebutkan bahwa “Setiap Pelaku Usaha yang memperdagangkan barang dan atau jasa dengan menggunakan sistem elektronik wajib menyediakan data dan atau

---

<http://www.kompasiana.com>, diakses 14 januari 2020.

<sup>6</sup> female.kompas.com. Entertainment.kompas.com. Belanja dan Jualan *Online* Duniannya Perempuan. [http://entertainment.kompas.com/read/2011/05/20/13024473/Belanja.dan.Jualan.Online.Duniannya.Perempuan\\_.diakses.pada.30.Desember.2019](http://entertainment.kompas.com/read/2011/05/20/13024473/Belanja.dan.Jualan.Online.Duniannya.Perempuan_.diakses.pada.30.Desember.2019).

<sup>7</sup> Female.Kompas.com . Belanja *Online* Indonesia Rp. 2Triliun, Peluang Masih Besar. Tersediapada <http://female.kompas.com/read/2011/12/13/18014276/Belanja.Online.Indonesia.Rp.2.Triliun.Peluang.Masih.Besar>, diakses pada 30 Desember 2019.

informasi secara lengkap dan benar” dan ayat 2 “Setiap Pelaku Usaha dilarang memperdagangkan barang atau jasa dengan menggunakan sistem elektronik yang tidak sesuai dengan data atau informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) “Kebijakan perdagangan disusun berdasarkan asas kepentingan nasional”. Dalam hal ini, kepentingan nasional tentu saja meliputi pertumbuhan ekonomi, peningkatan daya saing perdagangan, melindungi produksi dalam negeri.<sup>8</sup>

Menurut penjelasan dalam Pasal 26 tentang Undang-Undang Perdagangan, sudah mengatur mengenai bagaimana *Wirausaha online* seharusnya menjalankan operasionalnya. Dalam ayat (1) dan (2) disebutkan bahwa setiap *Wirausaha online* harus memberikan data dan informasi secara lengkap dan jelas. Dalam *Wirausaha online* juga penjual maupun distributor diwajibkan untuk memberikan informasi mengenai identitas dan legalitasnya. Di samping itu, informasi teknis mengenai barang atau jasa yang ditawarkan juga diwajibkan. Ini diperlukan agar setiap transaksi yang dilakukan menjadi transparan serta memberikan rasa aman terhadap pembeli bahwa barang yang dibeli berasal dari penjual maupun distributor yang sudah legal secara hukum.<sup>9</sup>

Perkembangan *Wirausaha online* saat ini sudah berkembang dengan pesat. Ada berbagai macam *Wirausaha* yang bisa kita temui melalui media internet. *Wirausaha online* ini sangat memudahkan kita dalam bertransaksi dan bisa mendapatkan barang berkualitas dengan barang murah, asalkan jeli dalam memilih produk. Namun di balik kemudahan melakukan *Wirausaha online*

---

<sup>8</sup> Undang-Undang no. 7 tahun 2014 pasal 26 ayat 1 dan ayat 2, tentang jualan di bisnis *online*, dikutip pada tanggal 4 Desember 2019.

<sup>9</sup> ByMartina, 14 Juni 2019, “Mengenal Undang Undang Perdagangan Dalam Bisnis *Online*” <https://ukirama.com/en/blogs/mengenal-undang-undang-perdagangan-dalam-bisnis-online>, dikutip pada tanggal, 4 Desember 2019.

ternyata ada efek positif dan negatif yang ditimbulkan. Efek positif yakni menjangkau pasar yang sangat luas bila dibandingkan *toko offline* dan biaya operasional yang dikeluarkan cenderung lebih murah dan cara menjalaninya tidak mengganggu waktu utama hanya memanfaatkan waktu kosong sambilan di luar jam kuliah. Dampak negatif bagi Wirausaha *online* seringkali kekurangan stok barang yang menyebabkan kesulitan dalam menjualnya apa lagi bagi mahasiswa yang baru menjalankan usaha Wirausaha *online* yang kekurangan modal dalam menyetop barang dan selain itu juga yang tidak juga sering terjadi penipuan berbasis internet sehingga terjadi kerugian dan ketidak percaya membalik barang secara *online*.<sup>10</sup>

Perkembangan dunia internet menawarkan banyak manfaat dalam dunia Wirausaha dan kehidupan, Internet telah mempengaruhi cara-cara Wirausaha dan perilaku konsumen saat ini. Pencarian informasi, membeli serta menggunakan jasa dapat dilakukan di internet. Perilaku generasi internet atau populer disebut generasi *milenialis* yang sangat berbeda dengan generasi sebelumnya tentu memerlukan pemahaman yang lebih mendalam agar dapat merancang strategi pemasaran yang tepat untuk kelompok yang telah terpengaruhi internet saat ini. Perkembangan teknologi internet telah mengubah berbagai aspek kehidupan termasuk perilaku para Wirausaha *online*. Perubahan cara memperoleh informasi, dan memberikan informasi yang mudah kepada pelanggan. Kebutuhan untuk mengaktualisasikan diri di dunia Maya berdampak secara tidak langsung maupun

---

<sup>10</sup> Michael Elkan, "Tips Tingkat Lanjut Untuk Menjadi Web Developer Mahir" Juni 12, 2017 <http://komeng77.blogspot.com/2017/06/dampak-positif-dan-dampak-negatif.html>, *di kutip tanggal* 10 Desember 2019.

secara langsung terhadap perilaku konsumen dalam membeli dan mengkonsumsi produk.<sup>11</sup>

Pengguna Internet yang terus bertambah menjadi pasar baru yang cukup potensial bagi mahasiswa. Internet adalah salah satu produk jasa yang sangat mudah dioperasikan dan dapat digunakan oleh semua kalangan dan dapat digunakan sepanjang waktu (setiap saat). Kelebihan itulah yang menjadi salah satu faktor pendorong berkembangnya Internet di seluruh dunia. Penggunaan Internet sudah menjadi sebuah gaya hidup bagi sebagian penduduk di dunia, demikian juga halnya yang terjadi di Indonesia.<sup>12</sup>

Fenomena *Wirausaha online* yang terjadi di masyarakat juga terjadi di lingkungan Perguruan Tinggi yaitu di kalangan mahasiswa. Mereka menjadikan sebuah *Wirausaha online* sebagai pekerjaan sampingan untuk mendapatkan tambahan penghasilan guna memenuhi kebutuhan. Beberapa mahasiswa yang melakukan *Wirausaha online* baik yang telah lama maupun yang masih baru menjalankan *Wirausaha* tersebut. Mereka yang masih baru menjalankan *Wirausaha online* mencoba belajar dan mengikuti cara *Wirausaha online* tersebut dengan melihat teman yang cukup berhasil dalam menjalankan *Wirausaha online* Nya.

Wawancara awal dengan salah satu Mahasiswa Prodi Pengembangan Masyarakat Islam PMI Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda

---

<sup>11</sup> Hal 7

<sup>12</sup> Irna Fitri “Analisis Promosi Penjualan *Online*, Harga, Kepercayaan, Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Ceker Brontak (Studi Pada Ceker Brontak Kota B r Lampung) “Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Lampung, *skripsi, hal 10*, di kutip pada tanggal, 2 januari 2020.

Aceh, yang bernama H (Halimah). Interaksi yang terjalin antara penulis dengan H memudahkan penulis untuk menggali informasi yang dibutuhkan. Informasi mengenai aktivitas H sehari-hari dalam mengembangkan *Wirausaha online* dan barang yang dipasarkan seperti Tas, Baju, Kosmetik dan lain-lain, dan barang yang dia jual didapatkan dari teman di kosa tempat tinggal dan penghasilan yang di dapatkan selama ini Rp 200.000 - 500.000 berbulan, Selama ini dia sudah bisa menghidupkan diri sendiri dengan *Wirausaha online* yang dia lakukan sambil dia kuliah.<sup>13</sup>

Para Wirausaha Online selanjutnya laki-laki bernama MN (Muhammad Navis) dia berusia 22 tahun dan dia merupakan mahasiswa aktif, MN melakukan *Wirausaha online* sudah mencapai satu tahun setengah dan hasil yang MN dapatkan sudah bisa memenuhi jajan hidup tampak perlu meminta lagi sama orang tua, produk yang MN jual merupakan produk orang lain atau biasa disebut dengan reseller produk. Produk yang Mn pasarkan merupakan produk kesehatan dari perusahaan Tiens, MN menjalankan *Wirausaha online* dan keuntungan yang di dapatkan berkisar Rp500.000 sampai Rp1.000.000 setiap bulan dan modal yang di keluarkan untuk mendapatkan barang tersebut sebesar Rp1.500.000 sudah mendapatkan kartu anggota dan sudah mendapatkan beberapa stok produk, dan target market yang Saya fokuskan kepada siswa dan mahasiswa dan kepada ibu millennial.<sup>14</sup>

Manfaat *Wirausaha online* khususnya bagi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh dapat mengasah kemampuan

---

<sup>13</sup> Hasil wawancara dengan Halimah pada tanggal 10 Agustus 2020.

<sup>14</sup> Hasil wawancara dengan Muhammad Navis pada tanggal 16 Juni 2020.

Wirausaha sebagai implementasi teori yang telah didapatkan, khususnya bagi mahasiswa. *Wirausaha online* memiliki banyak keuntungan yang dapat dimanfaatkan seperti kemudahan dalam segi modal, *Wirausaha online* tidak terlalu membutuhkan modal yang besar, cukup dengan satu unit Android dan jaringan internet. Selain itu, menjalankan *Wirausaha online* tidak hanya mendapatkan keuntungan materi tetapi juga bisa menjalin hubungan *Wirausaha* dan silaturahmi yang baik dengan banyak orang dan bisa membantu teman-teman lain mempunyai kemampuan dalam hal *Wirausaha online*.

*Wirausaha online* yang ditekuni oleh Mahasiswa Prodi Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry dapat membuka lapangan pekerjaan sendiri dengan kemampuan dan keterampilan yang dimiliki atau dengan kata lain memilih *Wirausaha* sebagai pilihan kerja. Akan tetapi, kenyataannya lebih banyak mahasiswa yang senang dan memilih pegawai atau buruh bahkan tidak bekerja sama sekali dibanding menjadi wirausaha. Rendahnya minat *Wirausaha* mahasiswa karena takut gagal dan tidak siap menghadapi rintangan yang ada.

Berdasarkan uraian di atas, menjelaskan bahwa *Wirausaha online* merupakan peluang besar yang masih terbuka. Kurangnya minat *Wirausaha online* dalam merealisasikan persepsi tentang peluang *Wirausaha online* membuat mereka lebih memilih menjadi konsumen dibanding pelaku usaha. Mereka takut gagal, takut bangkrut barang yang tidak laku dan masih banyak ketakutan lainnya.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan di atas maka permasalahan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana Prospek wirausaha *online* menurut Mahasiswa Prodi Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Apa saja hambatan yang dialami oleh Mahasiswa Prodi Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh dalam Wirausaha *online*.

## **B. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi:

1. Untuk mengetahui bagaimana Prospek Wirausaha *Online* menurut Mahasiswa Prodi Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Untuk mengetahui apa saja hambatan yang dialami oleh Mahasiswa Prodi Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh dalam menjalankan *Wirausaha online*.

### C. Manfaat Penelitian

Sesuai dengan rumusan permasalahan dan tujuan penelitian yang ada maka menjadi manfaat penelitian sebagai berikut :

1. Secara Akademik:
  1. Dapat memperoleh pengetahuan tentang Prospecting Wirausaha *Online* Pada Mahasiswa Prodi Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry terhadap sosial masyarakat baik peneliti maupun para pembaca.
  2. Sebagai informasi awal dan dapat ditindak lanjuti bagi yang meneliti lebih jauh dan mendalam.
2. Aspek praktis
  1. Penelitian ini bermanfaat untuk menjadikan masukan terhadap Mahasiswa Prodi Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Wirausaha *Online*.
  2. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan masukan bagi keberlangsungan dan kemajuan Wirausaha *Online*. Kemudian juga dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi penelitian semacam ini.

### D. Penjelasan Istilah Penelitian

Untuk memperoleh hasil penelitian yang terarah dan terhindar dari kesalahan mengenai makna istilah-istilah di dalam judul penelitian ini, maka penulis memaparkan makna istilah tersebut untuk dapat dipahami. Beberapa istilah yang penulis paparkan antara lain adalah sebagai berikut:

## 1. Prospek

prospek adalah seorang individu, kelompok ataupun organisasi yang dianggap potensial oleh pemasar dan ingin terlibat dalam suatu pertukaran Wirausaha . Pendek kata, arti prospek adalah calon pembeli yang mempunyai keinginan terhadap suatu produk.<sup>15</sup>

## 2. Wirausaha

wirausaha secara umum adalah seorang yang berani mencoba untuk melakukan hal yang baru dengan memanfaatkan sumber-sumber yang ada, untuk menciptakan sebuah peluang usaha supaya bisa menjadi seorang yang sukses dibidangnya.<sup>16</sup> Namun untuk menjadi seorang wirausaha yang sukses memerlukan ilmu supaya mudah bagi kita untuk memasarkannya, serta mengatur permodalan operasinya untuk menghasilkan sesuatu yang bernilai lebih tinggi, dengan segala risiko yang akan dihadapinya.<sup>17</sup>

## 3. Online

*online* adalah suatu proses pembelian barang atau jasa dari mereka yang menjual barang atau jasa melalui *internet* di mana antara penjual dan pembeli tidak pernah bertemu atau melakukan

---

<sup>15</sup> Dikutip <https://www.pengertianmenurutparaahli.net/pengertian-prospek/>, diakses pada tanggal, 12 januari 2020.

<sup>16</sup> Ir. Hendro, M.M. *Dasar-dasar Wirausaha Online*, ( Jakarta : Erlangga 2011 ), hal.15

<sup>17</sup> Dikutip dari <https://www.zonareferensi.com/pengertian-wirausaha/>, diakses pada tanggal, 12 januari 2020.

kontak secara fisik yang di mana barang yang diperjualbelikan ditawarkan melalui display dengan gambar yang ada di suatu website atau toko.<sup>18</sup>

#### **E. Fokus penelitian**

Untuk mempermudah dalam menganalisa hasil penelitian, maka penelitian ini di fokuskan pada Mahasiswa Prodi Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry yang masih aktif dan juga yang menjalani wirausaha *online* lebih dari satu tahun dan kontinyu menjalani Wirausaha *online*, dan dari leting terbanyak yang menjalani Wirausaha *Online*.

---

<sup>18</sup> Dikutip dari, [https://www.hestanto.web.id/online- /](https://www.hestanto.web.id/online-/), diakses pada tanggal 12 januari 2020.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Sebelumnya yang Relevan

Beberapa penelitian menjelaskan mengenai Wirausaha *online* pada mahasiswa namun penelitian skripsi yang sejenis dengan penelitian ini belum ditemukan, meskipun demikian peneliti menemukan penelitian yang bisa digunakan sebagai rujukan. Penelitian yang mendukung pernah dilakukan oleh Sofia Eka Wahyu Pratiwi yang berjudul “Motivasi *Wirausaha Online* Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi”. Hasil penelitiannya adalah motivasi mendorong *Wirausaha online* untuk mendapatkan penghasilan tambahan sambilan kuliah Motivasi Internal terdiri dari: motivasi memperoleh uang untuk pemenuhan kebutuhan pokok dan mempertahankan kuliah, motivasi memperoleh pengalaman kerja, motivasi hidup mandiri. Sedangkan motivasi eksternal terdiri dari: motivasi berkelompok atau berorganisasi, motivasi menerapkan ilmu, motivasi mendapatkan status yang dibanggakan.<sup>19</sup>

Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Ariestya Ayu Permata dengan Judul “Pemanfaatan Media Sosial Untuk Jual Beli *Online* Di Kalangan Mahasiswa Fisip Universitas Airlangga Surabaya Melalui Instagram” studi pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Airlangga Surabaya Ilmu Informasi Dan Perpustakaan, masalah yang di teliti dalam skripsi ini adalah Perkembangan

---

<sup>19</sup> Sofia Eka “ Motivasi Berbisnis *Online* Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi” *Dikutip Dari Jurnal*, (Pratiwiet al., Motifasi Berbisnis *Online*), Fakultas Keguruan dan Ilmu pendidikan (UNEJ), Artiker Ilmiah Mahasiswa, 2014, dikutip 14 januari 2020, (1); 1-10.

Wirausaha melalui media sosial semakin hari semakin meningkat, seiring dengan meningkatnya pengguna internet di dunia terutama di Indonesia. Media sosial Instagram telah menjadi salah satu sarana promosi produk yang memiliki prospek sangat baik saat ini. Instagram dengan segala kelebihannya telah memiliki pasar yang sangat luas di seluruh dunia. Berbagai macam peluang bisnis, informasi Wirausaha, strategi marketing suatu produk bisa dijumpai dalam setiap update Instagram para penggunanya.<sup>20</sup>

Hasil atau tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial (Instagram) untuk sarana berbelanja *online* di kalangan mahasiswa FISIP Universitas Airlangga Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Populasi sampel sebanyak 2842 mahasiswa dari 7 jurusan angkatan 2012 sampai dengan 2015, sedangkan sampel yang digunakan sebanyak 100 mahasiswa. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Hasil dari analisis ini menunjukkan akan kebiasaan mahasiswa memanfaatkan Instagram untuk berbelanja *online*.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Fitriana Rahayu dengan judul “Penggunaan Media *Online* Untuk Wirausaha Oleh Perempuan”. Studi Deskriptif Pengelolaan Informasi untuk Wirausaha dengan Media *Online* oleh Perempuan pada Komunitas WOSCA (Woman *Online* Community Surabaya). masalah yang diteliti dalam skripsi ini adalah Bagaimana pengelolaan informasi

---

<sup>20</sup> Ariestya Ayu Permata dengan Judul “Pemanfaatan Media Sosial Untuk Jual Beli *Online* Di Kalangan Mahasiswa Fisip Universitas Airlangga Surabaya Melalui Instagram” studi pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Airlangga - Surabaya Ilmu Informasi Dan Perpustakaan, dikutip 14 januari 2020, (1); 1-5

produk atau jasa dalam Wirausaha *online* yang dilakukan oleh perempuan di komunitas WOSCA dan strategi mereka dalam memperoleh keuntungan.<sup>21</sup>

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Perkembangan teknologi informasi khususnya *Wirausaha online* pada perempuan di komunitas WOSCA. Penjelasan yang Saat ini kegiatan Wirausaha *online* mulai banyak diminati, terutama oleh kaum wanita. Berbagai alasan mendorong seorang wanita untuk Wirausaha *online*. Studi ini berusaha menggambarkan para wanita yang menjalankan Wirausaha *online* di komunitas WOSCA. Pendekatan yang digunakan adalah tipe deskriptif kuantitatif Total responden adalah 55 wanita di komunitas WOSCA. Pengambilan sampel dilakukan melalui purposive sampling, dengan pertimbangan responden sudah memiliki Wirausaha *online* dan telah mengoperasikan Wirausaha selama setidaknya satu tahun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media *online* yang paling banyak digunakan oleh responden adalah Facebook (jaringan sosial media dalam berbagi keperluan) dan teknologi peralatan yang paling banyak digunakan oleh responden untuk mengakses Wirausaha media *online*.

Hasil peneliti menyebutkan bahwa Wirausaha *online* dapat bekerja sambil menjaga anak-anak dan keluarga. Pada wanita yang telah melakukan deskripsi informasi barang layanan dengan baik telah menghasilkan lebih dari satu juta dolar, sementara wanita yang tidak melakukan deskripsi informasi barang / jasa dengan baik memiliki penghasilan di bawah satu juta.<sup>22</sup>

---

<sup>21</sup> *Ibid*, hlm. 6

<sup>22</sup> *Ibid*, hlm. 7-9

Dari beberapa hasil penelitian terdahulu yang relevan di atas mempunyai jenis analisis data yang sama dengan yang peneliti lakukan adalah sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif dan penelitian terdahulu lebih kepada perempuan dan penelitian yang peneliti lakukan lebih kepada mahasiswa namun dari semua referensi penelitian di atas yang paling dekat dengan masalah yang peneliti lakukan yang di utarakan oleh Ariestya Ayu Permata dengan Judul “Pemanfaatan Media Sosial Untuk Jual Beli *Online* Di Kalangan Instagram.”<sup>23</sup>

## **B. Teori yang Relevan**

### **1. Pengertian Wirausaha *Online***

Adapun wirausaha, ditinjau dari etimologinya wirausaha berasal dari kata wira dan usaha. Kata wira berarti teladan atau patut dicontoh, sedangkan usaha berarti kemauan keras. Jadi menurut *Tarmudji* wirausaha diartikan sebagai seorang yang berkemauan keras dalam melakukan tindakan yang bermanfaat dan patut menjadi teladan hidup. Menurut Saiman wirausaha adalah orang-orang yang memiliki sifat-sifat kewirausahaan dan umumnya memiliki keberanian dalam mengambil risiko terutama dalam menangani usaha atau perusahaannya dengan bijak pada kemampuan dan atau kemauan sendiri. Meredith mengemukakan bahwa wirausaha adalah orang yang mempunyai kemampuan melihat dan menilai kesempatan-kesempatan Wirausaha , mengelola sumber daya guna dibutuhkan guna mengambil keuntungan darinya serta mengambil tindakan yang tepat guna

---

<sup>23</sup> *Ibid, hlm.10*

memastikan kesuksesan. Sementara menurut By grave wirausaha adalah seorang yang mencari peluang dan menciptakan organisasi untuk mengējarnya.<sup>24</sup>

Menurut Loudon dalam Hestanto E-Commerce ialah suatu proses yang dilakukan konsumen dalam membeli dan menjual berbagai produk secara elektronik dari perusahaan ke perusahaan lain dengan menggunakan komputer sebagai perantara transaksi Wirausaha yang dilakukan. Setelahnya pembeli dapat memilih barang yang diinginkan untuk kemudian melakukan pembayaran kepada penjual melalui rekening bank yang bersangkutan. Setelah proses pembayaran di terima, kewajiban penjual adalah mengirim barang pesanan pembeli ke alamat tujuan.<sup>25</sup>

Dari uraian di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa wirausaha ialah suatu kegiatan yang mengarah pada suatu ketauladanan dan keberanian untuk menjadikan sesuatu lebih bermanfaat, sehingga Wirausaha sebenarnya dapat dilakukan oleh siapa saja yang memiliki kemampuan untuk menjadikan sesuatu itu lebih bermanfaat dan menambah nilai dalam usaha.

Berdasarkan pengertian Wirausaha *online* yang telah dipaparkan di atas maka Wirausaha yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah suatu kecenderungan hati seseorang untuk memperhatikan, menyukai, dan menginginkan terhadap suatu kegiatan Wirausaha khususnya pada Mahasiswa prodi Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh tanpa merasa takut dengan risiko yang akan terjadi.

---

<sup>24</sup> St, Jhon Universit "Kewirausahaan Atau Entrepreneurship Pertama Kali" *dikutip dari* <https://www.coursehero.com/file/p6aqu4n/Kewirausahaan-atau-entrepreneurship-pertama-kali-diperkenalkan-pada-abad-18/>, pada 27 Januari 2020.

<sup>25</sup> Hestanto "Online Marketing" *dikutip dari* <https://www.hestanto.web.id/online-a/>, pada 14 Januari 2020.

## 2. Jenis Barang Yang Banyak Di Minati

Seiring dengan perkembangan Wirausaha *online* di sosial media dari sekian banyak produk yang pasarkan di sosial media pasti ada beberapa barang-barang yang paling banyak di minati seperti:

### a. Produk Fashion

Produk fashion yang banyak diminati beraneka ragam, seperti pakaian, sepatu, tas, jam tangan, kacamata, dan berbagai aksesoris lain yang fungsinya mampu menunjang penampilan pemakainya. Menjadi catatan, produk fashion branded, memiliki keunikan tersendiri, ataupun yang mewakili identitas yang banyak diburu konsumen.

### b. Gadget

Kebanyakan konsumennya adalah para pekerja atau ibu rumah tangga yang tidak punya banyak waktu untuk mencari smartphone di gerai-gerai mall atau pusat perbelanjaan elektronik. Ada pula di antara konsumen yang mencari harga murah, karena beberapa toko *online* mengambil barang langsung dari distributor asalnya.

### c. Produk kecantikan

Tidak berbeda dengan produk fashion, produk kecantikan pun banyak diminati oleh konsumen, terutama kalangan perempuan. Seperti yang kita ketahui bahwa setiap perempuan ingin selalu tampil cantik dan menarik. Karenanya, produk kecantikan sudah menjadi kebutuhan sehari-hari bagi mereka.

Meskipun terkadang produk yang dijual bukan produk terkenal, namun karena iming-iming hasil yang instan membuat para konsumen memburunya. Produk kecantikan yang laku di pasaran seperti skin care, krim penghilang jerawat, lipstik, pelembab, dan banyak lagi produk kecantikan laris lainnya, terutama yang diimpor langsung dari luar negeri.

d. Barang secondhand

Bukan hanya barang bermerk saja yang punya banyak peminat, barang-barang bekas atau yang biasa disebut dengan second atau secondhand juga menjadi primadona toko *online* di media sosial. Konsumennya kebanyakan adalah anak muda atau mahasiswa yang tidak ingin mengeluarkan banyak uang untuk mendapatkan barang branded bekas dengan kualitas yang masih bagus. Sedang konsumen lainnya biasanya mencari barang-barang lawas yang sudah jarang dijual di pasaran.

e. Makanan

Bagi konsumen yang malas meracik sendiri asupan yang harus mereka konsumsi sehari-hari, maka berlangganan katering (yang sudah termasuk jasa antar) di toko *online* adalah solusi bagi mereka dan di sana mereka disajikan berbagi macam raga aneka makanan dari dalam maupun luar negeri yang bervariasi.

f. Peralatan Rumah tangga

Peralatan rumah tangga menjadi salah satu kebutuhan yang mesti terpenuhi, terutama bagi mereka yang sudah berkeluarga. Lagi-lagi

alasan nya karena ingin menghemat waktu, para konsumennya mempercayakan penyediaan kebutuhan mereka ini pada toko *online*. Lagi pula, beberapa peralatan rumah tangga yang dijual lewat *online* memiliki variasi yang lebih beragam, mulai dari AC, kulkas, rak, peralatan dapur, hingga food ware, seperti produk Medina. Dan bukan hal yang mustahil jika Bunda akan mengantungi banyak keuntungan dari Wirausaha ini.<sup>26</sup>

### 3. Marketing Dalam Menjalakan Wirausaha *Online*

Ada beberapa strategi marketing dalam mengembangkan Wirausaha *online*:

a. Gambar produk Sesungguhnya.

Dalam menjual barang di toko *online* produk yang di tampilkan harus semenarik mungkin supaya pelanggan mau berkunjung ke dalam toko *online* kita, pembeli mereka tidak melihat barang yang di jual secara langsung makanya gambar produk yang di ambil benar-benar dengan hasil yang bagus atau dengan hasil yang maksimal sehingga barang sederhana bisa diabadikan dengan tampilan yang lebih indah ketimbang aslinya dan juga untuk menghindari kesan penipuan.

b. Facebook Marketing

Hampir setiap kalangan mengenal Facebook, seperti kalangan anak-anak, remaja, bahkan orang tua pun menggunakan Facebook dan juga sekarang sudah memiliki 111 juta orang yang menggunakan ini menjadi pasar yang sangat berpotensi untuk membangun wirausaha *online*.

---

<sup>26</sup> “Media” artikel, [http://www.inspirasimedina.com/id/artikel/read/7-jenis-produk-yang-jadi-primadona-online- -di-media-sosial/](http://www.inspirasimedina.com/id/artikel/read/7-jenis-produk-yang-jadi-primadona-online--di-media-sosial/), Diakses pada 6 Juni 2021.

Namun dengan besarnya pengguna Facebook sekarang sudah ada fitur-fitur untuk mendukung wirausaha *online*, seperti Marketplace, grup, halaman iklan yang sangat mendukung bagi para wirausaha *online*.<sup>27</sup>

c. Dengan Marketplace

Dengan banyaknya muncul para wirausaha *online* maka ada juga pihak-pihak yang mengambil keuntungan dengan menipu pelanggan, fenomena ini buat para pelanggan merasakan khawatir untuk berbelanja *online*, namun untuk mengurangi kejadian atau penipuan maka sekarang muncullah beberapa marketplace yang menjadi pihak ketiga dalam melakukan transaksi atau pembayaran, sehingga membuat konsumen merasa aman dan mengembalikan kepercayaan konsumen untuk membeli di toko *online*.<sup>28</sup>

d. Manfaatkan Situs penyedia iklan

Untuk memudahkan dalam berjualan *online* sekarang bisa menggunakan situs-situs penyedia iklan ADS (penyedia iklan yang mengkhususkan) yang sudah di khusus kan seperti Google, Facebook, Instagram maupun, Twitter. Dengan memanfaatkan situs penyediaan iklan ini membuat kemudahan bagi para wirausaha *online* dalam menjalankannya.<sup>29</sup>

---

<sup>27</sup> Steven Holzner, *Facebook Marketing*, ( Bandung, Diterbitkan oleh Mizan meia Utama, tahun 2009).hal.1-5

<sup>28</sup> Ibid, hal.6

<sup>29</sup>“Jurnal Entrepreners” [https://www.jurnal.id/id/blog/2017-4-strategi-promosi-marketing-untuk-bisnis-online- /](https://www.jurnal.id/id/blog/2017-4-strategi-promosi-marketing-untuk-bisnis-online-/), Dikutip Pada 6 Juni 2020.

#### 4. Keuntungan Pemasaran *Online*

Berikut ada beberapa keuntungan dalam pemasaran *online*:<sup>30</sup>

a. Mengurangi Biaya

Kelebihan dalam menjalankan wirausaha *online* sedikitnya biaya yang kita keluarkan dalam menjalankan usahanya dibandingkan kalau menjalankan usaha *offline*. Begitu juga jikalau kita menjual barang dengan menggunakan jasa atau fitur iklan menjadi lebih murah di bandingkan beriklan di TV, radio, Koran atau media Cetak dalam jumlah banyak.

b. Dapat Diukur Real Time

Pemasaran yang dilakukan secara *online* mudah diukur melalui alat analisis seperti Google Analytics (layanan gratis dari Google yang menampilkan statistik pengunjung sebuah situs web). Sehingga informasi barang yang kita jual tertarget kepada orang-orang yang kita inginkan, dan fitur-fitur tersebut kita juga mendapatkan database konsumen secara terperinci membuat penjual bisa melakukan Replik orderan (pesan kembali) pada konsumen yang sudah memesan.

c. Cepat Menentukan Target

Dengan munculnya berbagai fitur-fitur yang di sediakan maka sangatlah mudah para wirausaha *online* untuk menjual barang mereka dan

---

<sup>30</sup> Marketing Jurnal “ Pengertian, Jenis Dan Manfaat Pemasaran *Online*”  
<https://www.jurnal.id/id/blog/pengertian-jenis-dan-manfaat-pemasaran-online/>, Diakses pada tanggal 6 Juni 2021.

menargetkan konsumen yang dia inginkan sesuai dengan produk yang dibutuhkan oleh konsumen dengan tepat.

d. Paparan Jangka Panjang

Promosi yang dilakukan melalui pemasaran offline biasanya hanya bertahan selama 1-4 Minggu. Hal ini berbeda dengan pemasaran *online* yang merupakan proses berkelanjutan. Di situs pencarian, ide-ide promosi akan tetap terlihat oleh konsumen untuk jangka waktu yang lama. Namun perlu melakukan sedikit pembaruan agar konten tersebut tetap terlihat menarik.

## 5. Strategi Pemasaran

Berikut adalah strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan baik secara *online*, di antaranya berupa :<sup>31</sup>

a. Kenalilah Pelanggan

Pelanggan adalah pembalik atau raja istilah tersebut memang benar, apa lagi kalau seorang pembeli dilayani dengan baik karena keramahan atau kesan yang baik yang dia dapatkan membuat dia akan terasa nyaman jika itu sudah kita dapatkan maka pelanggan tersebut akan menjadi aset yang sangat berharga. Kenali pelanggan kita berilah kesan atau pelayanan yang baik kepada mereka. Begitulah seharusnya seorang wirausaha, mereka harus mampu membaca profil para pelanggan mereka. Kemudian memberikan pelayanan yang sesuai dengan profil mereka masing-masing. Percayalah, pelanggan akan jauh lebih loyal pada .

---

<sup>31</sup> Dr. H. Muhammadiyah Yusuf Saleh “*Konsep dan Strategi Pemasaran*” (Makasar: Cv. Sah Media 2019), Hal.1-5

#### b. Menggunakan Internet Marketing

Strategi pemasaran yang sangat gencar dilakukan dengan memanfaatkan internet marketing. Para konsumen cenderung ingin berbelanja dalam ruang yang lebih privat dan terhindar dari keramaian. Internet membuka pintu yang lebar bagi Mahasiswa untuk berinovasi, dapat menampilkan produk usaha Mahasiswa pada website, blog, facebook, dan situs lainnya, dengan memasang foto-foto yang sekiranya dapat menarik konsumen. Dengan menggunakan internet marketing, Mahasiswa juga dapat berinteraksi secara langsung dengan konsumen tanpa dibatasi ruang dan waktu dengan kenyamanan-kenyamanan tersendiri kepada pelanggan.

#### c. Menjalin Hubungan Dengan pelanggan

Komunikasi dengan baik dan memberikan penjelasan yang sesuai tentang produk yang pelanggan inginkan supaya pelanggan mendapat kenyamanan, dan di era teknologi sekarang ini, di mana pelanggan tidak lagi hanya berhubungan dengan perusahaan tetapi juga dengan sesama pelanggan lainnya.

Seorang Pelanggan yang kecewa bisa dengan mudah mengungkapkan rasa kecewanya melalui tulisan di blog ataupun melalui social media yang tentu saja akan cepat tersebar dan dilihat oleh pelanggan dan calon pelanggan lainnya, hal ini tentunya sangat merugikan perusahaan. Image baik yang sudah melekat selama bertahun-tahun di sebuah perusahaan mungkin saja bisa tiba-tiba menjadi sangat buruk karena dirusak oleh hal-

hal yang mungkin dianggap sepele perusahaan. Oleh karena itu, biasanya beberapa perusahaan besar menjadikan hal ini sebagai prioritas utama. Maka, buatlah database pelanggan, masukkan data-data penting beserta kemajuan yang telah dicapai, hubungi mereka secara berkala dengarkan dan perhatikan kebutuhan pelanggan, dan informasikan pelanggan mengenai promo produk yang sedang berjalan serta berikan support yang terbaik. Menjalin hubungan yang baik dengan konsumen merupakan kunci terakhir yang harus pegang untuk mencapai kesuksesan dalam Wirausaha.<sup>32</sup>

### **C. Faktor Pendukung Dan Penghambat**

Motivasi merupakan dorongan yang bersifat naluriah dan sangat diperlukan di dalam menjalankan sebuah usaha atau Wirausaha setiap individu. Tingkat motivasi seseorang berbeda beda tergantung pada tujuan dan dorongan dalam menjalankan dalam menjalankan usaha yang di lakukan. Motivasi juga tersusun secara konstruktif dan bersinergi terhadap pola tujuan masing-masing individu. Secara umum motivasi bersifat membangun dan memberikan arahan untuk bertindak lebih baik.

Dengan majunya teknologi dan inovasi pada zaman sekarang dan membuat ekonomi dalam masyarakat tumbuh dengan munculnya para Wirausaha *online* dan juga dibutuhkan motivasi yang kuat di dalam menyukkseskan usaha yang dibangun.

---

<sup>32</sup> Udin Mahmud, Dikutip dari <https://zahiraccounting.com/id//5-strategi-pemasaran-untuk-meningkatkan-penjualan/>, Diakses pada tanggal 6 Juni 2021.

## 1. Faktor Pendukung Wirausaha *Online*

Semakin melonjaknya peningkatan dalam Wirausaha *online* pastinya diiringi dengan persaingan pasar yang semakin hari semakin ketat. dalam hal itu ada dua faktor pendukung kesuksesan Wirausaha *online* yang perlu kita tahu:

### a. Mempermudah Transaksi Pembayaran *Online*.

Dalam menjalankan Wirausaha *online* pada konsumen lebih banyak melakukan transaksi atau pembayaran produk maupun jasa menggunakan transfer bank atau memilih transfer via banking untuk melakukan transaksi pembelian secara *online*. Pembelian menggunakan internet atau transfer lewat bank king sangatlah aman dan terpercaya karena fitur yang dibuat oleh pihak bank sudah cukup aman dengan fitur yang canggih dan tidak mudah di bobor secara *online*. Oleh karena itu para Wirausaha *online* biasanya mereka menggunakan beberapa bank-bank yang cukup terpercaya dalam memiliki jaringan yang luas sehingga seluruh penjuru nusantara seperti Bank BCA, Mandiri, BNI, dan BRI yang sering digunakan. Hal ini sangat penting agar konsumen tidak mendapati kesulitan maupun kendala apabila hendak melakukan transaksi pembayaran.<sup>33</sup>

---

<sup>33</sup> Andi, "Promosi Efektif Dengan Web" (Semarang, Diterbitkan Wahana Komputer, 2003), Hal.206.

b. Keterpaksaan Dan Keadaan

Kondisi yang diciptakan atau yang terjadi, misal PHK, Pensiun, dan menganggur atau belum bekerja dapat bagi seseorang untuk memilih jalan hidupnya untuk memulai usaha atau tidak punya usaha lain untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.<sup>34</sup>

c. Lingkungan dan Pergaulan

Pergaulan hidup memberi dampak pada kehidupan kalau bergaul dengan orang sukses maka kita lama kelamaan akan tertular sukses dan begitu juga sebaliknya. Untuk menjadi orang sukses ke depannya pilihlah kawan yang sukses dari pada Kamu.<sup>35</sup>

d. Memiliki jasa pengiriman yang cepat dan hemat.

Selain transaksi pembayaran melalui transfer bank para Wirausaha *online* juga harus memperhatikan jasa pengiriman barang yang cepat dan juga hemat dan terpercaya dan jalankan kerjasama dengan pihak mereka untuk mempermudah proses pengiriman barang . Beberapa jasa pengiriman yang bisa dimanfaatkan antara lain kantor POS Tiki JNE, DHL, L300 Gojek dan lain-lain.<sup>36</sup>

---

<sup>34</sup> Ir. Hendro, M.M. *Dasar-dasar Wirausaha Online*, ( Jakarta : Erlangga 2011 ), hal.63

<sup>35</sup> Ibid, hal. 62

<sup>36</sup> Redaksi Bisnis Online “*Dua faktor Pnendukung kesuksesan Bisnis Online*“ di terbitkan 24 Desember 2011, <https://bisnisukm.com/dua-faktor-pendukung-kesuksesan-bisnis-online.html>, Dikutip pada tanggal 7 Juni 2021.

## 2. Faktor Penghambat Wirausaha *Online*

Dari beberapa faktor pendukung dalam menjalankan Wirausaha *online* di atas, ada juga beberapa faktor penghambat dalam menjalankan Wirausaha *online* sebagai berikut:<sup>37</sup>

### a. Ingin Segera Menghasilkan.

Dalam menjalankan Wirausaha apapun pasti ada yang namanya proses sehingga dengan proses kita bisa lebih tahu dan belajar untuk mengatasi masalah. Ada pepatah mengatakan "orang sukses bukanlah orang yang tak pernah gagal, akan tetapi orang sukses adalah orang yang bangkit dari kegagalan tersebut" itu artinya sukses adalah berproses bukan dibeli dengan materi tetapi materi adalah sebagai penunjang kesehatan dan dalam Wirausaha apapun tidak ada yang gagal tetapi yang gagal adalah orang yang berhenti ber Wirausaha .

### b. Tidak Fokus

Memang tidak dipungkiri Wirausaha *online* ini banyak sekali ragamnya, dan itu sebagai salah satu penghambat dalam menjalankan Wirausaha *online* ini, sehingga kita fokus menjalankan Wirausaha yang sudah dijalankan, fokus dalam Wirausaha yang sekarang kita lakukan karena dengan fokus itu pada satu tempat keberhasilan dalam sebuah Wirausaha akan menjadi lebih mudah, setelah berhasil baru mengalih kepada Wirausaha yang lain.

---

<sup>37</sup> Jarvis Stor "lima Penghambat Bisnis Online" <https://jarvis-store.com/artikel/5-penghambat-bisnis-online->, Dikutip pada 7 Juni 2021.

c. Terlalu Banyak Analisis Atau Pertimbangan

Untuk menjadi Wirausaha yang sukses memang kita memerlukan sedikit pertimbangan untuk memilih jenis usaha apa yang sesuai dengan fashion kita, akan tetapi kalau kita kebanyakan analisis dan pertimbangan itu juga bisa menghambat perusahaan yang akan kita raih.

d. Tidak mengerti internet dan bahasa Inggris

Sudah bisa di sangka memang bahwa *Wirausaha online* memang kita harus mempunyai pengetahuan tentang hal tersebut tetapi tidak bisa dijadikan ukuran bahwa orang yang tidak mempunyai pengetahuan tidak bisa sukses di *Wirausaha online* karena semua itu bisa kita belajar apakah secara langsung atau kau bisa belajar di YouTube.

5. Tidak mau berinvestasi.

Untuk terjun ke dunia *Wirausaha online* sudah pasti nya memerlukan yang namanya modal investasi sebagai langkah awal dalam membangun *Wirausaha* , karena besok apa pun sudah pasti akan membutuhkan modal besar atau kecil modal tersebut.

#### **D. Wirausaha *Online* Dalam Islam**

Pada dasarnya *Wirausaha online* ini sama dengan *Wirausaha offline* seperti biasanya, yang membedakan keduanya hanya lokasi atau tempat *Wirausaha* dijalankan titik dalam *Wirausaha offline* terdapat toko atau tempat tetap yang digunakan untuk menjual barang atau jasa, sedangkan *Wirausaha*

*online* menggunakan media internet sebagai tempat berjualan sekaligus media promosi antara pembeli dan penjual saling tatap muka dan transaksi dilakukan atas dasar kepercayaan.

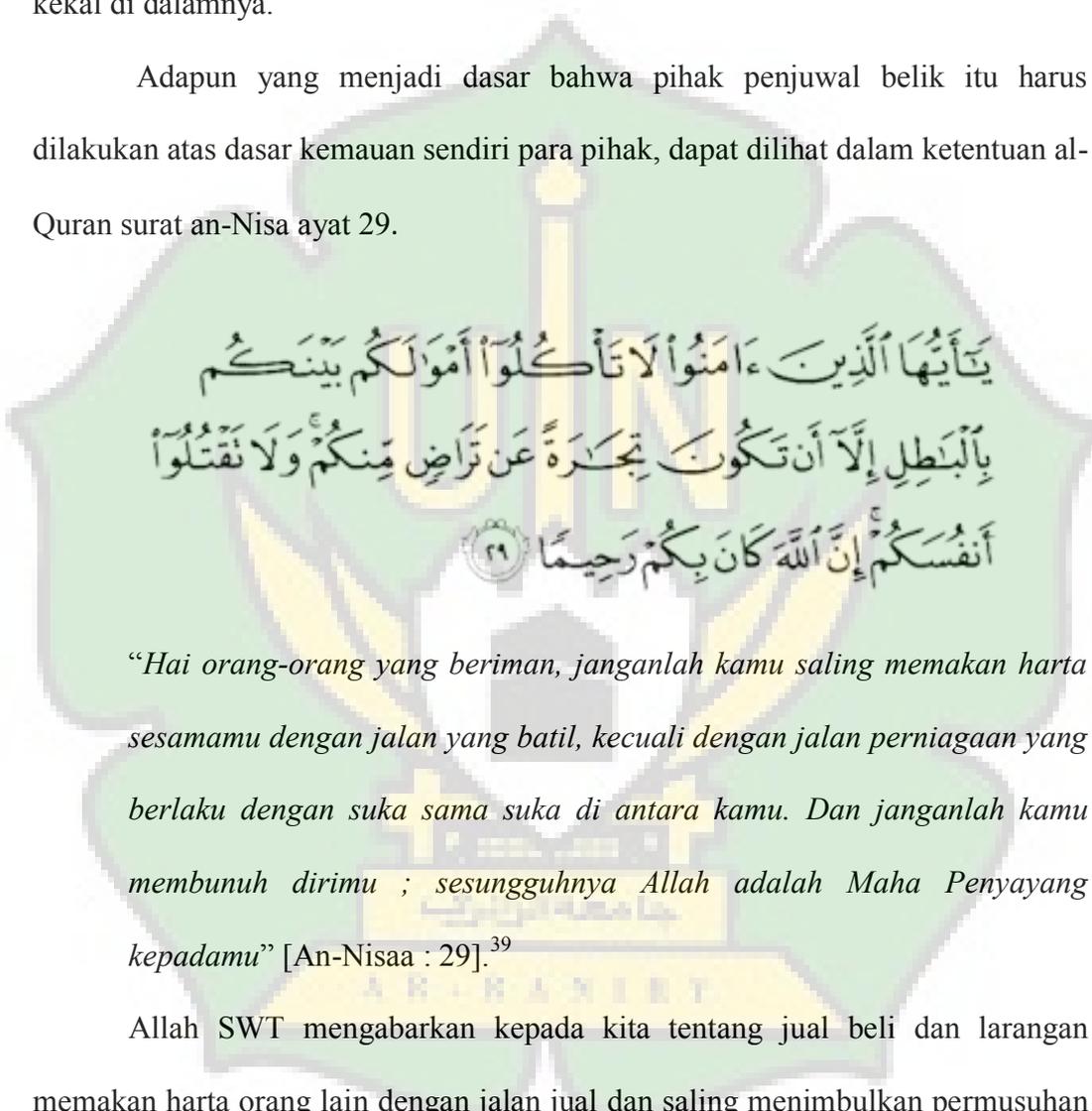
Jual beli sebagai sarana tolong menolong antara sesama manusia yang terdapat dalam al-Quran dan sunnah rasulullah SAW. Terdapat sejumlah ayat al-Quran yang berbicara tentang jual beli. Diantaranya dalam surat al-Baqarah (2) ayat 275, dan surat An-nisa' (4) ayat 29 yang berbunyi:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ  
الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ  
اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا  
سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا  
خَالِدُونَ

*275. orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), ayat (Al-Baqarah 275).*

Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.<sup>38</sup>

Adapun yang menjadi dasar bahwa pihak penjual belik itu harus dilakukan atas dasar kemauan sendiri para pihak, dapat dilihat dalam ketentuan al-Quran surat an-Nisa ayat 29.



يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ  
بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا  
أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ٢٩

*“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu ; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu” [An-Nisaa : 29].<sup>39</sup>*

Allah SWT mengabarkan kepada kita tentang jual beli dan larangan memakan harta orang lain dengan jalan jual dan saling menimbulkan permusuhan dan saling membunuh antara satu dengan yang lainnya. Juga menunjukkan bahwa dalam melakukan suatu perdagangan hendaklah atas dasar suka sama suka atau sukarela. Tidak dibenarkan bahwa suatu perbuatan muamalah, perdagangan

<sup>38</sup> Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemah, (Bandung: Penerbit Diponegoro, 2005),hal.47.

<sup>39</sup> Ibit,hal. 83.

misalnya, dilakukan dengan pemaksaan ataupun penipuan. Jika hal ini terjadi dapat membatalkan perbuatan tersebut dan perbuatan baik yang kita lakukan.

Berikut ada beberapa skema tentang *wirausaha online*:

Skema dasar dari Wirausaha *online* adalah:

1. terjadinya transaksi antara dua orang antara pembeli dan penjual.
2. Adanya pertukaran barang, jasa maupun informasi.
3. Internet adalah media utama dalam proses jual beli ( ijab- qabul).<sup>40</sup>

Ada dua macam Ijab Kabul yaitu:

1. Sesuai perjanjian, di mana pembayaran dilakukan dengan tunai sebelum barang dikirim.
2. Al Istishna, yaitu bentuk pembayaran yang menunggu hingga barang dikirim.

Rukun jual beli menurut ulama Hanafiyah hanya satu, yaitu ijab dan qabul.

Menurut mereka, yang menjadi rukun dalam jual beli itu hanyalah kerelaan (ridha/taradhi) kedua belah pihak untuk melakukan transaksi jual beli. Akan tetapi, karena unsure kerelaan itu merupakan unsure hati yang sulit diindra sehingga tidak kelihatan, maka diperlukan indikasi yang menunjukkan kerelaan itu dari kedua belah pihak. Indikasi yang menunjukkan kerelaan antara kedua belah pihak yang melakukan transaksi jual beli menurut mereka boleh tergambar dalam ijab dan qabul, atau melalui cara saling memberikan barang dan harga barang.<sup>41</sup>

---

<sup>40</sup> Sayyid Sabiq, Fiqh Sunnah Jilid 12, (Bandung:PT Al-Ma'ruf,1997),hal.51

<sup>41</sup> Abdul Rahman, Ghufron Ihsan dan Sapiudin Shidiq, Fiqh Muamalat, (Jakarta:Kencana Prenada Media Group,2010), hal..71.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

Metode merupakan sebuah upaya yang dapat dilakukan kan peneliti dalam mengungkapkan data dan mencari kebenaran masalah yang diteliti, menurut Winarno Surahman menyatakan bahwa: " cara mencari kebenaran yang ada di dalam tulisan ilmiah adalah melalui metode penyelidikan".<sup>42</sup>

Menggunakan metode penyelidikan kan dimaksud untuk menemukan data yang vali, akurat, dan signifikan dengan permasalahan, sehingga dapat digunakan untuk mengungkap masalah yang diteliti: " suatu riset khususnya dalam ilmu pengetahuan empiris pada umumnya bertujuan untuk menemukan mengembangkan atau menguji kebenaran suatu pengetahuan".<sup>43</sup>

#### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan analisis dengan pendekatan kualitatif. Menurut M. Nasir metode deskriptif adalah suatu metode dalam penelitian status sekelompok manusia objek, kondisi, sistem pemikiran atau kelas peristiwa pada masa sekarang.<sup>44</sup> penelitian yang bersifat kualitatif sifat-sifat suatu individu keadaan, gejala, atau kelompok Ketentuan dan penyebaran suatu gejala dalam masyarakat.<sup>45</sup>

---

<sup>42</sup> Winarno Surahman, Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar Metode Dan Tehnik, cet.1, (Bandung: Tarsinto, 1992,hal.26.

<sup>43</sup> Sutrisno Hadi Metodologi Riset, Cet 1, ( Yogyakarta: Andi Offsite, 1990), hal.3.

<sup>44</sup> M. Nasir, Metode Penelitian, (Bogor: Ghalia Indonesi, 2005), hal. 54.

<sup>45</sup> Koenjaraningrat, Metode-metode Penelitian Mmywalmt, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1991), hal, 29.

Penelitian kuantitatif adalah upaya untuk menyajikan sosial dan perspektif di dunia dari segi konsep, perilaku, dan persoalan tentang manusia yang teliti.<sup>46</sup> Dalam pengertian lain juga disebutkan bahwa pendekatan kuantitatif adalah sebuah metode yang digunakan untuk memahami dan menafsirkan makna atau suatu peristiwa interaksi tingkah laku manusia dalam situasi tertentu menurut perspektif peneliti sendiri.<sup>47</sup> oleh karenanya penelitian ini dilakukan untuk menggali informasi agar dapat menemukan penjelasan tentang Bang prospek wirausaha *online* yang dijalankan Mahasiswa Prodi Pengembangan masyarakat Islam Fakultas Dakwah UIN Ar-Raniry.

## **B. Ruang Lingkup dan Fokus Penelitian**

Penulis menggunakan fokus penelitian dengan tujuan adanya fokus penelitian akan membatasi, yang berarti bahwa dengan adanya fokus yang diteliti akan memunculkan suatu perubahan atau subjek penelitian menjadi lebih terpusat dan terarah karena sudah jelas batasannya. Fokus penelitian menyatakan pokok persoalan yang menjadi pusat perhatian dalam penelitian.

## **C. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian adalah letak di mana penelitian akan dilakukan untuk memperoleh data atau informasi yang diperlukan dan berkaitan dengan permasalahan peneliti. adapun lokasi penelitian ini adalah pada Prodi Pengembangan Masyarakat Islam ( PMI) UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

---

<sup>46</sup> Lexy J.Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif; (Bandung: Remaja Rosdakm'ya, 2002), hal.6.

<sup>47</sup> M. Nasir, Metode Peneliti, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), hal. 54

#### **D. Informal Penelitian**

Informasi penelitian adalah orang yang diwawancarai, di minta informasi oleh pewawancara,<sup>48</sup> Sampel adalah bagian dari populasi yang menjadi sumber data yang sebenarnya dalam suatu penelitian atau bagian dari populasi untuk mewakili populasi. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang sumber datanya dengan pertimbangan tertentu, pertimbangan tertentu ini dianggap orang yang paling tahu tentang apa yang kita harapkan atau dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajah objek atau situasi sosial yang akan diteliti.<sup>49</sup>

Dalam mendapatkan informasi untuk menjadikan sampel dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Prodi Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Ar-Raniry. Adapun sampel atau kriteria yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Prodi Pengembangan Masyarakat Islam (PMI) Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh, dalam penelitian yang peneliti lakukan maka peneliti mencari mahasiswa yang menjalankan Wirausaha *Online* yang Kontinyu dan sudah mencapai satu Tahun menjalankan usaha Wirausaha *Online*, maka peneliti mendapatkan 8 Orang yang memenuhi persyaratan seperti peneliti inginkan pada Mahasiswa Prodi Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.

---

<sup>48</sup> Burhan Bungin. Penelitian Kualitatif Komunikasi Ekonomi Kebijakan Pubijakan Publik Ilmu Sosial Lainnya, (Jakarta: Kencana, 2011), hal. 111.

<sup>49</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif dan R& D ( Bandung : Alfabeta, 2013), hal. Hal.9.

## E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan tata cara atau langkah-langkah peneliti untuk mendapatkan data penelitian. Peneliti harus menggunakan teknik dan prosedur pengumpulan data yang sesuai dengan jenis data yang dibutuhkan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan, observasi, interview (wawancara) dan dokumentasi dalam pengumpulan data sebagai berikut:

### 1. Observasi

Observasi adalah pengamatan yang dilakukan secara sengaja, sistematis mengenai fenomena sosial dengan gejala-gejala psikis, dan perbuatan, untuk kemudian dilakukan pencatatan.<sup>50</sup> Teknik ini dilakukan untuk mendapatkan data langsung dari lapangan yang menjadi sampel penelitian. Ketika teknik komunikasi tidak memungkinkan maka observasi itu sangat bermanfaat. Di samping itu juga teknik ini sekaligus dapat mengecek langsung kebenaran setiap data yang disampaikan oleh para responden ketika diskusi.

### 2. Wawancara (interview)

Wawancara adalah proses percakapan dengan maksud untuk menginstruksi mengenai orang, kejadian, kegiatan, organisasi, motivasi, perasaan, dan sebagainya yang dilakukan dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dengan orang yang diwawancarai (interviewee).<sup>51</sup>

---

<sup>50</sup> “Joko Subagyo, Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek, (Jakarta: PT Renika Cipta, 2004), hal. 62.

<sup>51</sup> Burhan Bungin, (ed), Metode Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), hal. 143.

Wawancara dalam suatu penelitian bertujuan mengumpulkan keterangan tentang kehidupan manusia dalam suatu masyarakat. Dalam pelaksanaan pengumpulan data di lapangan, peneliti menggunakan metode wawancara atau diskusi mendalam. Wawancara atau diskusi mendalam merupakan suatu cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan, dengan maksud mendapatkan gambaran lengkap Prospecting Wirausaha *online* pada Mahasiswa Prodi Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Wawancara mendalam dilakukan secara intensif dan berulang-ulang. Peneliti melakukan verifikasi data tidak hanya percaya dengan pernyataan informan tetapi juga perlu mengecek dalam kenyataan melalui pengamatan atau dari informan yang satu ke informan yang lain yang dilakukan oleh mahasiswa.

Wawancara atau diskusi ini dimaksudkan untuk mengumpulkan data, maka hal ini tanyakan langsung oleh peneliti, mengenai Prospek Wirausaha *online* pada Mahasiswa Prodi Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

### 3. Dokumentasi

Untuk memperoleh data yang lebih jelas, peneliti mengumpulkan dokumen-dokumen yang berhubungan dengan Prospecting bisnis *online* pada Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh mengambil gambar dan alat rekaman sebagai alat wawancara.

## F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Analisis data disebut juga pengalihan data dan penafsiran data, Analisis data adalah rangkaian kegiatan penelaahan, pengelompokkan, sistematis, penafsiran dan verifikasi data agar sebuah fenomena memiliki nilai sosial, akademis, dan ilmiah. Data dalam penelitian kualitatif terdiri dari deskripsi tentang fenomena (situasi, kegiatan, peristiwa) baik berupa kata-kata, angka maupun yang hanya bisa dirasakan.<sup>52</sup>

Analisis data kualitatif menurut Seiddel prosesnya berjalan sebagai berikut:

1. Mencatat yang menghasilkan catatan lapangan, dengan hal itu diberi kode agar sumber datanya tetap dapat ditelusuri.
2. Mengumpulkan, memilah-milah, mengklasifikasikan, mensintesiskan, membuat ikhtisar, dan membuat indeksinya.
3. Berpikir-dengan jalan membuat agar kategori data itu mempunyai makna, mencari dan menemukan pola dan hubungan-hubungan.<sup>53</sup>

Menurut N.K Malhotra dalam buku Etta Memang Sangadji dan Sophia (Metodologi penelitian: Pendekatan Praktis dalam Penelitian), menjelaskan bahwa tahap analisis data dalam penelitian kualitatif secara umum dimulai sejak pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

---

<sup>52</sup> Imam Suprayoga, Tabroni, Metode Penelitian Agama, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003), hal. 133.

<sup>53</sup> Lexy J Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), hal. 283.

## 1. Reduksi Data

Reduksi data dapat diartikan sebagai suatu proses pemilihan data, pemusatan perhatian pada penyederhanaan data, pengabstrakan data, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Dalam kegiatan reduksi data dilakukan pemilahan-pemilahan tentang bagian data yang perlu diberi kode, bagian data yang harus dibuang, dan pola yang harus dilakukan peringkasan. Jadi dalam kegiatan reduksi data dilakukan: penajaman data, penggolongan data, pengarahan data, pembuangan data yang tidak perlu, pengorganisasian data untuk bahan menarik kesimpulan. Kegiatan reduksi data ini dapat dilakukan melalui: seleksi data yang ketat, pembuatan ringkasan, dan menggolongkan data menjadi suatu pola yang lebih luas dan mudah dipahami.

## 2. Penyajian Data

Penyajian data dapat dijadikan sebagai kumpulan informasi yang tersusun, sehingga memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian yang sering digunakan adalah dalam bentuk naratif, bentuk matriks, grafik, dan bagan.<sup>54</sup>

---

<sup>54</sup> Etta Mamang Sangadji, Sopiah, Metodologi Penelitian..., hal, 200.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Profil Prodi PMI

Institut Agama Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry secara resmi berdiri pada tanggal 5 Oktober 1963, setelah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

Sebutan Ar-Raniry dinisbahkan kepada nama belakang seorang ulama besar dan mufti Ke an Aceh Darussalam yang sangat berpengaruh pada masa Sultan Iskandar Tsani (1637-1641), yaitu Syeikh Nuruddin Ar-Raniry, yang berasal dari Ranir (sekarang Rander) di India. Ulama ini telah memberikan sumbangan besar terhadap pemikiran Islam di Nusantara pada umumnya dan Aceh pada Khususnya.<sup>55</sup>

Pada tanggal 1 Oktober 2013 setelah keluar peraturan presiden (prepress) RI Nomor 64 tahun 2013, Institut Agama Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh kini resmi berubah status menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry. Prepress yang dit tangani langsung oleh Presiden Republik Indonesia, Susilo Bambang Yudhoyono, pada hari Kamis tanggal 11 Oktober 2013 diterima langsung oleh Rektor Prof Dr Farid Wajdi Ibrahim MA di kantor sekretaria kabinet (setkab) Jakarta. Isinya mengatur tentang perubahan status UIN Ar-Raniry menjadi UIN Ar-Raniry yang berkedudukan di Banda Aceh.

---

<sup>55</sup> “Panduan program s-1 dan D-3 UIN Ar-Raniry, hal. 1.

Fakultas Dakwah berdiri pada tahun 1968 sejalan dalam perkembangan UIN Ar-Raniry seiring di buka nya Fakultas Adab Pada tahun 1983. Sebelumnya, UIN Ar-Raniry ini telah memiliki tiga fakultas, yaitu fakultas Syariah, Fakultas Tarbiyah dan Fakultas Ushuluddin.

Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam (PMI) merupakan satu dari 4 jurusan yang ada di Fakultas Dakwah UIN Ar-Raniry. Sebagai sebuah jurusan yang memberikan pelayanan pendidikan kepada mahasiswa tentang ilmu pengembangan masyarakat, tentunya harus bersifat dinamis. Kedinamisan tersebut ditunjukkan dengan pembenahan yang terus-menerus dalam segala bidang.<sup>56</sup>

Sesuai Keputusan Direktur Jenderal Pembinaan Kelembagaan Agama Islam Nomor: /5/1 996, Tentang: Pembukaan Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam Pada Fakultas Dakwah UIN Ar-Raniry Banda Aceh, Surat Rektor UIN Ar-Raniry Banda Aceh Nomor IM3/K/IV/PP.00.9/3244/95 Tanggal 19 Agustus 1995 Tentang Permohonan Persetujuan Pembukaan Jurusan Baru Pada Fakultas Dakwah UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Menimbang, yang pertama Bahwa dalam upaya mengantisipasi ketersediaan tenaga-tenaga terdidik di bidang pengembangan masyarakat Islam pada masa yang akan datang dan peningkatan program studi di Fakultas Dakwah di UIN Ar-Raniry Banda Aceh dip ng perlu menambah jurusan yang sesuai dengan program studi pada Fakultas Dakwah UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Kedua, Bahwa Fakultas Dakwah UIN Ar-Raniry Banda Aceh belum m

---

<sup>56</sup> Julianto Saleh dan Akmal Saputra, Kurikulum dan Silabus Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam (PMI) Dan Konsentrasi Kesejahteraan Sosial (KESOS), hal. iii.

memiliki jurusan yang diusulkan untuk menyelenggarakan Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam dan Jurusan Pengembangan masyarakat Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi.<sup>57</sup>

Dengan pertimbangan dan keputusan yang dikeluarkan surat rektor yang menetapkan untuk membuka jurusan pengembangan masyarakat guna untuk melahirkan manusia yang terdidik di bidang pengembangan yang memiliki skill (keahlian), knowledge (pengetahuan), dan value untuk membantu pengembangan masyarakat dalam pembangunan kesejahteraan sosial.

Dalam melahirkan untuk membuka sebuah jurusan harus adanya Visi, Misi, dan Sasaran Program Studi, serta Pihak-pihak yang dilibatkan. Mekanisme penyusunan visi, misi, tujuan dan sasaran program studi Pengembangan Masyarakat Islam (PMI) adalah suatu kerangka dasar dalam mencapai sesuatu dengan menggunakan tahapan-tahapan atau strategi tertentu, menuju pada tujuan tertentu pula dengan target atau sasaran yang telah ditentukan secara bersama untuk mencapai tingkat peradaban yang tinggi melalui keberadaan kampus atau institusi pendidikan sebagai lembaga pencetak intelektual muda yang kuat secara emosional, inteligensi dan spiritual. Dalam penyusunannya melibatkan elemen fakultas dan jurusan serta seluruh dosen program studi, mahasiswa dan alumni.

Visi Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh adalah dalam kurun waktu 15 tahun mendatang (mulai 2011) program studi Pengembangan Masyarakat Islam menjadi pusat pengembangan masyarakat yang bercirikan keislaman dan

---

<sup>57</sup> “Borang Akreditasi Program Studi s1 Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam (PMI) Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.

keacehan yang mampu bersaing pada taraf nasional dan internasional serta dapat memberikan kontribusi pada pengembangan masyarakat.

Misi program studi pengembangan masyarakat Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh;

1. Mengembangkan pendidikan dan pengajaran bidang Pengembangan Masyarakat Islam (PMI).
2. Mengembangkan penelitian dalam bidang Pengembangan Masyarakat Islam (PMI).<sup>58</sup>
3. Menghasilkan sarjana pengembangan masyarakat yang memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam melakukan pengembangan masyarakat yang berwawasan keislaman.
4. Meningkatkan peran serta dalam upaya pendampingan dan pengembangan masyarakat Islam.
5. Memperluas kerjasama dengan berbagai pihak untuk meningkatkan kualitas pelaksanaan Tri Darma Perguruan Tinggi, terutama dalam bidang Pengembangan Masyarakat Islam (PMI).

Sedangkan, Tujuan Program studi Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh adalah:

1. Mendidik tenaga ahli yang mampu memahami dan mendalami ilmu dibidang pengembangan masyarakat.

---

<sup>58</sup> "Ibid., hal. 1.

2. Mendidik tenaga ahli yang mampu menjadi tenaga pengembangan masyarakat yang islami.
3. Mendidik tenaga ahli yang mampu melaksanakan pendampingan dan pengembangan masyarakat secara profesional Sasaran Penyelenggaraan Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam.

Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh adalah:

1. Tersedia lulusan Prodi Pengembangan Masyarakat Islam yang mampu memahami dasar-dasar Pengembangan Masyarakat dalam Islam.
2. Melahirkan lulusan Prodi Pengembangan Masyarakat Islam yang mampu merencanakan pengembangan masyarakat berdasarkan azas-azas keislaman. Sarjana baru supaya menjadi tenaga profesional dalam bidang Pengembangan Masyarakat Islam (PMI).
3. Tersedianya lulusan Pengembangan Masyarakat Islam (PMI) yang mampu melakukan pendampingan dan advokasi terhadap masalah sosial di masyarakat.”<sup>59</sup>

Strategi Pencapaiannya:

1. Mengadakan proses pembelajaran yang integral serta didukung teknologi informatika pembelajaran yang komprehensif.
2. Melakukan inovasi untuk mengembangkan ilmu Pengembangan Masyarakat Islam (PMI) melalui berbagai bentuk kegiatan ilmiah, seperti penelitian, diskusi, seminar, lokakarya, pengembangan kurikulum, dan lain sebagainya.

---

<sup>59</sup> Ibid., hal. 1.

3. Mendorong dan memfasilitasi mahasiswa agar dapat terlibat aktif dalam berbagai kegiatan, baik di kampus maupun di luar kampus, seperti kegiatan lomba tulis karya ilmiah, debat mahasiswa, pelatihan, seminar, kegiatan pengabdian pada masyarakat, dan lain sebagainya.”<sup>60</sup>

Prodi pengembangan masyarakat Islam PMI fakultas dakwah dan komunikasi UIN Ar-Raniry adalah salah satu dari 5 jurusan yang ada di fakultas dakwah dan komunikasi UIN Ar-Raniry<sup>61</sup> Prodi ini merupakan Prodi yang memberikan pelayanan pendidikan kepada mahasiswa tentang ilmu pengembangan masyarakat Islam, yang memiliki tujuan untuk menghasilkan sarjana yang memahami, mendalami dan implementasi kan ilmu di bidang pengembangan masyarakat Islam. Dengan standar nasional yang diterapkan oleh Asosiasi Pendidikan Pengembangan Masyarakat Islam Indonesia (APPMI) dan Ikatan Pendidikan Pekerja Sosial Indonesia (IPPSI), Prodi pengembangan masyarakat Islam menghasilkan sarjana pengembangan masyarakat yang memiliki komitmen keislaman dan keikhlasan serta bertaqwa serta bertaqwa kepada Allah SWT, menghasilkan sarjana yang terampil dalam bidang pengembangan masyarakat Islam menghasilkan sarjana yang mampu melakukan riset yang kreatif inovatif dan aplikatif dalam bidang pengembangan masyarakat Islam, menghasilkan sarjana yang mampu menjadi di manajer program

---

<sup>60</sup> Ibid., hal. 3

<sup>61</sup> “Str Operasional Prosedur Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam (PMI), Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh, hal.5

pengembangan masyarakat Islam menghasilkan sarjana yang memiliki daya saing tingkat lokal nasional maupun internasional.

Adapun jumlah Mahasiswa Prodi Pengembangan Masyarakat Islam fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry pada tahun 2019-2020 yang aktif mencapai 265 Mahasiswa, aktif semester 2014 yang aktif sebanyak 7 mahasiswa. pada tahun 2015 mengalami peningkatan yang aktif 19 mahasiswa, dan berikut mahasiswa yang aktif di tahun 2016 mencapai 67 mahasiswa. Dan berikut mahasiswa aktif pada tahun 2017 sebanyak 123 mahasiswa, dan mahasiswa yang aktif pada tahun 2018 sebanyak 188 orang mahasiswa, mahasiswa yang aktif tahun Mahasiswa aktif tahun 2019 sebanyak sebanyak 256 mahasiswa, dan mahasiswa aktif tahun 2013 sebanyak 9 orang. Adapun jumlah dosen tetap Prodi pengembangan masyarakat Islam berjumlah 9 orang.<sup>62</sup>

Prodi studi pengembangan masyarakat Islam, fakultas dakwah dan komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry juga menetapkan harapan untuk menghasilkan lulusan yang memiliki kompetensi profesional, pedagogik, pribadi dan sosial, dengan melakukan berbagai upaya pembinaan dengan komitmen yang tinggi serta optimal untuk mencapai tujuan agar para lulusan bisa menjadi tenaga ahli.

## **B. Wirausaha Online**

Dalam Penelitian ini Rasanya Penting sekali peneliti mendeskripsikan Informasi dan latar belakang para Wirausaha Online sehingga diharapkan mampu mempelajari kontak dan situasi peneliti, apa lagi pada saat peneliti melakukan

---

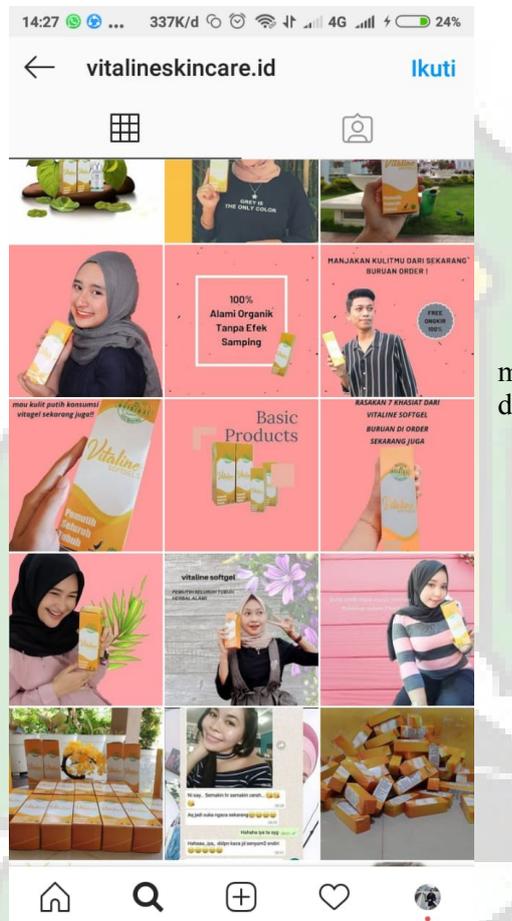
<sup>62</sup>Julianto shaleh dan Akmal Saputra, "kurikulum dan slabus Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam (PMI) dan Kosentrasi Kesejahteraan Sosial (KESOS), (B Aceh: Jurusan (PMD Fakultas Dakwah UIN Ar-Raniry Banda Aceh dan [ISP UIN Ar-Raniry, 2008), hal..5.

survei kepada Mahasiswa Prodi Pengembangan Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-aniry dikali itu kampus diliburkan untuk mengatasi terjadinya penyebaran virus COVID-19, oleh sebab itu membuat peneliti susah untuk mendapatkan informasi secara langsung melainkan peneliti melakukan survei secara *online*.

Berikut adalah beberapa Para Wirausaha Online yang peneliti dapatkan dari serve *online* yang peneliti lakukan kepada Mahasiswa Prodi Pengembangan Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-aniry lalu peneliti mendeskripsikan informasi yang peneliti dapatkan dari Para Wirausaha Online pada bab ini sehingga diharapkan mampu mempelajari konteks dan situasi peneliti. Berikut adalah beberapa Para Wirausaha Online yang peneliti dapatkan dari survei *online*.

Para Wirausaha Online pertama laki-laki bernama Muhammad Navis dia berusia 22 tahun dan dia merupakan mahasiswa aktif, MN (Muhammad Navis) melakukan Wirausaha *online* sudah mencapai satu tahun setengah dan hasil yang MN dapatkan sudah bisa memenuhi jajan hidup tampak perlu meminta lagi sama orang tua, produk yang MN jual merupakan produk orang lain atau biasa disebut dengan reseller produk. Produk yang MN pasarkan merupakan produk kesehatan dari perusahaan Tiens, MN menjalankan *Wirausaha online* dan keuntungan yang di dapatkan berkisar Rp500.000 sampai Rp1.000.000 setiap bulan dan modal yang di keluarkan untuk mendapatkan barang tersebut sebesar Rp1.500.000 sudah mendapatkan kartu anggota dan sudah mendapatkan beberapa stok produk, dan

target market yang Saya fokuskan kepada siswa dan mahasiswa dan kepada ibu millennial.<sup>63</sup>



Gambar 1. Muhammad Navis, merupakan toko online dan barang yang di jual, Sumber : wawancara.

Para Wirausaha Online yang kedua yang berjenis perempuan yang bernama H (Halimah) merupakan mahasiswa aktif, H menjalankan wirausaha Online sudah mencapai 2 tahun, barang yang H jual merupakan Fashion Wanita dan Pria seperti baju, sepatu, tas, sandal dan lain-lain. dan juga alat-alat rumah tanggal seperti Taperwer, gelas, pisau dan banyak lagi, barang tersebut H dapatkan dari Market Place Toko Lazada, dan penghasilan yang dia dapatkan berkisar dari Rp 50.000 – Rp 500.000 per bulannya. Semua usaha otomatis memerlukan yang namanya

<sup>63</sup> Hasil wawancara dengan Muhammad Navis pada tanggal 16 Juni 2020.

modal apakah itu besar atau kecil modal yang dikeluarkan. akan tetapi H biasanya mengeluarkan uang pribadi untuk memesan barang yang sudah pasti mau di ambil oleh pelanggan atau duluan meminta uangnya dahulu pada pelanggan dan barang akan di antar selama 2-3 hari kerja. Untuk menjual barang pasti memerlukan target-target yang sesuai akan tetapi target yang H incar seperti Mahasiswa kebanyakannya mereka yang sering membalik baju, sepatu, merupakan kebutuhan pribadi mereka dan selain mahasiswa juga ibu rumah tangga yang sering membeli alat-alat rumah tangga dan juga Sosialitas yang lain.<sup>64</sup>

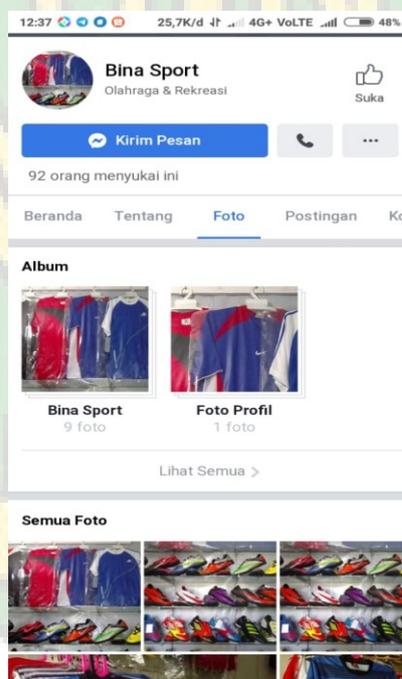


Gambar 2. Halimah. Merupakan toko Jalannya Online

Sumber: Dokumen wawancara.

<sup>64</sup> Hasil wawancara dengan Halimah pada tanggal 10 Agustus 2020.

Para Wirausaha Online ketiga berjenis kelamin laki-laki bernama MQ (Muhammad Iqbal) merupakan mahasiswa aktif, saat ini MQ menjalankan usaha *Wirausaha online* sudah mencapai 2 tahun, barang yang MQ jual seperti sepatu dan alat-alat olahraga, barang tersebut MQ dapatkan dari beberapa toko olahraga di sekitar Banda Aceh. potongan harga yang didapatkan dari menjual barang di toko *Wirausaha online* sekitar 10% dan MQ memberikan 90% kepada pembeli barang karena MQ tidak dak mengeluarkan modal. penghasilan yang MQ dapatkan dari berjualan *online* sekitar Rp500.000 sampai Rp800.000 perbulan, dan target yang incar biasanya teman kampus dan remaja-remaja.<sup>65</sup>



Gambar 3. Muhammad Iqbal, merupakan Toko Onlinenya, Sumber: Dokumentas wawancara.

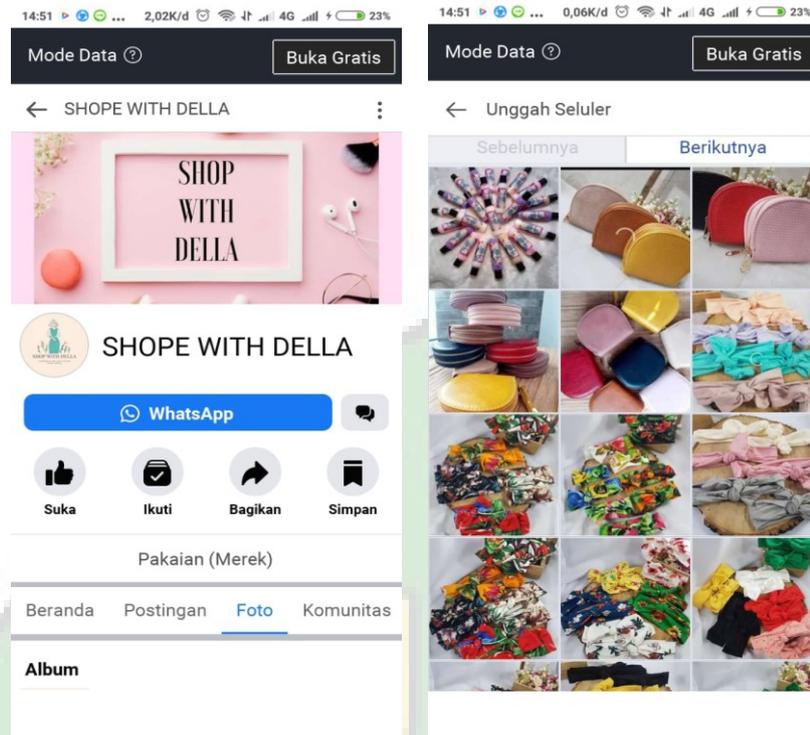
---

<sup>65</sup> Hasil wawancara dengan M Iqbal pada tanggal 16 Juni 2020.

Para Wirausaha Online yang kelima berjenis kelamin perempuan, yang bernama D (Della) berumur 22 tahun dan merupakan mahasiswa aktif sambilan kuliah D mengisi waktu luangnya, dengan menjalankan *Wirausaha online* untuk meringankan beban orang tua tanpa harus mengirim uang bulanan untuk biaya selama kuliah, dan juga dari *Wirausaha online* nya itu sudah bisa menabung, D menjalankan usaha *Wirausaha online* kurang lebih sudah mencapai 7 tahun, dan barang yang dia pasarkan merupakan barang orang lain dalam bidang fashion, dress atau gaun, kemeja, celana, rok, juga dia menjual alat kecantikan, dan SkinCare. Penghasilan yang dia dapatkan tidak menentu tetapi rata-rata sekitar Rp800.000 perbulan bersih untuk ditabung diluar jajan sehari-hari, barang yang Della dapatkan berupa barang dan brand-brand terdekat yang dia kenal, dan D menjalankan usaha *online* tidak memerlukan modal karena sistemnya D jualan *Open order*, sehingga barang-barangnya tidak ada yang tertimbun di rumah, target market yang dia incar tergantung barang apa yang ingin dia jual misalkan produk kecantikan brand Oriflamme parfum atau Skin Care yang harganya di atas Rp. 300.000 targetnya adalah orang kantoran, seperti dress atau baju atasan atau bawahan Saya dan brand yang harganya sesuai dengan kantung semua kalangan termasuk mahasiswa.<sup>66</sup>

---

<sup>66</sup> Hasil wawancara dengan Della pada tanggal 16 Juni 2020.



Gambar 4. Muhammad Iqbal, merupakan Toko Onlinenya, barang yang di jual Fashion dan alat kecantikan Sumber: Dokumentas wawancara.

Para Wirausaha Online keempat berjenis kelamin perempuan yang bernama R (Ruwaida) saat ini dia membangun *Wirausaha online* Nya sudah mencapai 1 tahun dan produk atau barang yang dipasarkan pada *online* Nya yaitu produk kecantikan yang diambil di Stokes yang ada di sekitar Banda Aceh, dia menjalankan *Wirausaha online* Ruwaida menjalankan *Wirausaha online* nya karena hobi, juga untuk menambah uang jajan sambil kuliah, penghasilan yang dia dapatkan dari menjalankan usaha *online* sekitar Rp 50.000 sampai Rp 550.000 dalam satu bulannya, dan modal yang dikeluarkan untuk mendapatkan barang atau disebut dengan modal awal hanya Rp. 99.000 setelah, "jika ada pembeli langsung mengirim uang untuk modal membeli barang dan langsung potong harga member dari harga pembelian" target market yang diincar seperti

mahasiswa Mahasiswa, ibu rumah tangga atau IRT, siswa-siswa, dan sosialitas yang lainnya.<sup>67</sup>

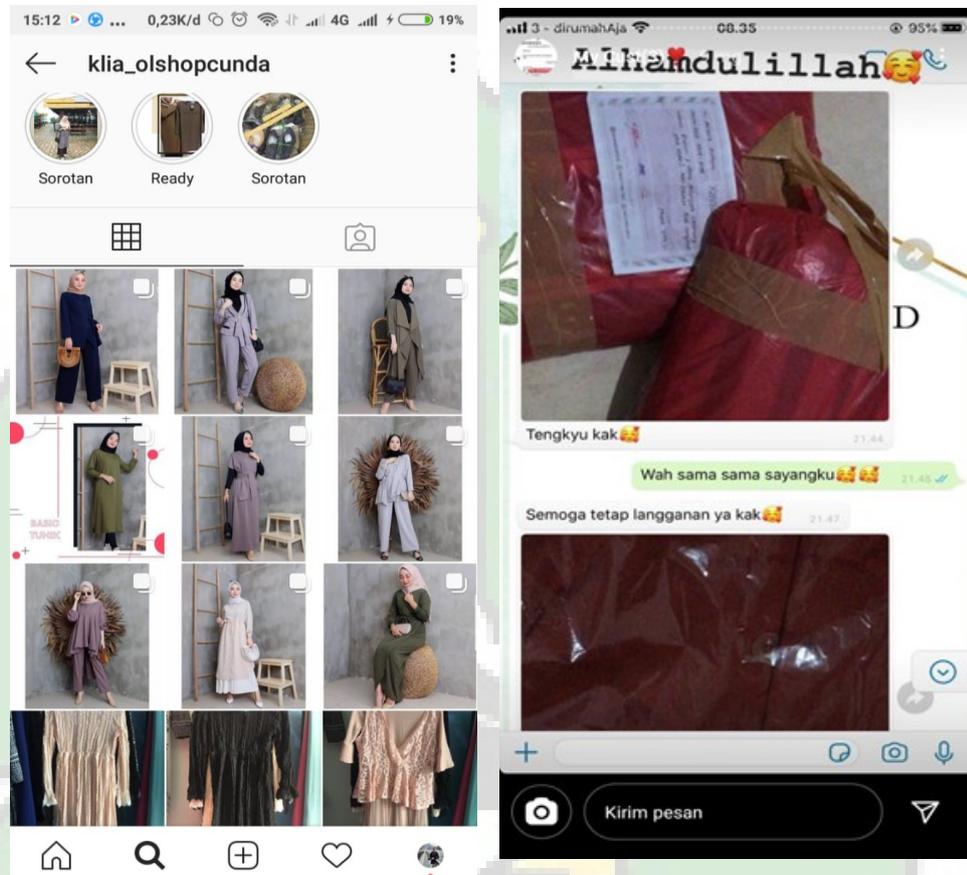


Gambar 5. Ruwaida, merupakan Toko Onlinenya,  
Sumber: Dokumentas wawancara.i

Para Wirausaha Online enam berjenis kelamin perempuan yang bernama M ( Maria) sudah berusia 22 tahun yang merupakan mahasiswa aktif dan Sudah semester 8, M menjalankan usaha *online* untuk menambah biaya kuliah serta uang jajan, dan dia sudah mencapai 1 tahun dalam mengembangkan *Wirausaha online* nya barang yang dia jual seperti baju, sepatu, dan lain-lain. Dan penghasilan yang dia dapatkan kan dari usaha *online* tersebut berkisar Rp400.000 per bulan dan barang yang diambil merupakan barang orang lain yang dia pasarkan lagi yang dia

<sup>67</sup> Hasil wawancara dengan Ruwaida pada tanggal 16 Juni 2020.

dapatkan kan dari toko *online* ternama, dan target market yang dia inginkan seperti mahasiswa dan remaja-remaja.<sup>68</sup>

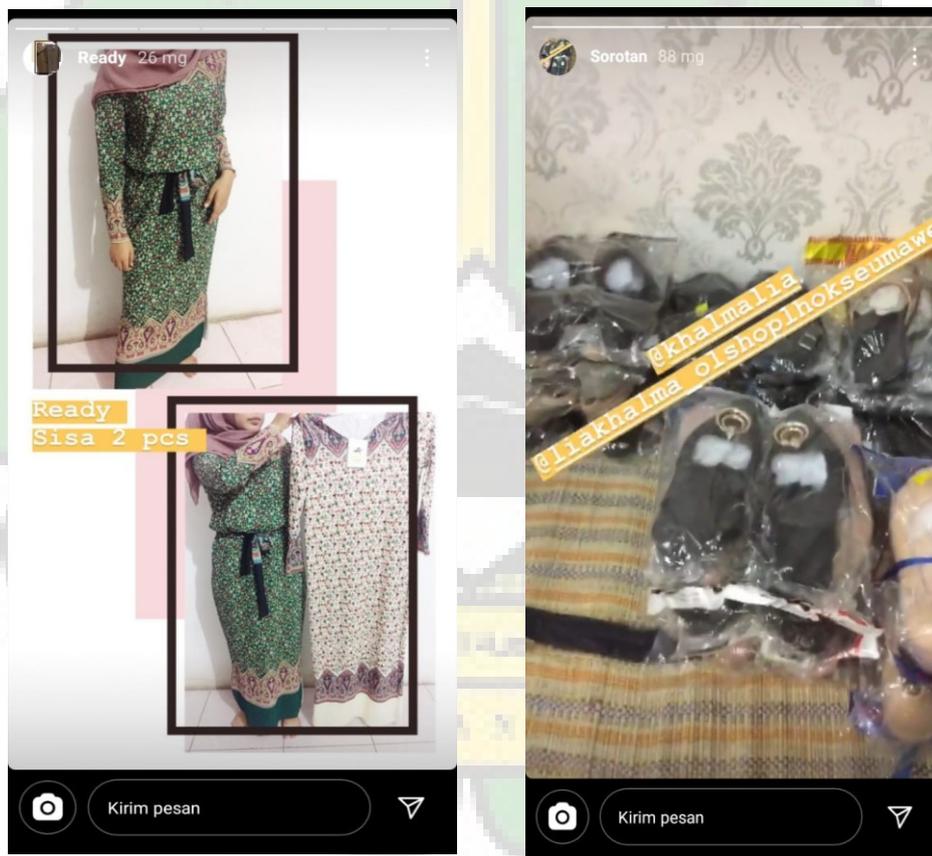


Gambar 6. Maria, merupakan Toko Onlinenya,  
Sumber: Dokumentas wawancara.

Para Wirausaha Online yang ketujuh berjenis kelamin perempuan namanya N (Nadila) Mulyana Putri berusia 21 tahun dan merupakan mahasiswa aktif Dia menjalankan *Wirausaha online* karena suka belanja *online* dan menjalankan karena iseng-iseng dan coba-coba malah sekarang sudah fokus dalam menjalankan *Wirausaha online* . mengembangkan usaha *online* sudah

<sup>68</sup> Hasil wawancara dengan Maria pada tanggal 16 Juni 2020.

mencapai 1 tahun dan barang yang dijual di usaha *onlinenya* tersebut seperti fashion wanita, penghasilan yang didapatkan dari menjalankan usaha *online* nya kurang lebih Rp100.000 sampai Rp500.000 perbulan dan dia mengambil barangnya dari supplier terdekat, dan orang-orang yang dia targetkan seperti mahasiswa atau sosialitas karena banyak peminatnya.<sup>69</sup>



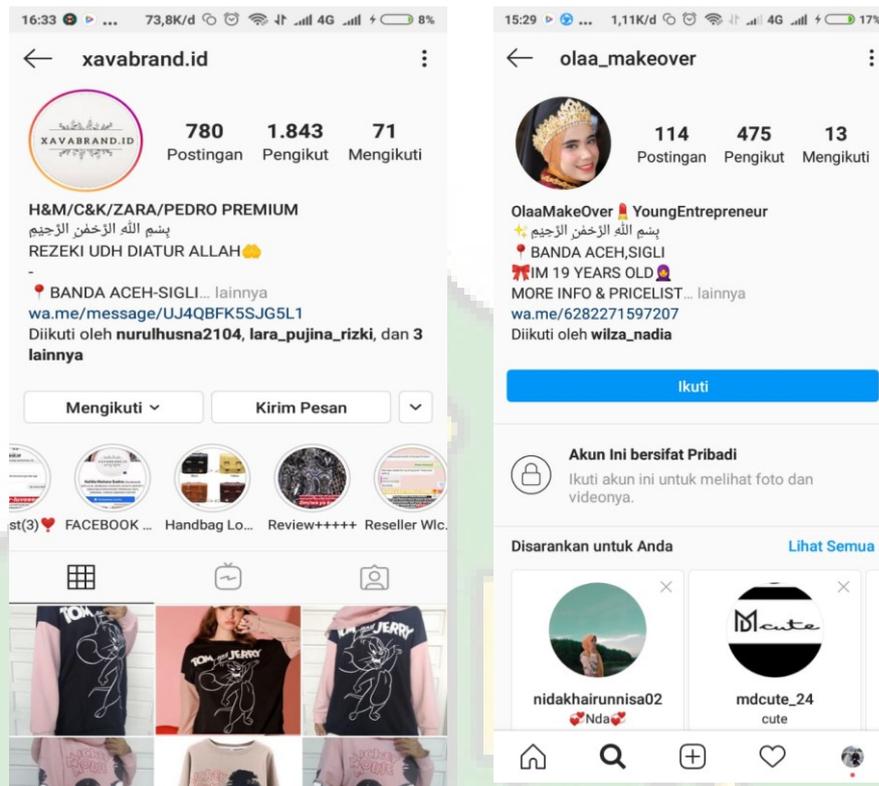
Gambar 7. Nadila, merupakan Toko Onlinenya, Sumber: Dokumentas wawancara.

<sup>69</sup> Hasil wawancara dengan Nadila Muliani Putri pada tanggal 16 Juni 2020.

Para Wirausaha Online yang selanjutnya yang bernama NMS (Nafilla Muhara Sanda) berusia 19 tahun merupakan mahasiswa aktif, ada sebagian orang yang menjalankan wirausaha online mungkin karena kepepet atau kurang uang dan ada juga yang menjalankan usaha online karena suka Wirausaha online dan menjadi satu usaha yang menyenangkan bagi NMS dan juga modal yang dikeluarkan relatif kecil membuat NMS mudah untuk mengembangkan Wirausaha Online dan juga bisa membantu orang lain untuk menjalankan Wirausaha online, NMS mengembangkan wirausaha online sudah mencapai satu tahun setengah. Barang yang di pasarkan seperti Fashion wanita dan Pria dan juga membuka jasa Make Up Wending dan keuntungan yang didapatkan selama menjalankan Wirausaha mencapai Rp. 100.000 – Rp. 3.000.000, modal yang di keluarkan untuk membangun Wirausaha online relatif sangat renda dan untuk usaha Make Up mengeluarkan modal sekitar Rp. 20.000.000 dan target yang di cari seperti mahasiswa Ibu rumah tangga Bapak dan semua jenis usia dengan kebutuhan yang berbeda-beda.<sup>70</sup>

---

<sup>70</sup> Hasil wawancara dengan Nafilla Muhara Sadna pada tanggal 16 Juni 2020.



Gambar 8. , merupakan Toko Onlinenya, dan juga jasa Sumber: Dokumentas wawancara.

Wirausaha online sekarang salah satu terobosan baru yang sangat menjanjikan ke depan dan juga salah satu usaha yang sangat mudah dikembangkan oleh siapapun terutama para mahasiswa. Dari beberapa Para Wirausaha Online yang peneliti wawancarai kebanyakan dari mereka sudah bisa menghidupi dirinya sendiri tampak perlu meminta uang jajan kepada orang tua. Pada awalnya mencoba-coba membangun wirausaha online tetapi sekarang sudah menjadi kebutuhan atau desakan untuk mendapatkan penghasilan tambahan.

Dari hasil wawancara yang peneliti dapatkan dari Para Wirausaha Online ada beberapa produk yang menjadi incaran oleh konsumen di sosial media seperti yang di jelaskan oleh Della di antaranya Fashion seperti, baju, celana, sepatu, dan juga alat kosmetik yang sangat laris di media sosial. Akan tetapi ada juga

beberapa barang yang hari-hari tertentu saja yang melonjak pemesanannya seperti maka alat rumah tangga, kueh lebaran, bendera atau perlengkapan 17 Agustus yang menjadi incaran musiman seperti hari raya atau hari libur nasional.<sup>71</sup>

Meskipun dalam mengembangkan wirausaha online tidak begitu banyak modal yang dikeluarkan akan tetapi seorang wirausaha online mereka harus paham siapa saja target market yang mereka incar supaya apa yang dijual menjadi tepat dan barang yang mereka jual banyak mendapat pesanan. Begitu jugak hal yang sama yang di ungkapkan oleh (Nafilla Muhara Sadna) NMS yang memfokuskan setiap produk atau barang yang di jual tepat pada sasaran yang sesuai dengan kebutuhan konsumen dari kalangan anak-anak sampai orang tua.<sup>72</sup>

### C. **Propek Wirausaha *Online***

Pada hasil penelitian ini, peneliti akan memaparkan data dan hasil penelitian terkait dengan permasalahan yang telah dirumuskan, yaitu Prospek Wirausaha *Online* (studi pada Mahasiswa Prodi Pengembangan Masyarakat Islam "PMI- " Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry).

Peneliti melakukan observasi sebelum melakukan wawancara dengan Para Wirausaha Online, pada wawancara dengan Para Wirausaha Online terdapat 8 (delapan) pertanyaan. Kemudian data tersebut peneliti olah dengan cara menginterpretasi data dan mereduksi data, sehingga dapat kesimpulan akhir dari data tersebut. Kemudian peneliti dapat menyimpulkan secara deskriptif. Selanjutnya, dilanjutkan dengan wawancara peneliti dengan Para Wirausaha Online, peneliti bertanya seputaran usaha *online* yang dijalankan oleh Para

---

<sup>71</sup> Hasil wawancara dengan Della pada tanggal 16 Juni 2020.

<sup>72</sup> Hasil wawancara dengan Nafilla Muhara Sadna pada tanggal 16 Juni 2020.

Pelaku Wirausaha Online tersebut. Dari hasil survei yang dilakukan oleh peneliti dapat diketahui bahwa perkembangan Wirausaha di bidang *online* sangat berpotensi ke depannya, dikarenakan membangun *online* sangat lah mudah dilakukan oleh mahasiswa dengan seiring tumbuhnya Inovasi dan kalangan-kalangan muda khususnya mahasiswa. Karena sebelumnya usaha dilakukan hanya dengan menawarkan antara penjual dan pembeli dan orang-orang yang memesan barang tersebut atau yang membeli barang tersebut hanya orang-orang yang ada di sekitar tempat kita berjualan tersebut. Untuk membuat paparan hasil lebih mudah dibaca dan dimengerti maka peneliti membagikan pembahasan dalam beberapa bagian antara lain sebagai berikut:

1. *Peluang Wirausaha Online*

Merupakan satu pasar yang sangat bagus, apa lagi di kalangan mahasiswa, cara menjalakkannya sangatlah mudah tidak memerlukan tempat yang khusus untuk menjalankan, di manapun asal memiliki jaringan internet bisa kita jalankan apa lagi pada masa sekarang melakukan sesuatu itu serba *online* bahkan ibu rumah tangga untuk belanja itu nggak perlu keluar tapi bisa sambil tidur enak bisa belanja dan juga bisa cari barang-barang yang murah atau Promo tampak pergi ketempatannya langsung murah begitu juga dengan mahasiswa sekarang mereka males keluar untuk belanja kebutuhannya. Ini merupakan peluang sangat bagus bagi mahasiswa bisa menjadi *Wirausaha online*.<sup>73</sup>

---

<sup>73</sup> Ir. Hendro, M.M. *Dasar-dasar Wirausaha Online*, ( Jakarta : Erlangga 2011 ), hal.64

## 2. Belanja Melalui *Online*

Pada zaman digital sekarang sangat lah diminati oleh orang-orang apa lagi mereka yang super sibuk dengan pekerjaannya dan mereka mending beli melalui *online* dibanding harus keluar dan juga lebih banyak menghemat waktu menghemat biaya dan tidak perlu antri-antrian untuk membalik kebutuhannya. Dan jika mau pesan barang bisa beli di mana saja tidak mesti harus di Banda Aceh bahkan bisa di pesan dari luar kota atau sampai keluar negeri. Apa lagi memesan di *online* lebih banyak harga Promo atau diskon dengan sistem COD (dibayar di tempat) dengan harga yang lebih murah dan dengan kualitas yang sama branding, dan lebih mudah dijangkau oleh semua orang dan nggak perlu capek keliling satu tokoh ke toko lain dia cukup ngabisin waktu sambil main gadget saja.<sup>74</sup>

## 3. Sistem Pembayaran

Untuk melakukan pembelian barang bisanya pelanggan melakukan transaksi dengan Empat cara di antaranya:<sup>75</sup>

### a. Bayar Lewat Rekening penampung.

Dengan banyaknya muncul para Wirausaha *online* maka muncul lah situs-situs *online* dengan memberlakukan hal ini dalam hal pembayaran untuk memudahkan para konsumen dalam melakukan transaksi, yang mana para konsumen melakukan pembayaran kepada

---

<sup>74</sup> Haning Dwi Pratiwi, skripsi Online Shop Sebagai Cara Belanja Di Kalangan Mahasiswa Nuns, Jurusan Sosiologi Dan Antropologi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang. (Semarang: Universitas Negeri UNES), diakses dari <https://lib.unnes.ac.id/18067/>, dikutip pada tanggal 11 Agustus 2020.

<sup>75</sup> Di akses dari, <https://www.pahlevi.net/kendala-bisnis-online/>, dikutip pada tanggal 14 Juni 2020.

pihak kedua, setelah melakukan pembayaran maka penjual akan menerima pemberitahuan bahwa ada pemesanan barang dan kemudian para penjual langsung melakukan pengiriman barang.

Jika barang sudah sampai di tempat pembeli, barulah pihak kedua akan mentransferkan uangnya kepada pihak penjual, namun bila barang tidak terkirim maka uang tersebut akan dikembalikan oleh pihak kedua kepada pihak pertama.

b. Menggunakan Layanan Internet Banking

Perkembangan teknologi terus menerus tumbuh membuat kita lebih mudah dalam melakukan aktivitas. Salah satunya melakukan transaksi untuk memesan satu barang atau lainnya, maka pihak bank melakukan kemudahan bagi para nasabahnya untuk melakukan transaksi dan sekarang untuk memesan sebuah barang pembalik tidak perlu harus keluar rumah untuk mengirim uang karena sekarang sudah di mudahkan dengan internet banking, membuat kita lebih mudah untuk mengirim uang dan bisa melakukannya dari rumah melalui android atau komputer hanya dengan modal internet..

c. Transfer Melewati ATM

Transfer menggunakan mesin ATM atau langsung ke BRI ling yang di sediakan di kios-kios yang ada di sekitar tempat tinggal , melakukan transaksi dari satu bank ke bank lain sangat lah muda

dikarenakan kita tidak perlu harus datang langsung teller bank, namun bisa melakukan transfer sendiri via ATM ( Anjungan Tunai Mandiri)<sup>76</sup>

d. Pembayar COD

Melakukan pemesanan dengan cara COD sangatlah di minati oleh pelanggan dikarenakan pemesanan seperti ini sangat aman atau minim penipuan dan sangat aman, nyaman, bahkan dapat melihat langsung kualitas barang yang di pesan, seperti metode ini akan sangat cocok untuk dicoba. Sistem pembayaran COD atau Cash On Delivery merupakan sistem di mana pembayaran akan dilakukan ketika telah menerima barang dari kurir pengiriman. Sehingga saat barang sampai, maka akan membayarnya di tempat. Cara ini terbilang aman, sehingga baru benar benar membayarkan barang ketika barang sudah sampai dengan aman di tempat.<sup>77</sup>

4. Sistem Pengiriman

Dengan banyaknya muncul Wirausaha *online* sekarang maka muncul berbagai jasa kirim barang yang membuat para pengusaha Wirausaha *online* menjadi lebih mudah dan membuat kepopuleran jasa ekspedisi ikut terkatrol naik. Bahkan, Wirausaha *online* dan jasa ekspedisi membentuk sebuah hubungan simbiosis mutualisme yang menguntungkan satu sama lain.

Beberapa ekspedisi yang sering di gunakan oleh beberapa Wirausaha *online* seperti POS, JNE, J&T, TIKE, atau J&T Express yang seiring digunakan

---

<sup>76</sup> Ibit, hal..67

<sup>77</sup> Ibid, hal..68-69

jasanya oleh para pembina *online* untuk mengirim barangnya. Dan juga di beberapa kota seperti di Aceh sudah muncul pengiriman-pengiriman lokal seperti L300 dan Ojek *online*.<sup>78</sup>

#### **D. Hambatan dalam Wirausaha Online**

Menjalankan Wirausaha *online* adalah hal yang mudah dilakukan oleh setiap orang, namun di setiap kemudahan juga ada hambatan yang dihadapi oleh para pelaku Wirausaha *online*, dalam wawancara yang Saya lakukan dengan Mahasiswa Prodi Pengembangan masyarakat Islam Fakultas Dakwah UIN Ar-Raniry. Para Wirausaha *online* yang Saya wawancarai ada sebahagian dari mereka memiliki beberapa kendala, antara lain sebagai berikut:

1. Kurangnya ilmu tentang membangun Wirausaha *online*.

Potensi Wirausaha *online* di Indonesia sangatlah besar dan menguntungkan. Namun tidak lepas juga dari kendala-kendala yang dihadapi oleh masing-masing para Wirausaha *online*.

Kendala terbesar para mahasiswa yang menjalankan Wirausaha *online* adalah tidak memiliki pengetahuan untuk mengembangkan Wirausaha *online*, seperti foto kurang menarik, daya beli kurang, susah menyetop produk sendiri, cara menawarkan barang kurang efektif dan masih banyak lagi. Bahkan masih banyak mahasiswa yang masih belum

---

<sup>78</sup> Di akses dari, <https://pluginongkos kirim.com/9-jasa-pengiriman-barang-untuk-mendukung-bisnis-online-/>, dikutip pada tanggal 14 Juni 2020.

paham bagaimana cara memasarkan melalui internet. Namun mereka ada juga orderan-orderan yang mereka peroleh.

Keterbatasan ilmu pengetahuan yang dimiliki oleh Wirausaha *online* membuat mereka menjalankan Wirausaha dengan cara yang tidak efektif. Hal ini membuat usaha mereka menjadi tidak maksimal bahkan tidak banyak menghasilkan.

*”Ada juga beberapa teman Saya yang menjalankan bisnis Online karena kurang ilmu dalam membangun Wirausaha online mereka akhirnya berhenti”.*<sup>79</sup>

## 2. Kompetisi Wirausaha *online* yang sangat ketat

Semakin banyaknya muncul para Wirausaha *online* sekarang maka persaingan dalam Wirausaha *online* sangatlah ketat. Dunia Wirausaha *online* di Indonesia saat ini sudah dijajaki oleh Wirausaha *online* termasuk Wirausaha yang serius ataupun sekedar coba-coba. Contohnya ingin berjualan baju *online* maka Saya akan menemukan banyak *online* yang berjualan baju termasuk *online* yang besar maupun yang kecil.<sup>80</sup>

Untuk mengatasi persaingan harga yang terjadi maka penjuwal *online* haruslah memiliki Brand atau produk sendiri atau Strategi pemasaran toko *online* yang biasa dilakukan dengan cara menetapkan harga barang yang lebih murah dari pesaing lainnya.

Atau kita dapat memasarkan produk yang unik dan tidak dimiliki oleh kompetitor. Hal ini tentunya kita akan lebih mudah untuk bersaing di

---

<sup>79</sup> Hasil wawancara dengan Muliani Putri pada tanggal 16 Juni 2020.

<sup>80</sup> Hasil wawancara dengan Aiya tanggal 16 Juni 2020.

pasarannya. Namun kita harus tetap memilih produk unik yang memiliki permintaan dan memikat konsumen.<sup>81</sup>

3. Koneksi internet yang lambat

Modal utama yang sangat vital adalah ketersediaannya akses internet yang baik. Tanpa akses internet maka Wirausaha *online* tidak dapat dijalankan sama sekali. Koneksi Internet yang lambat banyak menjadi kendala bagi Wirausaha *online*. Apa lagi kalau kita pulang kampung atau di pedesaan sangat lah susah koneksi internetnya dan membuat para Wirausaha *online* sangat terganggu.<sup>82</sup>

Kendala Wirausaha *online* ini tentunya akan menjadi penghambat bagi Wirausaha waktu pulang kampung yang menginginkan Wirausaha mereka dapat di *online* an.

4. Proses pengiriman barang dari penjual ke pembeli

Proses pengiriman barang menjadi salah satu kendala para Wirausaha *online* karena. Area pengiriman yang ada saat ini masih belum bisa menjangkau daerah tertentu di Indonesia. Tentunya hal ini akan menjadi kendala jika penjual mendapatkan pembelian dari daerah tersebut dan Apa bila ada yang membeli di daerah pedalaman contoh seperti Papua memiliki waktu yang sedikit lama untuk sampai barang yang dipesan oleh pembeli dikarenakan di sana minimnya ekspedisi atau kurir pengiriman

---

<sup>81</sup> Hasil wawancara dengan Muhammad Navis pada tanggal 16 Juni 2020.

<sup>82</sup> Hasil wawancara dengan Mutia pada tanggal 16 Juni 2020.

barang dan Selain itu permasalahan yang timbul dari proses pengiriman ini adalah barang menjadi rusak ketika barang di kirim kepada konsumen.<sup>83</sup>

5. Marak penipuan dalam Wirausaha *online*

Dengan semakin berkembang Wirausaha *online* ini sering dimanfaatkan oleh beberapa orang untuk melakukan aksi penipuan. Kasus-kasus penipuan ini merupakan hal yang tidak bisa di hindari dari Wirausaha *online*. Seperti yang sering terjadi kalau kita pasarkan dengan mengagunkan platform toko *online* yang seing mengalami kehilangan saldo yang ada di dalam tokonya. Contohnya seorang membeli hijab di *online* kemudian dia transfer kepada penjual. Namun ternyata tidak dikirim oleh penjual kepada pembeli. Para pelaku yang melakukan aksi penipuan ini tentunya dapat mengurangi kepercayaan pembeli terhadap Wirausaha *online*.<sup>84</sup>

Dengan maraknya penipuan ini membuat penjual sedikit kesulitan dalam memberikan kepercayaan dalam memasarkan barang apa lagi pembina *online* baru yang belum banyak memiliki ilmu dalam hal pemasaran lewat internet.

---

<sup>83</sup> Hasil wawancara dengan M Iqbal pada tanggal 16 Juni 2020

<sup>84</sup> Hasil wawancara dengan Ruwaida pada tanggal 16 Juni 2020.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Dari hasil yang diperoleh oleh penulis pada penelitian Prospek Wirausaha *Online* pada Mahasiswa Prodi Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh, hasil yang di dapatkan dari hasil serve yang di lakukan pada mahasiswa.

##### 1. Pengertian Wirausaha *Online*

wirausaha ialah suatu kegiatan yang mengarah pada suatu ketauladanan dan keberanian untuk menjadikan sesuatu lebih bermanfaat, sehingga Wirausaha sebenarnya dapat dilakukan oleh siapa saja yang memiliki kemampuan untuk menjadikan sesuatu itu lebih bermanfaat dan menambah nilai dalam usaha. Sedangkan kata *Online* adalah suatu kegiatan yang terhubung melalui jaringan komputer yang dapat diakses melalui jaringan komputer lainnya.

##### 2. Faktor pendukung dan Penghambat.

Faktor pendukung dalam menjalankan Wirausaha *online* pada mahasiswa mudahnya menjalankan Wirausaha *online* dikarenakan modal yang di keluarkan untuk membangun usaha sangatlah kecil, tidak seperti halnya kita bangun usaha offline yang memerlukan tempat yang khusus dalam menjalankannya. Akan tetapi faktor penghambat dalam membangun usaha *online* tidak terlalu besar hanyalah faktor tidak stabilnya jaringan internet dan kurangnya ilmu dalam menjalankan Wirausaha *online* yang mungkin mudah untuk di atasi jika serius ingin membangun usaha *online*.

## B. Saran

Dari peneliti tersebut, maka peneliti dapat mengemukakan beberapa saran sebagai berikut:

### 1. Bagi Mahasiswa

Untuk mahasiswa ke depan agar terus meningkatkan kemampuan dalam membangun usaha Wirausaha *online* dan menjadi para pengusaha sukses pada masa yang akan datang, dengan membangun usaha *online* bisa memenuhi kebutuhan hidupnya dan bisa meringankan beban orang tua. Disarankan agar mahasiswa agar lebih kreatif dalam mengembangkan usaha *online* supaya bisa membangun peluang usaha dan bisa membantu orang lain.

### 2. Bagi peneliti Selanjutnya

Disarankan agar peneliti selanjutnya melakukan kajian terkait dengan Prospek Wirausaha *Online* pada mahasiswa atau masyarakat lainnya.

### 3. Bagi Dosen

Harus ikut berperan dalam meningkatkan pemahaman tentang Wirausaha *Online* yang menjadi salah satu peluang usaha yang sangat ke depan, agar mahasiswa bisa menciptakan lapangan kerja ke depannya.

### 4. Bagi Prodi

Dapat memberikan saran-saran atau dukungan agar mahasiswa lebih semangat dalam membangun Wirausaha *Online* ke depannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andi, *Promosi Efekti Dengan Web*, (Semarang: Wahana Komputer, 2003).
- Steven Holzner, *Facebook Marketing*, ( Bandung: Mizan Media Utama, 2009
- Nugroho J. Setiadi, SE, MM, *Perilaku Konsumen*, ( Jakarta: Prenada Media Grub 2008).
- Sofia Eka Wahyu Pratiwi “ *Motivasi Wirausaha Online Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi*” *Dikutip Dari Jurnal*, (Pratiwiet al., *Motifasi Wirausaha Online*, 2014).
- Winarno Surahman, *Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar Metode Dan Tehnik*, cet.1, (Bandung: Tarsinto, 1992).
- Sutrisno Hadi, *Metodologi Riset*, Cet 1, ( Yogyakarta: Andi Offsite, 1990).
- M. Nasir, *Metode Penelitian*, (Bogor: Ghalia Indonesi, 2005).
- Koenjaraningrat, *Metode-metode Penelitian Mmywalmt*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1991).
- Lexy J.Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakm'ya, 2002), hal.6.
- M. Nasir, *Metode Peneliti*m, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005).
- Burhan Bungin. *Penelitian Kualitatif Komunikasi Ekonomi Kebijakan Pubijakan Publik Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencanan, 20110.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif dan R& D* ( bandung : Alfabeta, 2013).
- Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta: PT Renika Cipta, 2004).

Burhan Bungin, (ed), *Metode Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer*, (Jakarta: PT Grafindo Persada, 2006).

Irna Fitri “Analisis Promosi Penjualan *Online*, Harga, Kepercayaan, Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Ceker Brontak (Studi Pada Ceker Brontak Kota Br Lampung) “Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Lampung, *skripsi, hal 10*, di kutip pada tanggal, 2 januari 2020.

[https://www.kompasiana.com/sabil\\_28/59cbe292d0e3ed36662a0362/sejarah-internet-di-dunia-dan-indonesia](https://www.kompasiana.com/sabil_28/59cbe292d0e3ed36662a0362/sejarah-internet-di-dunia-dan-indonesia). pada 14 januari 2020.

<http://www.kompasiana.com>, diakses 14 januari 2020.

<http://entertainment.kompas.com/read/2011/05/20/13024473/Belanja.dan.Jualan.Offline>. Dunianya. Perempuan, diakses pada 30 Desember 2019.

<http://female.kompas.com/read/2011/12/13/18014276/Belanja.Offline.Indonesia>. Rp.2 Triliun Peluang Masih Besar, diakses pada 30 Desember 2019.

Wirausaha *Online*” <https://ukirama.com/en/blogs/mengenal-undang-undang-perdagangan-dalam-Wirausaha-online>, di kutip pada tanggal, 4 Desember 2019.

<http://komeng77.blogspot.com/2017/06/dampak-positif-dan-dampak-negatif.html>, di kutip tanggal 10 Desember 2019.

<https://www.pengertianmenurutparaahli.net/pengertian-prospek/>, di kutip pada tanggal, 12 januari 2020.

<https://www.zonareferensi.com/pengertian-wirausaha/>, di kutip pada tanggal, 12 januari 2020.

[https://www.hestanto.web.id/online- /](https://www.hestanto.web.id/online-/), di kutip pada tanggal 12 januari 2020.

<https://www.coursehero.com/file/p6aqu4n/Kewirausahaan-atau-entrepreneurship-pertama-kali-diperkenalkan-pada-abad-18/>, pada 27 januari 2020.

<https://www.hestanto.web.id/online-a/>, pada 14 Januari 2020.

Di akses dari, [https://pluginongkos kirim.com/9-jasa-pengiriman-barang-untuk-mendukung-Wirausaha -online- /](https://pluginongkos kirim.com/9-jasa-pengiriman-barang-untuk-mendukung-Wirausaha-online-/), dikutip pada tanggal 14 Juni 2020.

Di akses dari, [https://www.pahlevi.net/kendala-Wirausaha -online/](https://www.pahlevi.net/kendala-Wirausaha-online/), dikutip pada tanggal 14 Juni 2020.

