

**PEMANFAATAN MEDIA ONLINE TERHADAP PENGEMBANGAN
USAHA MASYARAKAT DI KECAMATAN
KOTA BAHAGIA-ACEH SELATAN**

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

Nelly Junaidi
NIM. 160404060

**Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi
Prodi Pengembangan Masyarakat Islam**



**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI UIN AR-RANIRY
BANDA ACEH
1441 H/2020 M**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah Dan Komunikasi (FDK) Universitas Islam
Negeri Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Dalam Ilmu Dakwah
Prodi Pengembangan Masyarakat Islam (PMI)

Diajukan Oleh:

NELLY JUNAIDI

NIM. 160404060

Disetujui Oleh:

Pebimbing I

Pebimbing II

جامعة الرانيري

AR - RANIRY

Drs. Mahlil, MA.

NIP. 196011081982031002

Khairul Habibi, S.Sos.L., M.Ag.

NIDN. 2025119101

SKRIPSI

Telah Dinilai Oleh Panitia Sidang 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:

Nelly Junaidi
Nim.160404060

Kamis, 28 Januari 2021

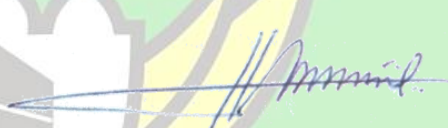
Di
Darussalam-Banda Aceh
Panitia Sidang Munaqasyah

Ketua



Drs. Mahlil, MA
NIP. 196011081982031002

Sekretaris.



Khairul Habibi, S.Sos.I., M.A.
NIDN. 2025119101

Anggota I



T. Zulyadi, M.Kesos., Ph.D
NIP. 198307272011011011

Anggota II



Rusnawati, S.Pd., 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 dibawah ini:

Nama : Nelly Junaidi
Nomor Induk Mahasiswa : 160404060
Jenjang : Strata Satu (S1)
Jururan/Prodi : Pengembangan Masyarakat Islam (PMI)

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “pemanfaatan media online terhadap pengembangan usaha masyarakat di kecamatan kota bahagia aceh selatan” ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka jika di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya dan ternyata ditemukan bukti bahwa saya melanggar pernyataan ini, maka saya siap menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Uin Ar-Raniry.

Banda Aceh 08 Januari 2020

Yang membuat pernyataan,

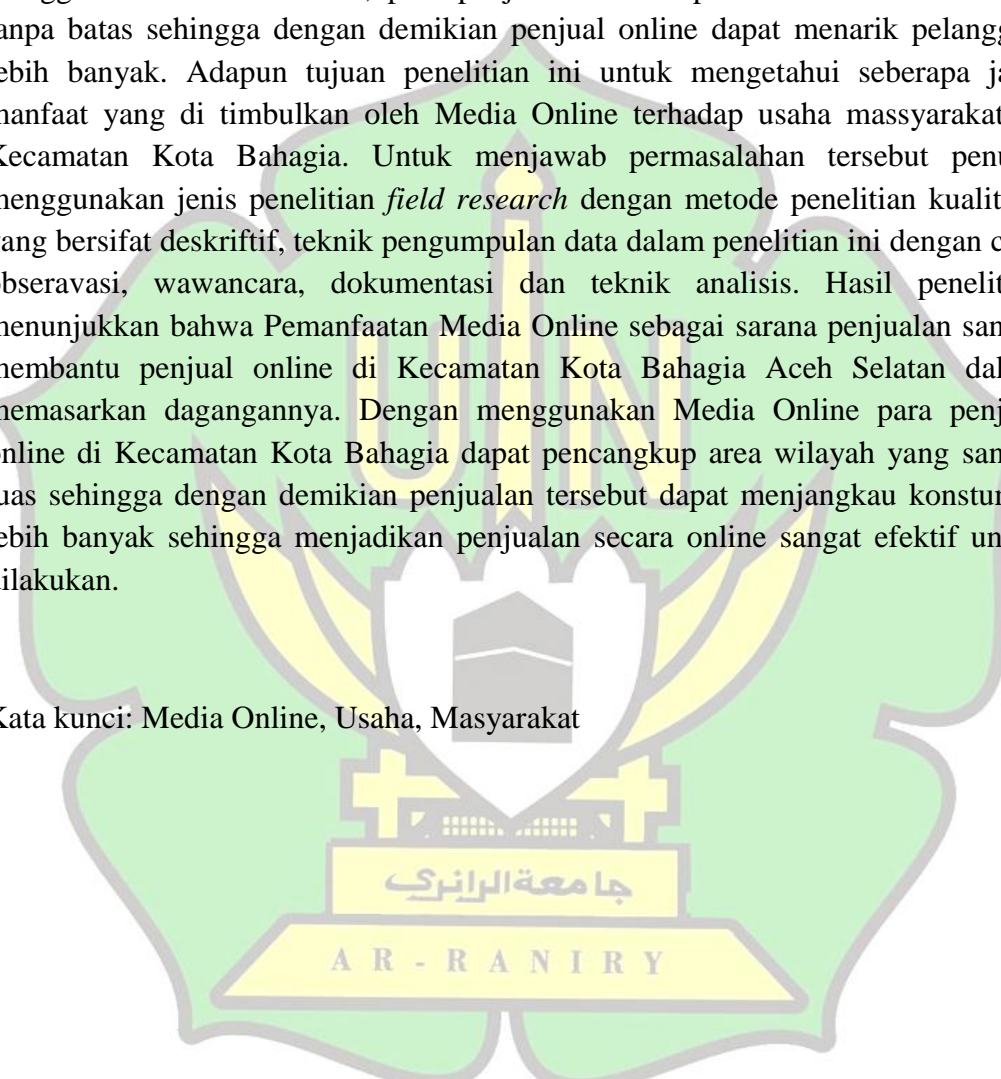
A 6000 Rupiah postage stamp with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'METERAI TEMPEL', 'TGL', '6000', and 'ENAM RIBU RUPIAH'.

Nelly Junaidi
NIM 160404060

ABSTRAK

Permasalahan dalam skripsi ini adalah Pemanfaatan Media Online terhadap pengembangan usaha masyarakat yang sudah berjalan lancar serta bermanfaat bagi masyarakat di Kecamatan Kota Bahagia Aceh. Memanfaatkan Media Online sebagai sarana penjualan terhadap pengembangan usaha masyarakat sangat membantu para penjual online di Kota Bahagia di karenakan dengan menggunakan Media Online, para penjual online dapat memasarkan usahanya tanpa batas sehingga dengan demikian penjual online dapat menarik pelanggan lebih banyak. Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui seberapa jauh manfaat yang di timbulkan oleh Media Online terhadap usaha masyarakat di Kecamatan Kota Bahagia. Untuk menjawab permasalahan tersebut penulis menggunakan jenis penelitian *field research* dengan metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif, teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan cara obseravasi, wawancara, dokumentasi dan teknik analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pemanfaatan Media Online sebagai sarana penjualan sangat membantu penjual online di Kecamatan Kota Bahagia Aceh Selatan dalam memasarkan dagangannya. Dengan menggunakan Media Online para penjual online di Kecamatan Kota Bahagia dapat pencangkup area wilayah yang sangat luas sehingga dengan demikian penjualan tersebut dapat menjangkau konstumer lebih banyak sehingga menjadikan penjualan secara online sangat efektif untuk dilakukan.

Kata kunci: Media Online, Usaha, Masyarakat



KATA PENGANTAR



Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, Tuhan pemilik semesta alam dan sumber segala pengetahuan, sehingga penyusun dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pemanfaatan Media Online Terhadap Pengembangan Usaha Masyarakat di Kecamatan Kota Bahagia-Aceh Selatan“. Shalawat dan salam tidak lupa pula kita panjatkan kepada Baginda kita Nabi besar Muhammad SAW. Yang telah membawa umatnya dari alam kebodohan kepada alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti yang kita rasakan saat ini.

Penyusunan Skripsi ini dimaksudkan untuk mengembangkan pola pemikiran baru guna meningkatkan sumber daya manusia di bidang usaha guna mengembangkan perekonomian masyarakat. Dalam penyusunannya skripsi ini penulis mendapatkan dukungan semua pihak dan atas bantuan semua pihak yang mendukung dalam proses penyelesaian skripsi ini, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang turut berperan dalam proses penyelesaiannya. Berikut ini Penulis Mengucapkan terimakasih pada:

1. Kepada Dr. Fakhri, S.Sos, MA. Dekan Fakultas Dakwah Dan Komunikasi yang telah mendukung serta memberi semangat kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
2. Kepada Dr. Rasyidah, M.Ag. Ketua Prodi Pengembangan Masyarakat Islam (PMI) beserta stafnya yang telah memberi pelayanan dan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini

3. Kepada Drs. Mahlil, MA dan Khairul Habibi, S.Sos.I., M.Ag. Sebagai dosen pembimbing, penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya yang telah membimbing serta selalu mensupport penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Kepada Ahmad Kartolo, SH. Camat Kota Bahagia dan stafnya penulis ucapkan terimakasih banyak karena telah melayani penulis selama melakukan penelitian
5. Kepada informan dalam penelitian ini penulis berterima kasih karena telah bersedia membantu penulis serta berkontribusi dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Kepada orang tua serta kerabat yang telah memberi dukungan penuh kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis berterima kasih banyak atas apa yang telah di berikan selama ini.

Penulis sangat menyadari karya tulis ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat diharapkan untuk kesempurnaan dari kekurangan-kekurangan yang ada, sehingga karya tulis ini bisa bermanfaat.

Banda Aceh, 08 Januari 2020

Penulis,

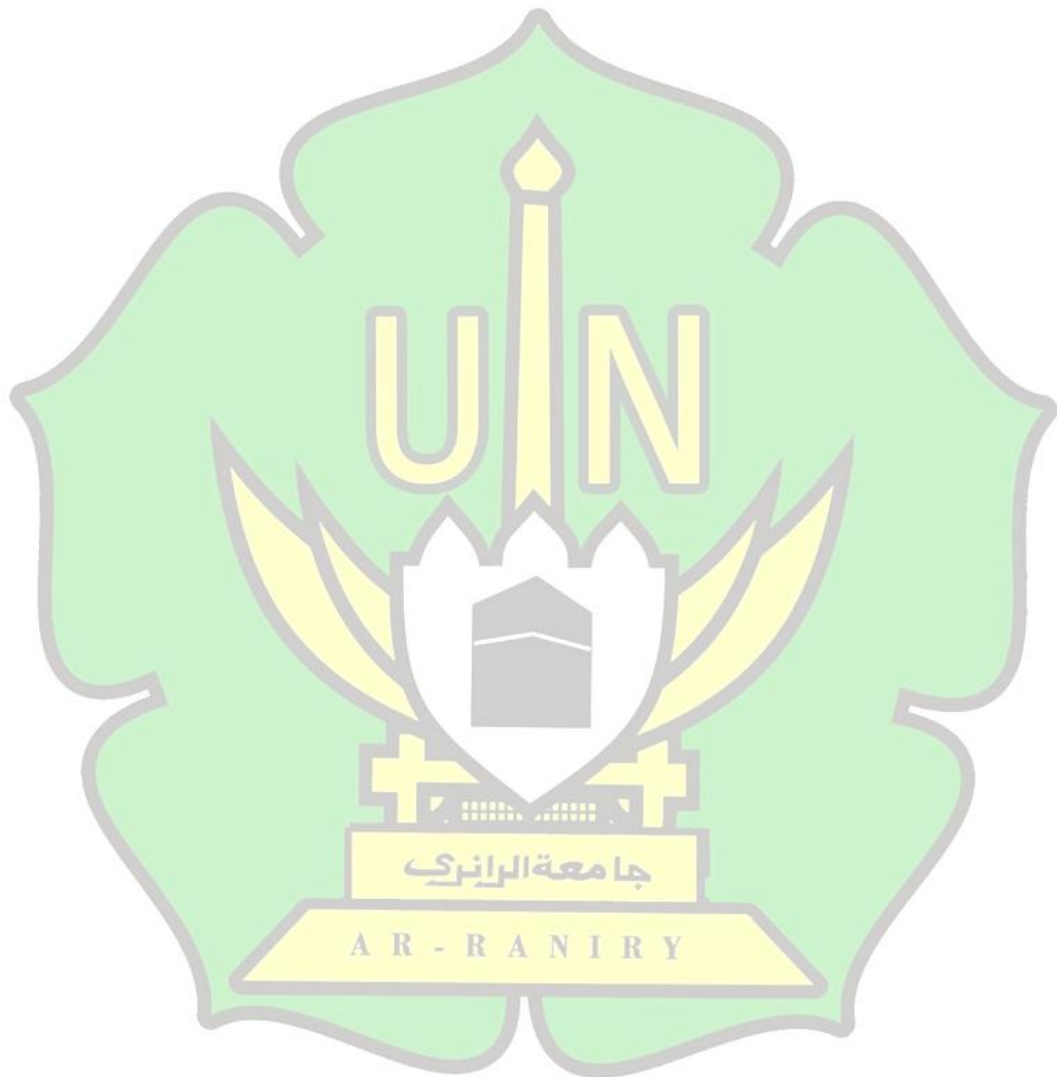
AR - RANIRY

Nelly Junaidi
NIM. 160404060

DAFTAR ISI

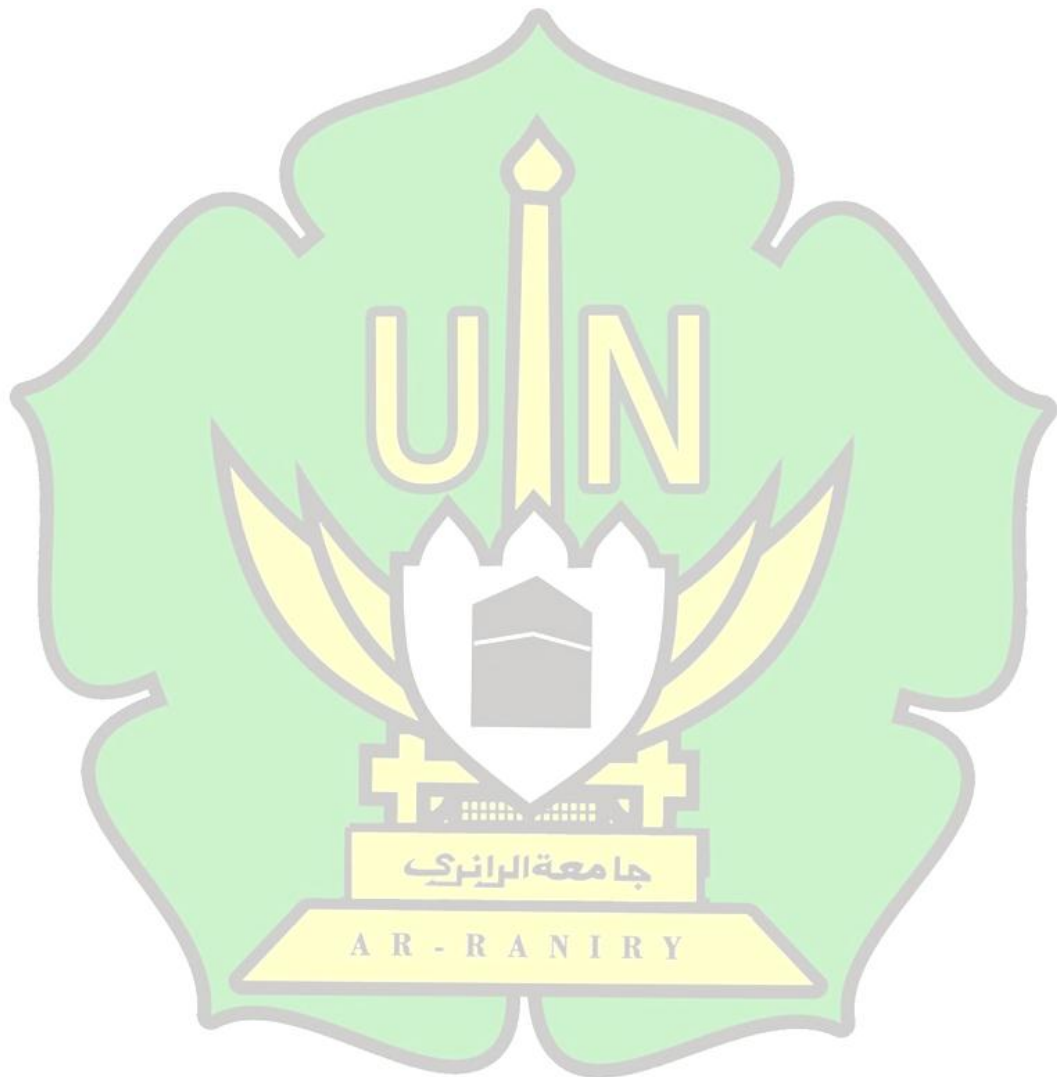
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Penjelasan Istilah	9
BAB II : KAJIAN PUSTAKA	12
A. Penelitian Sebelumnya yang Relevan	12
B. Definisi Media Online	14
C. Pertumbuhan Media Online	16
D. Karakteristik Media Online	16
E. Peran dan Fungsi Media Online	18
F. Objek/Sasaran Media Online	18
G. Tujuan Penjualan Online	19
H. Jual Beli Online Menurut Pandangan Islam	20
1. Rukun dan Pelaksanaan Jual Beli	23
2. Syarat Jual Beli	24
I. Pengaruh Teknologi	27
BAB III : METODE PENELITIAN	31
A. Pendekatan dan Metode Penelitian	31
B. Jenis Penelitian	31
C. Informan Penelitian	33
D. Sampel	33
E. Lokasi Penelitian	38
F. Teknik Pengumpulan Data	38
G. Teknik Analisis Data	40
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
A. Deskripsi Lokasi Penelitian	42
B. Pemanfaatan Media Online Terhadap Pengembangan Usaha	49
C. Faktor Pendukung Dan Penghambat Dalam Pemanfaatan Media Online Terhadap Pengembangan Usaha	52
D. Media Online Sebagai Sarana Marketing Yang Tergolong Praktis Dan Efisien	56
BAB V : PENUTUP	61

A. Kesimpulan	61
B. Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	



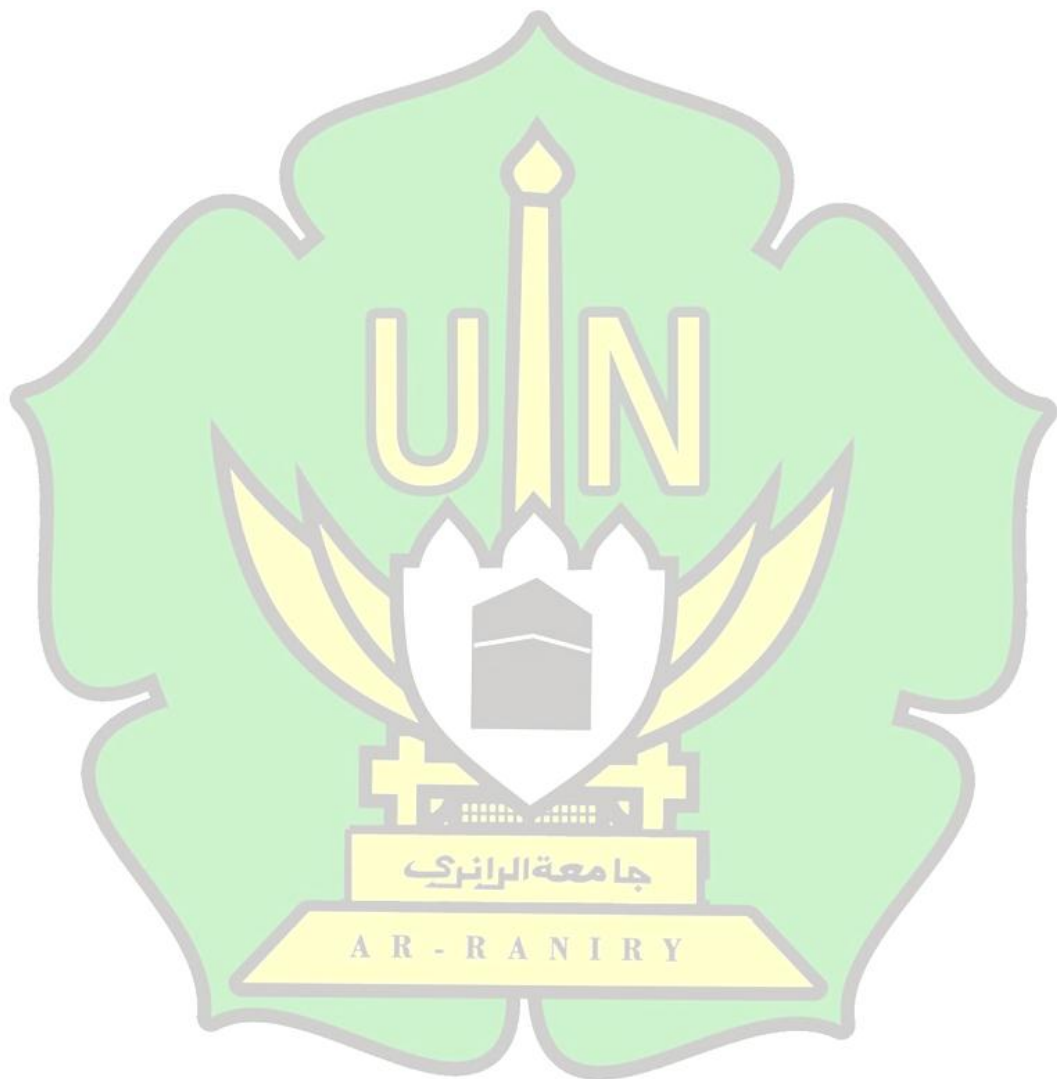
DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Jenis Penggunaan Tanah	43
Tabel 4.2 Bangunan dan Perkarangan.....	44
Tabel 4.3 Populasi Ternak	44
Tabel 4.4 Jenis Jalan	44
Tabel 4.5 Jumlah Penduduk	45



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Bagan Struktur Organisasi Kecamatan Kota Bahagia..... 46



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Media Online adalah suatu hasil dari pengembangan internet, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan lainnya. Media Online merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat *story* (status) pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi satu sama lainnya. Media Online yang sering di gunakan seperti Whatsapp, Instagram, Facebook, Line, Youtube yang menjadi ranah baru bagi masyarakat Indonesia saat ini. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media broadcast, maka Media Online menggunakan internet. Media Online mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas. Perkembangan media sosial dalam beberapa tahun belakangan ini telah menunjukkan grafik peningkatan yang signifikan.¹

Pada era modernisasi seperti sekarang, semua tergantung pada teknologi, dan salah satu hasil dari teknologi adalah internet, yang banyak mengandung situs di dalamnya, termasuk situs Media Online. Pada saat ini pemanfaatan perkembangan teknologi informasi banyak sekali digunakan untuk mengembangkan bisnis baik dari perusahaan maupun dari individu. Yaitu teknologi informasi berbasis jejaring sosial yang banyak dimanfaatkan untuk pengembangan bisnis. Media online yang saat ini menjadi tren anak-anak muda

¹ Nurjalia., *Pengaruh Media Social Terhadap Prestasi Akademik Mahasiswa Program Studipendidikan Teknologi Informasi*, Skripsi, Tidak dipublikasikan, (Banda Aceh: Fakultas Tarbiah dan Keguruan UIN Ar-Raniry, 2018), hal 10.

mengekspresikan diri menjadi peluang besar sebagai media iklan maupun promosi bisnis. Media Online seperti Facebook dan lain sebagainya sekarang banyak dimanfaatkan untuk media bisnis, terutama produk-produk yang sudah ternama. Dengan internet dapat memberikan efisiensi anggaran pemasaran, internet memiliki jangkauan yang luas, akses mudah dan biaya murah. Hal ini terbukti dengan banyaknya usaha yang mencoba menawarkan berbagai macam produk menggunakan media tersebut. Media Online dapat dilihat sebagai fasilitator online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.²

Media Online memang begitu diminati untuk mengembangkan bisnisnya, media online mempunyai pengaruh yang terbilang sangat besar dikarenakan masyarakat lebih cepat menerima informasi lewat internet. Dengan akses yang mudah dan cepat hal ini dimanfaatkan oleh para pengusaha untuk mempromosikan produk produknya karena jaringan internet sangat luas dan tidak ada batasan waktu dan wilayah menjadi media pemasaran yang efektif untuk pengusaha.

Oleh karena itu Media Online dapat dijadikan sebagai alat untuk mengembangkan usaha atau bisnis yang bertujuan mempromosikan usaha-usahanya. Dan pada saat ini banyak Media Online yang dapat digunakan untuk mempromosikan usahanya, Media Online pada saat ini menjadi ladang

² Rulli Nasrullah, *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositoteknologi*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2017), hal 11.

keuntungan untuk berjualan secara online. Karna Media Online menjadi alat pengguna untuk berbagi.³

Jadi pemanfaatan Media Online memang dapat memberikan kemudahan-kemudahan dalam proses promosi dan jual beli yang dilakukan oleh masyarakat untuk memasarkan produknya serta dapat mengurangi biaya. Seiring berjalannya waktu, Media Online dalam perkembangan media telah mengambil bentuk yang menandingi media-media konvensional atau tradisional, seperti televisi, atau media cetak. Hal ini terlihat pada pemasaran secara online yang lebih praktis dan mudah dilakukan oleh siapa saja.

Di Aceh Selatan terdapat suatu Kecamatan yang disebut dengan Kecamatan Kota Bahagia, daerah ini adalah hasil dari pemekaran dari Kecamatan Bakongan yang berada di kabupaten Aceh Selatan. Di Kecamatan Kota Bahagia tersebut Media Online begitu diminati oleh banyak kalangan di masyarakat tersebut. Mulai dari orang tua, remaja bahkan sampai anak-anak sekalipun sudah memiliki yang namanya Media Online. Hampir semua masyarakat di Kecamatan Kota Bahagia berkecimpung di dunia Media Online. Hal tersebut seolah-olah tidak mau ketinggalan dengan orang lainnya yang juga menggunakan Media Online.

Namun sebagian masyarakat di Kota Bahagia yang menggunakan Media Online tersebut guna sebagai sarana untuk mempromosikan usahanya yang di manfaatkan untuk menghasilkan penambahan ekonomi kehidupan. Ada banyak usaha-usaha yang di pasarkan melalui Media Online karena mayoritas masyarakat

³ *Ibid.*, hal. 11.

di Kecamatan Kota Bahagia sudah banyak yang menggunakan Media Online. Namun masih ada masyarakat yang kurang mengerti dengan pemanfaatan Media Online untuk memasarkan usahanya, mereka masih melakukan pemasaran secara tradisional yaitu dengan memasarkan produk langsung kepada konsumen yang hanya mempunyai cakupan wilayah yang masih kecil. Biasanya adalah pelaku usaha di kalangan orang tua yang belum mengetahui tentang pemasaran online.

Dengan menggunakan Media Online para penggunanya dapat mengakses berbagai informasi dengan jangkauan wilayah yang sangat luas. Hal ini yang dilakukan oleh para pelaku usaha dalam melakukan aktifitasnya misalnya dengan melakukan penjualan secara online. Begitu juga dengan para pembeli yang tidak sempat ke pasar untuk mencari suatu keperluannya dapat dengan mudah mencari apa saja yang diinginkan cukup dengan cara mengakses lewat Media Online saja. Ukuran keberhasilan dari pelaku adalah mampu memberikan kepuasan terhadap konsumen yang menerima produk yang di promosikan di media sosial tersebut.⁴

Misalnya Media Online Facebook yang sekarang ini menjadi ladang usaha yang diminati oleh orang banyak di Kecamatan Kota Bahagia dikarenakan Facebook ini dapat menjangkau area wilayah yang sangat luas dan juga banyak orang yang meminati Media Online ini. Hal ini dikarenakan penggunaan Facebook lebih mudah dan tidak menyusahkan bagi para penggunanya dibandingkan dengan Media Online lainnya seperti Instagram dan WhatsApp. Misalnya kemudahan di Media Online yang satu ini adalah penambahan untuk melakukan pertemanan yang bisa dilakukan dari sebelah pihak untuk dapat

⁴ Kasmir., *Kewirausahaan*, (Jakarta, PT Rajagrafindo Persada, 2007), hal 172.

melihat aktivitas satu sama lain sehingga terjalin hubungan pertemanan dengan orang tersebut. Berbeda dengan Instagram yang mana harus saling ikut-mengikuti (*follow-following*) baru bisa melakukan pertemanan untuk melihat aktivitas satu sama lainnya. Dan begitu juga dengan pertemanan pada penggunaan WhatsApp yang harus saling menyimpan nomor kontakannya untuk bisa melihat aktivitas yang dilakukan oleh orang tersebut.

Dari penjelasan di atas maka dapat dilihat perbedaan serta kemudahan dalam penggunaan Facebook lebih efektif dibandingkan dengan Media Online lainnya di bidang pemasaran produk untuk dapat dilihat oleh orang banyak sehingga memudahkan para pelaku usaha dalam memasarkan berbagai jenis produknya.

Seperti halnya hasil percakapan dengan salah satu penjual online berinisial EA yang berjualan di Kecamatan Kota Bahagia juga menggunakan Media Online sebagai sarana penjualannya. Dikatakan bahwa Media Online sangat cocok untuk melakukan pemasaran dagangannya, dikarenakan orang-orang sekarang sangat gemar menggunakan media tersebut sehingga memudahkan dalam melakukan promosi dagangannya dari pada mengharapkan penjualan secara tradisional yang dipromosikan di rumahnya. Diungkapkan bahwa memang masih melakukan penjualan secara tradisional, namun juga melakukan penjualan secara online untuk menambah jangkauan yang lebih luas lagi.⁵

Meskipun Media Online menjadi sarana tempat penjualan yang efektif bagi para pelaku Media Online, namun ada beberapa hal yang menjadi kendala

⁵ Hasil wawancara dengan EA Penjual Online di Kecamatan Kota Bahagia tgl 5 Januari 2020.

bagi pelaku usaha tersebut. Diantaranya adalah permasalahan terhadap kuota yang terbilang menjadi salah satu kendala bagi pelaku usaha di Kecamatan Kota Bahagia dikarenakan tarif untuk mendapatkan kuota tersebut masuk lebih mahal. Karena di daerah tersebut hanya bisa menggunakan Telkomsel berbeda dengan di daerah lain yang dapat menggunakan Axis, Im3, Indosat dan lain sebagainya dengan harga yang lebih terjangkau dari pada menggunakan Telkomsel.

Tidak hanya kuota internet, koneksi jaringan internet yang tidak begitu mendukung sehingga menjadi persoalan bagi para pelaku usaha online tersebut, disebabkan keberadaan lokasi yang sulit diakses karena jauh dari perkotaan mengakibatkan pengaksesan Media Online menjadi terbatas. Meski memiliki keterbatasan kuota dan mengakses jaringan internet, hal ini tentu tidak menyurutkan minat para pelaku usaha online walaupun dalam keterbatasan akses jaringan internet yang tidak begitu memadai di daerah tersebut. Mereka terus menjalankan usaha online tersebut guna memasarkan dagangannya di Media Online dikarenakan mereka memiliki kesempatan untuk memasarkan dagangannya di Media Online. Para pelaku usaha online ini juga tertarik dikarenakan tidak penjualan online ini tidak memerlukan lokasi dan bisa diakses dari rumah sehingga mereka dapat meluangkan waktunya dengan melakukan penjualan secara online supaya dapat diketahui oleh orang banyak.

Penjualan secara online ini memang sangat berbeda dengan penjualan secara tradisional atau memasarkan langsung. Para konsumen yang berminat tidak bisa melihat barang secara jelas, berbeda saat membeli secara langsung dikarenakan para konsumen dapat melihat bahkan mencoba supaya barang yang

akan dibeli sesuai dengan keinginannya. Ini menjadi salah satu kendala di karenakan barang yang dipasarkan secara online tidak bisa dilihat secara langsung. Konsumen hanya bisa melihat barang tersebut dalam bentuk foto atau video yang diunggah ke Media Online dengan deskripsi atau keterangan yang diterakan oleh si penjual tersebut. Walaupun barang yang dipasarkan melalui Media Online tidak dapat di lihat secara langsung, namun masih banyak orang yang menyukai berbelanja secara online di karenakan tidak susah payah untuk mencari barang yang diinginkannya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah penelitian skripsi ini adalah:

1. Bagaimana Pemanfaatan Media Online Terhadap Pengembangan Usaha Masyarakat di Kecamatan Kota Bahagia-Aceh Selatan.
2. Apa Saja Faktor Pendukung Dan Penghambat Dalam Pemanfaatan Media Online Terhadap Pengembangan Usaha Masyarakat di Kecamatan Kota Bahagia-Aceh Selatan.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk Mengetahui Bagaimana Pemanfaatan Media Online Terhadap Pengembangan Usaha Masyarakat di Kecamatan Kota Bahagia-Aceh Selatan.
2. Untuk Mengetahui Apa Saja Faktor Pendukung Dan Penghambat Dalam Pemanfaatan Media Online Terhadap Pengembangan Usaha Masyarakat di Kecamatan Kota Bahagia-Aceh Selatan

D. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat diperoleh manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai:

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan peneliti dalam bidang pemberdayaan masyarakat.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi dunia pendidikan khususnya ilmu Pengembangan Masyarakat Islam dalam pemberdayaan masyarakat.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak diantaranya:

- a. Bagi penulis, penelitian ini dapat bermanfaat untuk menambah ilmu pengetahuan dan pengalaman yang berguna untuk mengembangkan potensi pada masa yang akan datang serta sebagai sarana pembelajaran dalam pemberdayaan masyarakat.
- b. Bagi Prodi Pengembangan Masyarakat Islam, penelitian ini dapat dijadikan pengalaman, pemikiran dan penambahan pengetahuan di dalam bidang pemberdayaan ekonomi masyarakat.
- c. Bagi masyarakat penelitian ini dapat dijadikan masukan atau sebagai ilmu pengetahuan atau menambah wawasan kita dalam menghadapi arus globalisasi.

E. Penjelasan Istilah

Untuk mempermudah pemahaman guna menghindari kekeliruan pembaca dalam memahami istilah dalam karya tulis ini, maka perlu kiranya penulis menguraikan penjelasan, konsep atau istilah dalam penelitian ini. Yaitu sebagai berikut :

1. Pemanfaatan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pemanfaatan berasal dari kata manfaat. Arti kata manfaat sama dengan guna atau faedah. Pemanfaatan juga disebut sebagai aktivitas menggunakan suatu proses dan sumber sehingga di dapati dari yang digunakan tersebut. Pemanfaatan merupakan proses, cara, atau pembuatan memanfaatkan.⁶

2. Media Online

Media online merupakan media yang menggunakan internet, sepintas lalu orang akan menilai media online merupakan media elektronik, tetapi para pakar memisahkannya dalam kelompok tersendiri. Alasannya, Media Online menggunakan gabungan proses media cetak dengan menulis informasi yang disalurkan melalui sarana elektronik, tetapi juga berhubungan dengan komunikasi personal yang terkesan perorangan.⁷

Media Online adalah saluran atau sarana pergaulan sosial secara *online* di dunia maya (internet). Para pengguna (*user*) media sosial berkomunikasi, berinteraksi, saling kirim pesan, dan saling berbagi (*sharing*), dan membangun jaringan (*networking*). Media sosial sebagai "sebuah kelompok aplikasi berbasis

⁶ Peter Salim, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Kontemporer*, (Jakarta: Modern English Press, 2002), hal 926.

⁷ Akbar. Ali S.T., *Menguasai Internet Plus Pembuatan Web*, Bandung: Penerbit M2S. 2005, Hal. 13.

internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*.⁸

3. Pengembangan

Pengembangan merupakan usaha yang terencana dari organisasi untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan pegawai. Pengembangan lebih di tekankan pada peningkatan pengetahuan untuk melakukan pekerjaan pada masa yang akan datang, yang dilakukan melalui pendekatan yang terintegrasi dengan kegiatan lain untuk mengubah perilaku kerja.⁹

4. Usaha

Usaha yaitu, suatu kegiatan individu yang dilakukan untuk melakukan sesuatu yang terorganisasi untuk menghasilkan serta menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan hidup. Usaha juga di sebut sebagai suatu proses penerapan kreativitas dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang dalam memperbaiki peluang (usaha). Serta memiliki keberanian dalam mengambil resiko yang berpijak pada kemampuan dan kemauan diri.¹⁰

Pengembangan suatu usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas. Pada umumnya pemilik usaha dalam mengembangkan usahanya harus mampu melihat suatu peluang dimana orang lain tidak mampu

⁸ Kaplan, Andreas M.; Michael Haenlein. 2010. *Users of the world, united The challenges and opportunities of Social Media*. Business Horizons, hal 53.

⁹ Marihot Tua Efendi Hariandja., *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia 2002), hal 168.

¹⁰ Leonardus Saiman., *Kewirausahaan*. (Jakarta: Salemba Empat 2009), hal 43.

melihatnya, menangkap peluang dan memulai usaha (bisnis), dan menjalankan bisnis dengan berhasil.¹¹

Dari penjelasan di atas, maka dapat di ketahui bahwa dalam berwirausaha tentunya semua orang menginginkan usanya mengalami peningkatan. Dengan demikian maka mengembangkan suatu usaha tersebut adalah suatu cara atau proses memperbaiki usaha sekarang maupun yang akan datang dengan meningkatkan perluasan usaha serta kualitas dan kuantitas penjualan.



¹¹ Muchlisin Riadi., *Pengembangan Usaha (Pengertian, Jenis, Strategi dan Tahapan)* di akses dari <https://www.kajianpustaka.com/2020/03/pengembangan-usaha-pengertian-jenis-strategi-dan-tahapan.html> pada tanggal 2 Januari 2021.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Sebelumnya yang Relevan

Penelitian yang relevan dengan judul ini dilakukan oleh Desi Purnama Sari, mahasiswa jurusan Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab dan Humaniora Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta yang mengangkat judul “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Minat Baca Anak Di Perpustakaan *Reading Is Fun* Jakarta Selatan” pada tahun 2017. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan adanya pemanfaatan media sosial tersebut maka anak-anak tersebut mulai menyukai membaca buku-buku melalui media sosial.¹²

Penelitian yang sama dilakukan oleh Waode Sriwahyuni, program pascasarjana Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin Makassar yang meneliti mengenai “Analisis Pemanfaatan Media Sosial Dalam Menunjang Proses Pembelajaran Siswa SMU N 1 Makassar” pada tahun 2017. Hasil penelitiannya bahwa nilai siswa SMU N 1 Makassar menjadi naik dikarenakan memanfaatkan media sosial sebagai sarana pembelajaran.¹³

Penelitian lainnya ialah Amy Julia Alela Rachman, yang mengangkat tentang “Pemanfaatan Situs Jejaring Sosial Facebook sebagai Media Pembelajaran pada Mata Pelajaran Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) bagi Siswa Kelas XI Yogyakarta” pada tahun 2012. Hasil analisis menunjukkan rata-rata tiap butir soal 3,0 artinya responden menyetujui bahwa terdapat manfaat dalam

¹² Desi Purnama Sari, *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Minat Baca Anak Di Perpustakaan Reading Is Fun Jakarta Selatan*, Skripsi, Tidak dipublikasikan, (Jakarta: Fakultas Adab dan Humaniora Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2017).

¹³ Waode Sriwahyuni, *Analisis Pemanfaatan Media Sosial Dalam Menunjang Proses Pembelajaran Siswa SMU N 1 Makassar*, Skripsi, Tidak dipublikasikan, (Makassar: Program pascasarjana Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin, 2017).

penggunaan Facebook sebagai media pembelajaran, namun respon siswa terhadap pemanfaatan situs jejaring sosial Facebook cenderung rendah yaitu pada interval $54.227 = x < 61.18$ sebanyak 13 siswa, hal ini disebabkan masih terdapat beberapa kendala diantaranya, 59% siswa mengeluhkan mengenai masalah pulsa dan perangkat handphone, 25% siswa memiliki kendala mengenai waktu, 10% siswa mempermasalahkan koneksi internet dan sisanya mengeluhkan mengenai sistem pembelajaran menggunakan Facebook yang dirasa masih perlu banyak adaptasi.¹⁴

Penelitian dari Nurjalia, mahasiswa Fakultas Teknik Informasi (FTK) UIN Ar-Raniry Prodi Pendidikan Teknologi Informasi yang mengangkat mengenai “Pengaruh Media Sosial Terhadap Prestasi Akademik Mahasiswa Program Studi Pendidikan Teknologi Informasi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Uin ar-Raniry” pada tahun 2018. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dengan semakin sering mahasiswa menggunakan media sosial maka prestasi akademik mahasiswa akan berpengaruh.¹⁵

Penelitian Damar Triatmojo, mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Jurusan Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab dan Ilmu Budaya yang mengangkat mengenai “Dampak Media Sosial Terhadap Minat Baca Masyarakat” pada tahun 2017. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh dari penggunaan

¹⁴Amy Julia Alela Rachman, *Pemanfaatan Situs Jejaring Sosial Facebook sebagai Media Pembelajaran pada Mata Pelajaran Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK)*, Skripsi, Tidak dipublikasikan, (Yogyakarta: Fakultas Teknik Elektronika dan Informatika, universitas Yogyakarta 2012).

¹⁵Nurjalia., *Pengaruh Media Social Terhadap Prestasi Akademik Mahasiswa Program Studipendidikan Teknologi Informasi...*, (Banda Aceh: Fakultas Tarbiah dan Keguruan UIN Ar-Raniry, 2018).

media sosial ini menjadikan masyarakat tidak tertarik terhadap minat membaca buku, koran dan lain sebagainya selain dari media sosial.¹⁶

Dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh beberapa peneliti di atas, menunjukkan bahwa penelitian ini memiliki kesamaan yaitu memanfaatkan Media Online sebagai sarana fasilitator. Sedangkan perbedaannya dengan penelitian ini terfokus kepada pengembangan usaha masyarakat sedangkan penelitian di atas di fokuskan sebagai sarana pendidikan.

B. Definisi Media Online

Media Online atau disebut Digital Media adalah media yang tersaji secara online di internet. Pengertian Media Online dibagi menjadi dua pengertian yaitu secara umum dan khusus:

Secara umum Media Online merupakan segala jenis atau format media yang hanya bisa diakses melalui internet berisikan teks, foto, video, dan suara. Dalam pengertian umum ini, Media Online juga bisa dimaknai sebagai sarana komunikasi secara online. Dengan pengertian Media Online secara umum ini, maka email, mailing list (milis), Website, Blog, Whatsapp, dan Media Online (Sosial Media) masuk dalam kategori Media Online. Namun secara khusus, Media Online diartikan media yang menyajikan karya jurnalistik (berita, artikel, feature) secara online. Media adalah singkatan dari media komunikasi massa dalam bidang

¹⁶ Damar Triatmojo., *Dampak Media Sosial Terhadap Minat Baca Masyarakat*, Skripsi, Tidak dipublikasikan, Yogyakarta: Fakultas Adab dan Ilmu Budaya Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2017).

keilmuan komunikasi massa mempunyai karakteristik tertentu, seperti publisitas dan periodisitas.¹⁷

Menurut Soeparno & Sandra dalam Mulawarman & Aldila Dyas Nufitri bahwa Media Online merupakan sebuah revolusi besar yang mampu mengubah perilaku manusia dewasa ini, dimana relasi pertemanan serba dilakukan melalui medium digital–menggunakan media baru (internet) yang dioperasikan melalui situs-situs jejaring sosial. Realitas menjadi bersifat augmented dan maya yang harus diadaptasi dan diintegrasikan dalam kaca mata kajian psikologi sosial kontemporer yang *ubiquitous* (ada dimana-mana) serta *pervasive* (dapat menembus berbagai bidang ilmu dan kajian).¹⁸

Menurut Van Dijk dalam Rulli Nasrullah Media Online adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai fasilitator online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.¹⁹

Menurut Budi Sutedjo, Dharma Oetomo dkk Internet dapat menghubungkan komputer dan jaringan komputer yang dikelola, baik oleh pemerintah maupun swasta, dan perseorangan yang berada di berbagai negara.

¹⁷ M. Romli, Asep Syamsul., *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online* (Bandung, Nuansa Cendekia, 2012), hal 34.

¹⁸ Mulawarman , Aldila Dyas Nurfitri., *Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan*, 2017, Vol. 25, hal 2.

¹⁹ Rulli. Nasrullah., *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2017), hal 11.

Melalui internet siapa pun dan kapan pun dapat leluasa mengakses berupa teks, grafik, animasi, audio, maupun video.²⁰

Menurut Kasmir, pemasaran adalah ujung tombak dari suatu usaha yang bertujuan untuk meraih konsumen sebanyak-banyaknya. Pemasaran juga bertujuan sebagai sarana dalam menghadapi perlawanan pesaing yang ada.²¹

C. Pertumbuhan Media Online

Pesatnya perkembangan Media Online kini dikarenakan semua orang seperti bisa memiliki media sendiri. Jika untuk memiliki media tradisional seperti televisi, radio, atau koran dibutuhkan modal yang besar dan tenaga kerja yang banyak, maka lain halnya dengan media ini. Seorang pengguna media sosial bisa mengakses menggunakan Media Online dengan jaringan internet bahkan yang aksesnya lambat sekalipun, tanpa biaya besar, tanpa alat mahal dan dilakukan sendiri tanpa karyawan. Pengguna Media Online dengan bebas bisa mengedit, menambahkan, memodifikasi baik tulisan, gambar, video, grafis, dan berbagai model *content* lainnya.²² Dengan demikian, Media Online ini sangat berpengaruh terhadap usaha dari para pelaku bisnis online tersebut.

D. Karakteristik Media Online

Karakteristik dan keunggulan Media Online dibandingkan "media konvensional" (cetak/elektronik) antara lain:

1. Kapasitas luas dan halaman *web* bisa menampung naskah sangat panjang.
2. Pemuatan dan editing naskah bisa kapan saja dan di mana saja.

²⁰ Budi Sutedjo Dharma Oetomo, *dkk, Pengantar Teknologi Informasi Internet; Konsep dan Aplikasi*, (Yogyakarta: Andi, 2007), hal 23-24

²¹ Kasmir., *Kewirausahaan*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2006, hal 171.

²² M. Romli, Asep Syamsul., *Jurnalistik Online...*, hal 16.

3. Kegiatan promosi bisa kapan saja dan setiap saat.
4. Cepat, begitu di-*upload* langsung bisa diakses oleh semua orang.
5. Menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet.
6. Aktual, berisi info aktual karena kemudahan dan kecepatan penyajian.
7. Update, pembaruan informasi terus dan dapat dilakukan kapan saja.
8. Interaktif, dua arah, dan "egaliter" dengan adanya fasilitas kolom komentar, chat room, *polling*, dsb.
9. Terdokumentasi, informasi tersimpan di "bank data" (arsip) dan dapat ditemukan melalui "link", "artikel terkait", dan fasilitas "cari" (*search*).
10. Terhubung dengan sumber lain (*hyperlink*) yang berkaitan dengan informasi tersaji.²³

Sedangkan perbedaan karakteristik internet dengan media klasik dalam sistem dan operasional sebagai alat maupun medium komunikasi yaitu:

1. Perbedaan utama dan makro tersebut yaitu; internet adalah media berbasis komputer yang semula berawal dari media "tools" untuk menyimpan serta mengolah informasi data.
2. Internet sebagai media komunikasi memiliki penawaran interaktif yang dinamis terhadap pengguna/user, jauh melebihi penawaran interaktif pada media televisi dan radio (yang terbatas pada satu program dan isi materi acara). Bahkan internet memberikan penawaran pencarian informasi yang diinginkan melalui fasilitas query dan boelan dengan menggunakan kata kunci (*keywords*). Lebih jauh lagi Media Online mampu mengurangi pola komunikasi yang berwujud kontak langsung seperti surat menyurat ataupun wicara interpersonal dengan fasilitas electronic mail (E-mail) dan Internet Relay Chat (IRC).

²³ *Ibid.*, hal 24

3. Media internet mampu menjadi pusat informasi dan sumber informasi yang tidak terbatas dan pada suatu institusi tetapi juga memberikan kesempatan pada setiap individu untuk menjadi sumber/komunikator.
4. Luas jangkauan dari media internet tentu saja melintas antar benua, antarnegara, serta antar budaya. Sehingga dengan demikian batasan-batasan dalam fisik dalam melakukan komunikasi semakin dinisbikan melalui internet, implikasi ini juga memperjelas bahwa terdapat interaksi abstrak secara struktural.
5. Fungsi internet sebagai media, selain sama dengan fungsi media lain, media internet memiliki penawaran untuk pengembangan bidang jasa maupun bisnis sebagai bagian gaya hidup.²⁴

E. Peran dan Fungsi Media Online

Media online merupakan alat promosi bisnis yang efektif karena dapat diakses oleh siapa saja, sehingga jaringan promosi bisa lebih luas. Media Online menjadi bagian yang sangat diperlukan oleh pemasaran bagi banyak perusahaan dan merupakan salah satu cara terbaik untuk menjangkau pelanggan dan klien. Media Online seperti Blog, Facebook, Twitter, dan Youtube memiliki sejumlah manfaat bagi perusahaan dan lebih cepat dari media konvensional seperti media cetak dan iklan TV, brosur dan selebaran.²⁵

F. Objek/Sasaran Media Online

Dalam penelitian ini, yang menjadi sasaran dari para penjual online tersebut adalah masyarakat yang menggunakan media online di Kecamatan Kota

²⁴ *Ibid.*, hal 11.

²⁵ M. Romli, Asep Syamsul..., *Jurnalistik Online*, hal 18.

Bahagia dan sekitarnya yang menggunakan Media Online. Sasaran merupakan penjabaran dari tujuan, yaitu apa yang akan dicapai atau dihasilkan oleh organisasi atau perusahaan dalam jangka waktu tertentu. Sasaran usaha harus spesifik, terukur, jelas kriterianya, memiliki indikator yang rinci sehingga bisa tercapai secara efektif dan efisien. Dikarenakan sasaran adalah sebuah tujuan dan sebagai sebuah obyek²⁶ Para sasaran dari penjual online ini biasanya berusia dari 17 tahun keatas.

G. Tujuan Penjualan Online

1. Jangkauan yang Lebih Luas

Dengan adanya internet dan teknologi canggih, maka bukanlah hal sulit untuk menghubungkan antara satu orang dengan yang lainnya. Bahkan jarak dan waktu seolah bukan menjadi masalah besar. Sehingga tentu saja jangkauan pasar akan semakin luas.

2. Menghemat Waktu, Tenaga dan Biaya

Siapapun pasti menginginkan semua hal yang dilakukan bisa efektif baik dalam segi waktu, tenaga maupun biaya. Ketika proses pemasaran dilakukan secara online, maka bisa memangkas banyak waktu, tenaga dan biaya. dengan begitu tidak perlu bersusah payah turun tangan langsung. karena tanpa harus keluar rumahpun bisa memantau dan memasarkan bisnis kapanpun dan dimanapun.

3. Proses Lebih Mudah

²⁶ Sutrimo Purnomo., *Pengembangan Sasaran, Visi Dan Misi Hubungan Masyarakat Di Lembaga Pendidikan Berbasis Kepuasan Pelanggan*, (Jurnal Kependidikan, Vol. III No. 2 November 2015), hal 4.

Tidak perlu harus kesana–kemari untuk bertemu dengan banyak orang untuk mengenalkan dan mempromosikan produk dan jasa. Karena dengan melakukan promosi online, penjual hanya perlu duduk manis saja tanpa perlu kerepotan mengurus segala sesuatunya sendiri.

4. Mudah Untuk di Amati

Karena menggunakan metode online, maka perkembangan bisnis bisa dipantau kapan saja dan dimana saja di inginkan. Prosesnya tidaklah sulit sehingga tidak perlu mengkhawatirkan tentang hal tersebut.²⁷

Dari penjelasan di atas, amak dapat diketahui bahwa dengan menggunakan Media Online, penjual dapat dengan mudah memasarkan dagangannya dengan cepat dan praktis sehingga memudahkan penjual online tersebut.

H. Jual Beli Online Menurut Pandangan Islam

Ekonomi Islam adalah suatu cabang ilmu pengetahuan mempelajari perilaku individu yang dituntun oleh ajaran Islam, mulai dari penentuan tujuan hidup, cara memandang, menganalisis, dan akhirnya menyelesaikan permasalahan-permasalahan ekonomi serta prinsip-prinsip dan nilai yang harus dipegang untuk mencapai tujuan tersebut dengan Islami yang didasarkan atas ajaran agama Islam, yaitu Al-Qur'an dan Sunnah. Seperti dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 168-169:

²⁷ Arfadia., *Pengertian dan Manfaat Pemasaran Online*, di akses dari <https://blog.arfadia.com/pengertian-dan-manfaat-pemasaran-online/> di akses pada tanggal 02 Juli 2020.

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَلًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿١٦٨﴾ إِنَّمَا يَأْمُرُكُمْ بِالسُّوْءِ وَالْفَحْشَاءِ وَأَنْ تَقُولُوا عَلَى اللَّهِ مَا لَا تَعْلَمُونَ ﴿١٦٩﴾

Artinya:

Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu. Sesungguhnya syaitan itu hanya menyuruh kamu berbuat jahat dan keji, dan mengatakan terhadap Allah apa yang tidak kamu ketahui (QS. Al-Baqarah ayat 168-169).²⁸

Sebagaimana dijelaskan di atas, bahwa seorang pengusaha muslim diharamkan dan tidak diperbolehkan menjalankan usaha apapun yang melakukan transaksi dengan cara yang tidak dianjurkan dan bertentangan dengan syariat Islam. Dalam menjalankan suatu usaha pengusaha muslim dilarang dalam melakukan praktik-praktik bisnis mencakup semua perbuatan bisnis yang tidak baik, jelek (secara moral) terlarang, membawa kerugian bagi pihak yang lain, seperti melakukan kecurangan dengan manipulasi identitas, data dan informasi, melakukan pencurian informasi rahasia atau mengakses dan menggunakan informasi yang bukan haknya.

Para Ulama sepakat bahwa transaksi yang disyaratkan tunai serah terima barang dan uang tidak dibenarkan untuk dilakukan secara telepon atau internet (online), seperti jual beli emas dan perak karena ini termasuk riba *Nasi'ah*. Kecuali objek yang diperjual belikan dapat diserahkan terimakan pada saat itu juga,

²⁸ Department Agama RI., *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, (Bandung: PT.Sygma Examedia Arkanleema, hal 25.

seperti penukaran uang asing melalui ATM maka hukumnya boleh karena penukaran uang rupiah dengan Dollar harganya sesuai dengan kurs pada hari itu.

Untuk barang yang tidak disyaratkan serah terima tunai dalam jual belinya, yaitu seluruh jenis barang, kecuali emas dan perak dan mata uang maka jual beli melalui internet (jual beli online), dapat diakhiri dengan jual beli melalui surat menyurat. Adapun jual beli melalui telepon dan internet merupakan jual beli langsung dalam akad ijab dan qabul.

Sebagaimana diputuskan oleh Majma' Al Fiqh Al Islami (Divisi Fiqih OKI) keputusan no. 52 (3/6) tahun 1990, yang berbunyi "*Apabila akad terjadi antara dua orang yang berjauhan tidak berada dalam satu majlis dan pelaku transaksi, satu dengan lainnya tidak saling melihat, tidak saling mendengar rekan transaksinya, dan media antara mereka adalah tulisan atau surat atau orang suruhan, hal ini dapat diterapkan pada faksimili, teleks, dan layar komputer (internet). Maka akad berlangsung dengan sampainya ijab dan qabul kepada masing-masing pihak yang bertransaksi. Bila transaksi berlangsung dalam satu waktu sedangkan kedua belah pihak berada di tempat yang berjauhan, hal ini dapat diterapkan pada transaksi melalui telepon ataupun telepon seluler, maka ijab dan qabul yang terjadi adalah langsung seolah-olah keduanya berada dalam satu tempat.*"²⁹

Dalam transaksi menggunakan internet, penyediaan aplikasi permohonan barang oleh pihak penjual di website merupakan *ijab* dan pengisian serta pengiriman aplikasi yang telah diisi oleh pembeli merupakan *qabul*. Adapun barang hanya dapat dilihat gambarnya serta dijelaskan spesifikasinya dengan gamblang dan lengkap, dengan penjelasan yang dapat mempengaruhi harga jual barang.

Setelah *ijab qabul*, pihak penjual meminta pembeli melakukan tranfer uang ke rekening bank milik penjual. Setelah uang diterima, si penjual baru mengirim barangnya melalui kurir atau jasa pengiriman barang.

²⁹ Munir Salim, "*Jual Beli Secara Online Menurut Pandangan Hukum Islam*", (Al-Daulati, Vol. 6 / No. 2 Desember 2017), hal 378.

Jadi, Transaksi seperti ini (jual beli online) mayoritas para Ulama menghalalkannya selama tidak ada unsur gharar atau ketidakjelasan, dengan memberikan spesifikasi baik berupa gambar, jenis, warna, bentuk, model dan yang mempengaruhi harga barang.³⁰

1. Rukun dan Pelaksanaan Jual Beli

Jual beli mempunyai rukun dan syarat yang harus dipenuhi, sehingga jual beli itu dapat dikatakan sah oleh *syara'*. Ada perbedaan pendapat mengenai rukun jual beli, menurut ulama Hanafiyah rukun jual beli hanya satu, yaitu *ijab* (ungkapan membeli dari pembeli) dan *qabul* (ungkapan jual-menjual). Mereka berpendapat seperti ini, karena menurut mereka rukun dalam jual beli itu hanyalah kerelaan antara penjual dan pembeli, akan tetapi karena unsur kerelaan itu merupakan unsur hati yang sulit untuk diindera sehingga tidak kelihatan, maka diperlukan indikator yang menunjukkan kerelaan tersebut dari kedua belah pihak dapat dalam bentuk perkataan, yaitu *ijab* dan *qabul* atau dalam bentuk perbuatan, yaitu saling memberi (penyerahan barang dan penerimaan uang).

Sedangkan Juhur Ulama' berpendapat bahwa rukun jual beli ada empat, yaitu:

- a. Orang yang berakad atau *al-muta'qidain* (penjual dan pembeli).
- b. *Sigat* (lafal *ijab* dan *qabul*).
- c. *Ma'qud 'alaih* (barang yang dibeli).
- d. Nilai tukar pengganti barang.

³⁰ *Ibid.*, hal 379.

2. Syarat Jual Beli

Berikut beberapa syarat sah dalam praktek jual beli agar tidak terjerumus ke dalam praktek perniagaan yang menyimpang.

Pertama, persyaratan yang berkaitan dengan pelaku praktek jual beli, baik penjual maupun pembeli, yaitu:

- a. Hendaknya kedua belah pihak melakukan jual beli dengan ridha dan sukarela, tanpa ada paksaan. Sesuai dengan kalam Allah *Ta'ala* dalam QS. An-Nisaa': 29.

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

Artinya:

*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. (QS. An-Nisaa': 29).*³¹

- b. Kedua belah pihak berkompoten dalam melakukan praktek jual beli, yakni dia adalah seorang *mukallaf* dan *rasyid* (memiliki kemampuan dalam mengatur uang), sehingga tidak sah transaksi yang dilakukan oleh anak kecil yang tidak cakap, orang gila atau orang yang dipaksa.

Hal ini merupakan salah satu bukti keadilan agama ini yang berupaya

³¹ Department Agama RI., *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, (Bandung: PT.Sygma Examedia Arkanleema, hal 83.

melindungi hak milik manusia dari kezaliman, karena seseorang yang gila, *safih* (tidak cakap dalam bertransaksi) atau orang yang dipaksa, tidak mampu untuk membedakan transaksi mana yang baik dan buruk bagi dirinya sehingga dirinya rentan dirugikan dalam transaksi yang dilakukannya.

Kedua, yang berkaitan dengan objek/barang yang diperjualbelikan, syarat-syaratnya yaitu:

- a. Objek jual beli (baik berupa barang jualan atau harganya/uang) merupakan barang yang suci dan bermanfaat, bukan barang najis atau barang yang haram, karena barang yang secara dzatnya haram terlarang untuk diperjualbelikan.
- b. Objek jual beli merupakan hak milik penuh, seseorang bisa menjual barang yang bukan miliknya apabila mendapat izin dari pemilik barang.
- c. Objek jual beli dapat diserahkan terimakan, sehingga tidak sah menjual burung yang terbang di udara, menjual unta atau sejenisnya yang kabur dari kandang dan semisalnya. Transaksi yang mengandung objek jual beli seperti ini diharamkan karena mengandung *gharar* (tipuan/merugikan orang lain) dan menjual barang yang tidak dapat diserahkan.
- d. Objek jual beli dan jumlah pembayarannya diketahui secara jelas oleh kedua belah pihak sehingga terhindar dari *gharar*. Abu Hurairah berkata: “Rasulullah *shallallahu ‘alaihi wa sallam* melarang jual beli

hashaath (jual beli dengan menggunakan kerikil yang dilemparkan untuk menentukan barang yang akan dijual) dan jual beli *gharar*.”

(HR. Muslim: 1513)

Islam mempertegas legalitas dan keabsahan jual-beli secara umum, serta menolak dan melarang konsep riba. Allah adalah dzat yang maha mengetahui atas hakikat persoalan kehidupan, bahwa dalam suatu perkara terdapat kemaslahatan dan manfaat maka diperbolehkan. Sebaliknya, jika didalam terdapat kerusakan dan mudarat, maka Allah mencegah dan melarang untuk melakukannya. Allah SWT berfirman dalam surat Al-Baqarah ayat: 275.

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

Artinya:

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), 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. (QS. Al-Baqarah Ayat: 275).³²

Dari penjelasan ayat di atas, maka dapat di pahami bahwa Islam sangat melarang hal-hal seperti riba. Karna pada hakikatnya mengambil hak yang bukan hak kita adalah dosa hukumnya.

I. Pengaruh Teknologi (*Determinisme Teknologi*)

Determinisme teknologi dapat diartikan bahwa setiap kejadian atau tindakan yang dilakukan manusia itu akibat pengaruh dari perkembangan teknologi. Perkembangan teknologi tersebut tidak jarang membuat manusia bertindak di luar kemauan sendiri. Pada awalnya, manusialah yang membuat teknologi, tetapi lambat laun teknologilah yang justru memengaruhi setiap apa yang dilakukan manusia. Zaman dahulu belum ada Hand Phone dan internet. Tanpa ada dua perangkat komunikasi itu keadaan manusia biasa saja. Tetapi sekarang dengan ketergantungan pada dua perangkat itu manusia jadi sangat tergantung.³³

Pencetus teori determinisme teknologi ini adalah Marshall McLuhan pada tahun 1962 melalui tulisannya *The Guttenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. Dasar teori ini adalah perubahan yang terjadi pada berbagai macam cara berkomunikasi akan membentuk pula keberadaan manusia itu sendiri. Teknologi membentuk cara berpikir, berperilaku, dan bergerak dari satu abad teknologi ke abad teknologi selanjutnya di dalam kehidupan manusia. Contohnya dari masyarakat yang belum mengenal huruf menjadi masyarakat yang canggih

³² Department Agama RI., *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, (Bandung: PT.Sygma Examedia Arkanleema, hal 47.

³³ Nuruddin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hal 56-57.

dengan peralatan cetak maupun elektronik. Inti determinisme teori yaitu penemuan atau perkembangan teknologi komunikasi merupakan faktor yang mengubah kebudayaan manusia. Di mana menurut McLuhan, budaya masyarakat dibentuk dari bagaimana cara masyarakat tersebut berkomunikasi.

Perubahan pada mode komunikasi membentuk suatu budaya dengan melalui beberapa tahapan, yaitu:

1. Penemuan dalam teknologi komunikasi menyebabkan perubahan budaya.
2. Perubahan didalam jenis-jenis komunikasi membentuk kehidupan manusia.
3. Peralatan untuk berkomunikasi mempengaruhi kehidupan kita sendiri.³⁴

Dengan dilaluinya ketiga tahapan di atas, maka akhirnya peralatan tersebut membentuk atau mempengaruhi kehidupan manusia. Selanjutnya akan terjadi beberapa perubahan besar yang terbagi dalam empat periode/era:

Pertama, era kesukuan atau *the tribal age*. Pada periode ini, manusia hanya mengandalkan indera pendengaran dalam berkomunikasi. Mengucapkan secara lisan berupa dongeng, cerita, dan sejenisnya.

Kedua, era tulisan atau *the age of literacy*. Manusia telah menemukan alfabet atau huruf sehingga tidak lagi mengandalkan lisan, melainkan mengandalkan pada tulisan.

Ketiga, era cetak atau *the print age*. Masih ada kesinambungan dengan alfabet, namun lebih meluas manfaatnya karena telah ditemukan mesin cetak.

³⁴ *Ibid.*, hal 58.

Keempat, era elektronik atau *the electronic age*. Contoh dari teknologi komunikasi yaitu telephon, radio, telegram, film, televisi, komputer, dan internet sehingga manusia seperti hidup dalam global village.³⁵

Teknologi komunikasi yang digunakan dalam media massa tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia atau menurut Em Griffin disebut *nothing remains untouched by communication technology*. Dan dalam perspektif McLuhan, bukan isi yang penting dari suatu media, melainkan media itu sendiri yang lebih penting atau *medium is the message*.

Determinisme teknologi media massa memunculkan dampak. Media massa mampu membentuk seperti apa manusia. Manusia mau diarahkan pada kehidupan yang lebih baik media massa punya peran. Namun demikian, media massa juga punya andil dalam memperburuk keberadaan manusia itu sendiri. Contoh yang dapat ditemui dalam realita kehidupan yaitu:

Perkembangan teknologi yang semakin maju membuat segalanya serba ingin cepat dan instan. Teknologi sebagai peralatan yang memudahkan kerja manusia membuat budaya ingin selalu dipermudah dan menghindari kerja keras maupun ketekunan. Teknologi juga membuat seseorang berpikir tentang dirinya sendiri. Jiwa sosialnya melemah sebab merasa bahwa tidak memerlukan bantuan orang lain jika menghendaki sesuatu, cukup dengan teknologi sebagai solusinya.

Akibatnya, tak jarang kepada tetangga dekat kurang begitu akrab karena telah memiliki komunitas sendiri, meskipun jarak memisahkan, namun berkat adanya teknologi. Solusi agar budaya yang dibentuk di era elektronik ini tetap

³⁵ *Ibid.*, hal 60.

positif, maka harus disertai dengan perkembangan mental dan spiritual. Diharapkan informasi yang diperoleh dapat diolah oleh pikiran yang jernih sehingga menciptakan kebudayaan-kebudayaan yang humanis.³⁶

Dari penjelasan di atas, maka dapat diketahui bahwa dengan pesatnya perkembangan suatu teknologi dapat mempengaruhi tatanan dalam kehidupan bermasyarakat. Salah satunya pada aspek social dan budaya yang kian hari semakin pudar dikarenakan pengaruh dari perkembangan teknologi.

J. Definisi Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha adalah tugas dan proses persiapan analitis tentang peluang pertumbuhan potensial, dukungan dan pemantauan pelaksanaan peluang pertumbuhan usaha, tetapi tidak termasuk keputusan strategi dan implementasi dari peluang pertumbuhan usaha. Sedangkan untuk usaha yang besar terutama di bidang teknologi industri Pengembangan Usaha adalah istilah yang sering mengacu pada pengaturan dan mengelola hubungan strategis dan aliansi dengan yang lain.³⁷

1. Unsur Pengembangan Usaha

Adapun unsur-unsur penting dalam pengembangan usaha ada 2 unsur yaitu :

- a. Unsur yang berasal dari dalam (pihak internal):
 - 1) Adanya niat dari pengusaha/wirausaha untuk mengembangkan usahanya untuk lebih besar.

³⁶ *Ibid.*, hal 62.

³⁷ Risda Pratiwi., *strategi pengembangan usaha rengginang pulut dengan metode analisis swot (studi kasus usaha rengginang pulut cv. Uul jaya di desa kebun lada kecamatan hinai kabupaten langkat)*, Skripsi tidak di Publikasikan, (Medan: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2018), hal 41.

- 2) Mengetahui tehnik produksi barang seperti berapa banyak barang yang harus di produksi, cara apa yang harus di gunakan untuk mengembangkan barang /produk, dan lainlain.
- 3) Membuat anggaran yang bertujuan seberapa besar pemasukan dan pengeluaran produk.

b. Unsur dari pihak luar (pihak eksternal):

- 1) Mengikuti perkembangan usaha dari luar usaha.
- 2) Mendapatkan dana tidak hanya mengandalkan dari dalam seperti meminjam dari luar.
- 3) Mengetahui kondisi lingkungan sekitar yang baik/ kondusif untuk usaha.³⁸

2. Tahap-Tahap Pengembangan Usaha

Di dalam melakukan kegiatan pengembangan usaha (business development), seorang wirausahaan pada umumnya akan melakukan pengembangan kegiatan usaha tersebut melalui tahap-tahap pengembangan usaha sebagai berikut:

a. Memiliki Ide Usaha

Usaha apapun yang akan dikembangkan oleh seorang wirausahawan, pada mulanya berasal dari suatu ide usaha, ide usaha yang dimiliki oleh seorang wirausahawan dapat berasal dari berbagai sumber. Ide usaha dapat muncul setelah melihat keberhasilan bisnis orang lain. Selain melalui pengamat terhadap keberhasilan bisnis orang lain, ide usaha juga dapat timbul karena adanya *sense of business* yang kuat dari wirausahawan. Sebagai contoh, ide usaha untuk

³⁸ Irpah Rambe., *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pembuatan Tahu Pada Pengrajin Tahu Bandung Kecamatan Padang Hulu Tebing Tinggi*, Skripsi Tidak di Publikasikan, (Medan : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2018), hal 44.

mendirikan modern market telah mendorong seseorang untuk merealisasikan impiannya membuat supermarket matahari sebagai alternatif tempat belanja bagi keluarga indonesia yang pada umumnya belanja dipasar tradisional (traditional market).

b. Pengembang Rencana Usaha (*Business Plan*)

Wirausahawan adalah orang melakukan penggunaan sumber daya ekonomi (uang, tenaga kerja, material, dan lain sebagainya) untuk memperoleh keuntungan. Dengan demikian, komponen utama dari usaha yang akan dikembangkan oleh seorang wirausahawan adalah perhitungan proyeksi rugi-laba (*proforma income statement*) dari bisnis yang akan di jalankan.

c. Implementasi Rencana Usaha dan Pengendalian Usaha.

Rencana usaha yang telah dibuat, baik secara rinci maupaun secara global, tertulis maupun tidak tertulis, selanjutnya akan diimplementasikan dalam pelaksanaan usaha, rencana usaha akan menjadi panduan bagi pelaksanaan usaha yang dilakukan seorang wirausahawan.³⁹

Berdasarkan pembahasan di atas, maka dapat di ketahui dalam kegiatan implementasi, rencana usaha seorang wirausahawan akan mengarahkan berbagai sumber daya yang dibutuhkan seperti modal, material, dan tenaga kerja untuk menjalan kegiatan usaha.

³⁹ Ibid., hal 39-41

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Metode Penelitian

Metode penelitian (*research*) berasal dari bahasa Prancis (kuno) *recherchier* atau *recherche* yang merupakan gabungan dari kata “re” dan “cerchier” atau sercher yang memiliki makna mencari atau menemukan. Dalam arti luas *research* di artikan sebagai kegiatan pengumpulan data, informasi dan fakta yang memiliki tujuan tertentu.⁴⁰

Menurut para ahli *research* adalah penelitian yang bersifat ilmiah merupakan suatu ketiatan penyelidikan yang sistematis, terkendali/terkontrol dan bersifat empiris dan kritis mengenai sifat atau proposisi tentang hubungan yang diduga terdapat di antara fenomena yang di selidiki.⁴¹

Pendapat lainnya juga menyatakan bahwa penelitian itu merupakan suatu analisis yang sistematis dan objektif, serta observasi yang terkontrol yang membimbing ke arah pengembangan yang generalisasi, prinsip, teori, prediksi dan tujuan yang berdasarkan kejadian-kejadian.⁴²

Bedasarkan pembahasan diatas, maka dapat diketahui bahwa *research* adalah penelitian yang dilakukan oleh seseorang guna mendapatkan informasi untuk mencapai suatu hasil yang diteliti oleh orang tersebut terhadap suatu objek yang di telitinya.

⁴⁰ Muri Yusuf, *Metode penelitian kualitatif kuantitatif dan penelitian gabungan*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014), hal 25.

⁴¹ *Ibid.*, hal 26.

⁴² *Ibid.*, hal 26.

B. Jenis Penelitian

Metode penelitian atau disebut *research* terbagi menjadi 2 (dua) bagian yaitu Penelitian *Kualitatif* dan Penelitian *Kuantitatif*. Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut:

Penelitian *Kualitatif* merupakan metode penelitian yang digunakan guna mencari makna, pemahaman, pengertian, tentang suatu fenomena, kejadian maupun kehidupan manusia dengan cara terlibat langsung atau tidak langsung dalam *setting* yang diteliti, kontekstual dan menyeluruh. Penelitian yang menggunakan metode ini bukan mengumpulkan data sekali saja atau sekaligus dan mengolahnya, melainkan pengumpulan data tersebut secara tahap demi tahap dan makna disimpulkan selama proses berlangsung dari awal sampai akhir kegiatan berlangsung yang bersifat naratif dan holistik.⁴³

Penelitian *Kuantitatif* adalah penelitian yang dilakukan berdasarkan memandang tingkah laku manusia yang dapat diramal dan realitas sosial, yang objektif dan dapat diukur. Oleh karena itu penggunaan penelitian kuantitatif dengan instrumen yang valid dan reliabel serta analisis statistik yang sesuai dan tepat, menyebabkan hasil penelitian yang dicapai tidak menyimpang dari kondisi yang sesungguhnya. Hal itu ditopang oleh pemilihan masalah, identifikasi masalah, pembatasan dan perumusan masalah yang akurat, serta diiringi dengan penetapan populasi dan sampel yang benar.⁴⁴

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah Metode Penelitian Kualitatif. Metode ini digunakan guna meneliti pada objek yang alamiah dimana

⁴³ *Ibid.*, hal 328.

⁴⁴ *Ibid.*, hal 58.

peneliti menjadi sebagai instrumen kuncinya. Penelitian Kualitatif ini akan menyimpulkan data dari hasil pengamatan yang dilakukan secara bertahap dari pertama melakukan pengamatan sampai akhir.

C. Informan Penelitian

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian dalam jumlah besar yang terdiri dari manusia, benda-benda, hewan, tumbuh-tumbuhan, gejala-gejala, nilai tes, atau peristiwa-peristiwa sebagai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu di dalam suatu penelitian. Disamping itu, populasi yang luas dan banyak akan dapat menimbulkan letih dan kelelahan.⁴⁵ Populasi dalam suatu penelitian harus disebutkan secara tersurat yaitu dengan besarnya anggota populasi serta wilayah penelitian yang menjadi cakupan. Tujuan diadakannya populasi ialah agar kita dapat menentukan besarnya anggota sampel yang diambil dari anggota populasi dan membatasi berlakunya daerah generalisasi.

Pada penelitian ini, Kecamatan Kota Bahagia menjadi objek dari penelitian ini. Kota Bahagia terdiri dari 12 *Gampong* (Desa) di Kecamatan tersebut dengan mayoritas masyarakat sebagai petani. Kota Bahagia adalah salah satu Kecamatan di Kabupaten Aceh Selatan, Kecamatan ini di kelilingi oleh pergunungan, persawahan dan perkebunan sawit.

D. Sampel

Sampel adalah sebagian anggota populasi yang diambil dan terpilih untuk mewakili populasi tersebut. Di sini sampel harus benar-benar bisa mencerminkan keadaan populasi, artinya kesimpulan hasil penelitian yang diangkat dari sampel

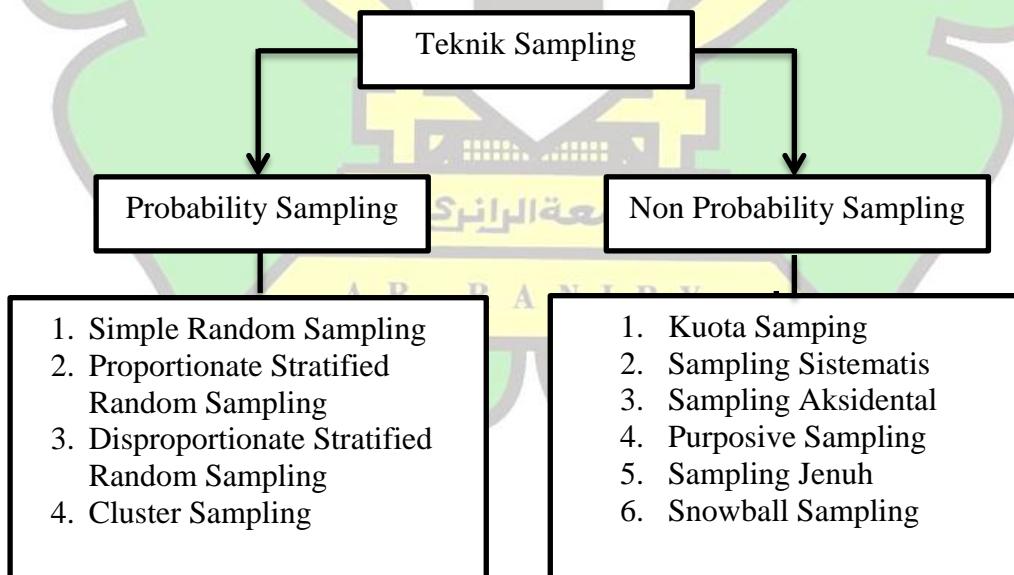
⁴⁵ *Ibid.*, hal 144.

harus merupakan kesimpulan atas populasi. Dalam penelitian ini, yang menjadi sampel adalah para pelaku usaha online yang berada di Kecamatan Kota Bahagia yang berjumlah 9 (Sembilan) orang. Dari ke sembilan sampel, perempuan dilakngan muda menjadi penjual online yang menjadi objek peneliti dalam penelitian ini.

Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan para pelaku usaha online di Kecamatan Kota Bahagia sebagai sasaran peneliti untuk mendapatkan informasi terhadap penelitian ini. Untuk mendapatkan sampel, maka dilakukan teknik pengolahan data yang menggunakan teknik sampling.

Teknik sampling adalah cara yang dilakukan untuk pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan.⁴⁶

Secara skematis macam-macam Teknik Sampling disajikan pada struktur di bawah ini:



⁴⁶ Sugiyono., *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hal 81.

Teknik Sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *Purposive Sampling*. Menurut Sugiyono *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.⁴⁷ Sampling purposive adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pemilihan sekelompok subjek dalam Sampling Purposive, didasarkan atas ciri-ciri tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Maka dengan kata lain, unit sampel yang dihubungi disesuaikan dengan kriteria-kriteria tertentu yang diterapkan berdasarkan tujuan penelitian atau permasalahan penelitian.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Teknik *Purposive Sampling* dikarenakan tidak semua sampel memiliki kriteria sesuai dengan yang telah peneliti tentukan, oleh karena itu peneliti memilih Teknik *Purposive Sampling* dengan menetapkan pertimbangan-pertimbangan tertentu yang harus dipenuhi oleh sampel yang digunakan dalam penelitian ini.

E. Lokasi Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menfokuskan Kecamatan Kota Bahagia Kabupaten Aceh Selatan sebagai lokasi penelitian. Setelah melakukan observasi, Kecamatan Kota Bahagia memiliki jumlah penjual online yang lebih banyak dari pada Kecamatan Bakongan yang bersebelahan dengan dengan Kecamatan Kota Bahagia. Selain itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di lokasi tersebut guna untuk mendapatkan informasi tentang pemanfaatan Media Online serta

⁴⁷ Sugiyono., *Metode Penelitian...*, hal 84.

membangun pola pemikiran masyarakat terhadap manfaat Media Online untuk membangun perekonomian yang lebih baik.

F. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapat data yang akurat maka peneliti mengumpulkan data dengan cara pengamatan (observasi), wawancara (interview) dan dokumentasi.

1. Observasi (Pengamatan)

Observasi merupakan cara yang sangat efektif untuk mengetahui apa yang sedang dilakukan oleh objek penelitian dalam hal tertentu dengan pola rutinitas dan interaksi dari kehidupan mereka sehari-hari.⁴⁸ Observasi adalah suatu tindakan atau proses mengamati sesuatu atau seseorang dengan cermat untuk mendapatkan informasi atau membuktikan kebenaran suatu penelitian. Uhasimi Arikunto, observasi adalah pengamatan secara langsung terhadap suatu objek yang terdapat di lingkungan, baik yang sedang berlangsung saat itu atau masih berjalan yang meliputi berbagai aktifitas perhatian terhadap suatu kajian objek dengan menggunakan penginderaan. Saat melakukan observasi, peneliti mengamati bahwa masyarakat di Kecamatan Kota bahagia ini mayoritasnya berprofesi sebagai petani. Namun ada sebagian yang menjadi pengusaha, guru, PNS, ustad, dan buruh. Yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah para pedagang yang menjual barang dagangannya secara online.

2. Wawancara (*interview*)

Interview merupakan salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa wawancara (*interview*) adalah suatu kejadian atau proses antara pewawancara

⁴⁸ Aggito Albi, ddk., *Metode Penelitian Kualitatif*, (SukaBumi: CV Jejak. 2018), hal 109.

(*interviewer*) dengan sumber informasi atau orang yang di wawancarai (*interviewee*) melalui komunikasi langsung.⁴⁹ Dapat pula dikatakan bahwa wawancara adalah suatu pola khusus dari sebuah interaksi yang dimulai secara lisan untuk suatu tujuan tertentu dan difokuskan pada daerah konten yang spesifik dengan suatu proses eliminasi dari bahan-bahan yang tidak ada hubungannya secara berkelanjutan. Pada saat melakukan wawancara, peneliti mewawancarai beberapa pelaku usaha online, di antaranya ibu-ibu dan remaja. Dengan menggunakan handphone untuk merecord pembicaraan dengan para pelaku usaha tersebut guna untuk menyimpan data yang sudah didapatkan.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan atau karya seseorang tentang sesuatu yang sudah berlalu. Dokumen tentang orang atau sekelompok orang, peristiwa atau kejadian dalam situasi sosial yang sesuai dan terkait dengan fokus penelitian adalah sumber informasi yang sangat berguna dalam penelitian kualitatif. Dokumen tersebut dapat berbentuk teks tertulis, *artefacts*, gambar maupun foto. Dokumen tertulis dapat berupa sejarah kehidupan (*life histories*), biografi, karya tulis dan cerita.⁵⁰ Dokumentasi yang di maksudkan dalam penelitian ini adalah tentang pemesanan barang-barang yang melalui Media Online.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisi data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yng diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi. Teknik tersebut dilakukan dengan cara mengorganisasikan data

⁴⁹ Muri Yusuf., *Metode penelitian kualitatif kuantitatif...*, hal 372.

⁵⁰ *Ibid.*, hal 391.

kedalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh orang lain maupun diri sendiri.

Analisis data kualitatif bersifat induktif yaitu suatu analisis yang berdasarkan data yang diperoleh selanjutnya akan dikembangkan akan menjadi hipotesis. Berdasarkan hipotesis yang dirumuskan dengan data tersebut, selanjutnya akan dicarikan data secara bertahap-tahap sehingga dapat disimpulkan berulang-ulang dengan teknik triangulasi sehingga hipotesis tersebut berkembang menjadi suatu teori. Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan dan setelah selesai dari lapangan.⁵¹

Dalam penelitian ini aktivitas analisis data yaitu *Reduction, Data Display* dan *Conclusion Drawing/Verification*.

1. Data Reduction (reduksi data)

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Reduksi data merupakan proses berfikir sensitif yang memerlukan kecerdasan dan keluasan serta kedalaman wawasan yang tinggi.⁵² Reduksi data merupakan proses pemilihan, memperpendek dan membuang yang tidak penting hingga kesimpulan akhir dapat dilakukan.

2. Data Display (penyajian data)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplay data. Dalam penelitian kualitatif penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antara kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Dalam

⁵¹ Sugiyono., *Metode Penelitian...*, hal 244-245.

⁵² *Ibid.*, hal 247-249.

penyajian data hal yang paling penting dalam penelitian kualitatif adalah teks yang bersifat naratif. Dengan mendisplay data tersebut, maka akan memudahkan memahapi apa yang sedang terjadi, lalu merencanakan pekerjaan selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.⁵³

3. Conclusion Drawing/Verification

Langkah selanjutnya dalam analisis data menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal masih bersifat sementara, dan akan berubah apabila tidak ditemukan bukti-bukti kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Akan tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal serta didukung dengan bukti-bukti yang valid, maka pada saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data kesimpulan yang dikemukakan tersebut merupakan kesimpulan yang kredibel.⁵⁴ Penarikan kesimpulan dalam penelitian, inilah langkah akhir dari analisis data yang dilakukan dalam penulisan skripsi ini.

⁵³ *Ibid.*, 92.

⁵⁴ *Ibid.*, hal 92.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian

Gambaran lokasi penelitian dimaksudkan untuk memberikan gambaran tentang lokasi penelitian yang sedang dilakukan. Gambaran lokasi penelitian ini diperlukan sebagai penunjang bagi pembahasan hasil penelitian. Oleh karena itu deskripsi lokasi penelitian merupakan gambaran awal dari hasil penelitian secara keseluruhan. Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Kota Bahagia Kabupaten Aceh Selatan. Kecamatan ini merupakan salah satu Kecamatan yang berada di Kabupaten Aceh Selatan. Kabupaten ini merupakan hasil pemekaran dari Kecamatan Bakongan sebelumnya. Kecamatan Kota Bahagia terdiri dari Dua Belas *Gampong* di Kecamatan tersebut yakni:

- a. Gampong Teungoh
- b. Buket Gadeng
- c. Seunebok Keuranji
- d. Rambong
- e. Ujong Gunong Rayeuk
- f. Beutong
- g. Jambo Keupok
- h. Seunebok Kare
- i. Ujong Gunong Cut
- j. Ujong Tanoh
- k. Seunebok Alur Buloh
- l. Alur Duamas.⁵⁵

⁵⁵RPJMG, Profil Kecamatan Kota Bahagia, Tahun 2019, di kutip pada tanggal 13 Nov 2020.

Dengan demikian, Kecamatan Kota Bahagia mempunyai batas-batas wilayah sebagai berikut:

- a. Sebelah utara berbatasan dengan Kluet Timur
- b. Sebelah selatan berbatasan dengan Bakongan
- c. Sebelah timur berbatasan dengan Bakongan Timur
- d. Sebelah barat berbatasan dengan Kluet Selatan

Kecamatan Kota Bahagia memiliki luas tanah 19.582 Ha.⁵⁶ Sebagian tanah dipergunakan produktif. Seperti pada table sebagai berikut:

Tabel 4.1 Jenis Penggunaan Tanah

No	Jenis	Luas (Ha)
1	Sawah	1005
2	Ladang	1720
3	Kolam	0
4	Perkebunan	1435

Sumber: Profil Kecamatan Kota Bahagia, diambil pada tanggal 13 Nov 2020

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat dilihat bahwa bertani menjadi mayoritas masyarakat di Kecamatan Kota Bahagia. Mulai dari bersawah berkebun dan lain sebagainya. Bertani merupakan mata pencaharian masyarakat di Kecamatan Kota Bahagia.

⁵⁶ *Ibid.*, Di kutip pada tanggal 13 Nov 2020.

Tabel 4.2 Bangunan dan Perkarangan

No	Jenis	Ha
1	Perkarangan	74
2	Lainnya	15.348

Sumber: Profil Kecamatan Kota Bahagia, diambil pada tanggal 13 Nov 2020

Tabel 4.3 Populasi Ternak (Ekor)

No	Jenis	Ekor
1	Sapi	18
2	Kambing	1.288
3	Unggas	4.268

Sumber: Profil Kecamatan Kota Bahagia, diambil pada tanggal 13 Nov 2020

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat diketahui bahwa banyak masyarakat di Kecamatan Kota Bahagia memelihara ternak seperti kambing, sapi dan unggas. Tercatat ada 5.574 ekor ternak peliharaan masyarakat di Kota Bahagia. Dengan demikian peliharaan ternak juga menjadi sumber bagi masyarakat di Kecamatan Kota Bahagia.⁵⁷

⁵⁷ *Ibid.*, Di kutip pada tanggal 13 Nov 2020.

Tabel 4.4 Jenis Jalan (Km)

No	Jenis	Km
1	Jalan Aspal	15
2	Jalan Diperkeras	20
3	Jalan Tanah	9.5

Sumber: Profil Kecamatan Kota Bahagia, diambil pada tanggal 13 Nov 2020

Secara keseluruhan dari data yang di peroleh dari kantor Camat Kota Bahagia mempunyai jumlah penduduk dengan keseluruhan 7.820.⁵⁸ Dari jumlah penduduk tersebut dapat dirincikan sebagai berikut:

Tabel 4.5 Jumlah Penduduk

No	Jenis Kelamin	Jumlah Jiwa
1	Laki-laki	3.821
2	Perempuan	3.999
Jumlah		7.820

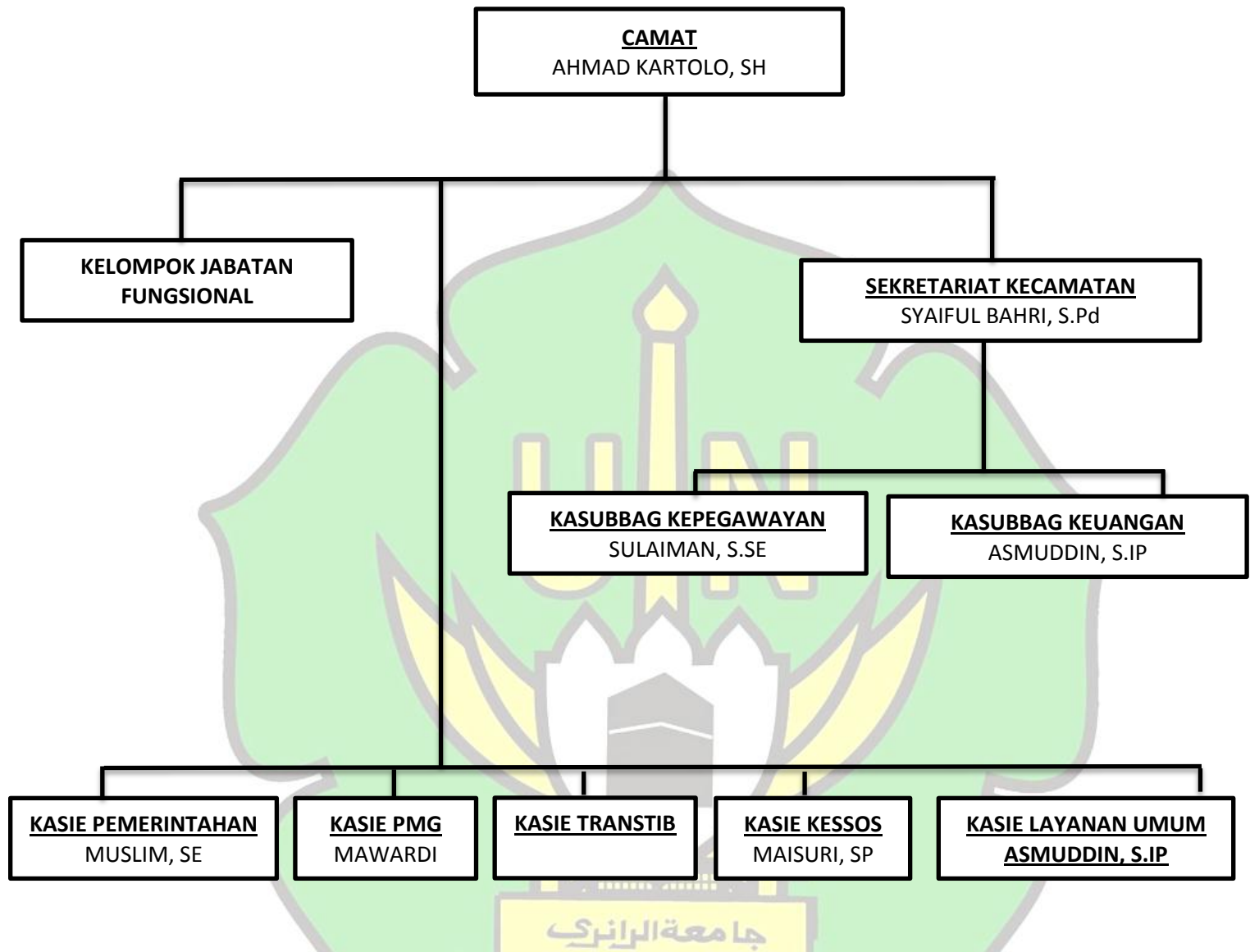
Sumber: Profil Kecamatan Kota Bahagia, diambil pada tanggal 13 Nov 2020

Berdasarkan data di atas, maka menunjukkan bahwa jumlah penduduk perempuan di Kecamatan Kota Bahagia lebih unggul dari pada jumlah laki-laki di Kecamatan Kota Bahagia.⁵⁹

⁵⁸ *Ibid.*, Di kutip pada tanggal 13 Nov 2020.

⁵⁹ *Ibid.*, Di kutip pada tanggal 13 Nov 2020..

Struktur Organisasi Kecamatan Kota Bahagia



Kecamatan Kota Bahagia dipimpin oleh seorang Camat bernama Ahmad Kartolo SH dalam menjalankan tanggung jawabnya sebagai Camat di Kecamatan Kota Bahagia. Camat dibantu oleh jajaran staf lainnya yakni Sekcam, Kasubbag Kepegawaian, Kasubbag Keuangan, Kasi Pemerintahan, Kasi Pemberdayaan Masyarakat Dan *Gampong* (PMG), Kasi Ketentraman Dan Ketertiban Umum (TRANTRIB), Kasi Kesejahteraan Sosial (KESSOS), Kasi Pelayanan Umum dan

staf lainnya. Perangkat tersebut bahu membahu demi membantu dan memberikan pelayanan yang terbaik kepada masyarakat Kecamatan Kota Bahagia.

Secara umum masyarakat di Kecamatan Kota Bahagia memiliki mata pencaharian sebagai petani, dan sebagian lagi tersebar ke dalam beberapa bidang pekerjaan misalnya: pedagang, peternak, buruh, penjahit, pertukangan, pegawai negeri sipil, dan lain-lain. Sebagian besar masyarakat Kota Bahagia menggantungkan kebutuhan hidupnya pada sektor pertanian. Hal tersebut tentunya di dukung oleh kondisi geografis dan strategis. Bagi Kota Bahagia bertani adalah pekerjaan utama, dari hasil yang didapatkan mereka menghidupi keluarganya mulai dari biaya makan anak-anak, bersekolah dan lain sebagainya. Dengan begitu kondisi budaya bertani merupakan gambaran dari kehidupan dan budaya kerja masyarakat.

Dari segi keagamaan, masyarakat Kecamatan Kota Bahagia pada umumnya menganut Agama Islam. Masyarakat di Kecamatan ini masih menjunjung tinggi kegiatan-kegiatan di bidang keagamaan. Misalnya rutin melakukan pengajian, qatam Qur'an, serta dalail khairat yang dilakukan pada setiap malam juaam'at ataupun pada saat ada kematian dalam wilayah Kecamatan tersebut. Masyarakat Kecamatan Kota Bahagia juga masih melestarikan budaya lokal seperti keujereun blang, tulak bala, dan masih banyak lagi budaya-budaya yang ada di kecamatan tersebut. Pada hakikatnya masyarakat di Kecamatan Kota

Bahagia masih menjunjung tinggi bidang keagamaan serta masih terjaganya kebudayaan-kebudayaan yang ada di Kecamatan Kota Bahagia tersebut.⁵²

Penggunaan Media Online di Kecamatan Kota Bahagia mulai dikenal oleh kalangan masyarakat di Kecamatan tersebut. Banyak masyarakat yang sudah menggunakan Media Online, mulai dari anak-anak, remaja sampai orang tua sudah mengenal Media Online. Akan tetapi masih ada sebagian masyarakat di Kecamatan Kota Bahagia yang belum menggunakan Media Online.

Disisi lain saat banyaknya pengguna Media Online di Kecamatan Kota Bahagia, ada sebagian masyarakat yang mengalih fungsikan Media Online yang biasanya digunakan untuk hiburan menjadi ladang usaha baru bagi penjual online. Pemanfaatan Media Online sebagai sarana penjualan mulai dilakukan hingga sampai saat ini. Terhitung ada sembilan penjual online di Kecamatan Kota Bahagia yang di dominasi oleh perempuan (ibu-ibu dan kalangan muda).

Menurut Jaddal Iman selaku staf kantor Camat Kota Bahagia, bahwa penggunaan Media Online pada saat ini memang sangat diminati oleh kalangan masyarakat di Kecamatan Kota Bahagia terlebih pada kalangan remaja saat ini yang menggunakan Media Online sebagai sarana hiburan bahkan ada juga yang menggunakan akun Media Onlinenya untuk berjualan.⁵³

B. Pemanfaatan Media Online Terhadap Pengembangan Usaha

Peneliti melakukan pengamatan (Observasi) kepada para pelaku usaha online di Kecamatan Kota Bahagia. Bahwa penjualan secara online ini sangat

⁵² Hasil wawancara dengan Pak Iwan masyarakat Kecamatan Kota Bahagia pada tanggal 25 September 2020.

⁵³ Hasil wawancara dengan Jaddal Iman, Staf Kantor Camat Kota Bahagia Aceh Selatan pada tanggal 24 September 2020.

memudahkannya dalam melakukan penjualan dikarenakan dapat menjangkau wilayah yang sangat luas. Pemasaran secara online ini dilakukan setiap harinya dengan memanfaatkan waktu celah yang dimiliki untuk meningkatkan perekonomiannya. Kegiatan penjualan secara online tersebut menjadikan ladang usaha yang lebih luas.⁵⁴

Peneliti melakukan wawancara dengan Laini salah satu penjual online di Kecamatan Kota Bahagia. Hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa penjualan secara online ini sangat membantu serta memudahkannya dalam melakukan pemasaran, misalnya mencakup ruang wilayah yang jauh, selain itu, pemasaran secara online tersebut juga sangat praktis atau mudah untuk dilakukan.⁵⁵

Peneliti juga melakukan wawancara dengan narasumber lainnya yakni Ibu Eliza. Beliau menyatakan “memanfaatkan Media Online ini sangat mudah dilakukan, selagi menggunakan Mediana kita juga bisa mendapatkan uang dari hasil penjualan menggunakan Media Online. Pada saat beliau memiliki waktu luang, beliau mempromosikan barang ke Facebook, jika ada pelanggan maka beliau akan mendapatkan uang. Siapa yang tidak senang imbasnya.”⁵⁶

Peneliti juga melakukan wawancara dengan Miranda beliau mengatakan “memanfaatkan Media Online sebagai sarana marketing dalam penjualan itu sangat banyak manfaatnya karena dengan dunia yang sudah serba online ini

⁵⁴ Hasil Observasi Pada Penjual Online di Kecamatan Kota Bahagia Aceh Selatan pada tanggal 24 Agustus 2020.

⁵⁵ Hasil wawancara dengan Nur Laini, Penjual Online di Kecamatan Kota Bahagia Aceh Selatan pada tanggal 24 Agustus 2020.

⁵⁶ Hasil wawancara dengan Ibu Eliza Agusti, Penjual Online di Kecamatan Kota Bahagia Aceh Selatan pada tanggal 27 Agustus 2020.

sangat berpengaruh dalam penjualan, terlebih penjualan secara online bisa menjangkau daerah yang lebih luas sehingga pembelinya lebih banyak. Tetapi tidak memungkiri penjualan dengan dua cara offline dan online suatu kolaborasi yang akan meningkatkan lagi hasil penjualan tentunya.⁵⁷

Peneliti juga melakukan wawancara dengan Abidah beliau mengatakan bahwa “pemanfaatan Media Online itu sangat memudahkannya untuk memasarkan barang onlineshopnya, selain itu dengan Media Online dapat menjangkau teman-teman atau customernya sampai ke luar daerah”.⁵⁸

Peneliti juga melakukan wawancara dengan Nuriah beliau menjelaskan “pemanfaatan Media Online sangat memudahkan melakukan penjualan dikarenakan dengan menggunakan Media Online ini beliau dapat menjangkau area yang lebih luas dalam memasarkan barang dagangannya”.⁵⁹

Peneliti juga melakukan wawancara dengan Cida “Menurutnya pemanfaatan Media Online sebagai sarana marketing sangat efektif, karena dapat menjangkau lebih banyak orang melalui Media Online. Selain itu pemanfaatan Media Online juga memudahkannya dalam berkomunikasi dengan pembeli kapanpun dan dimanapun”.⁶⁰

Peneliti juga melakukan wawancara dengan Cita “menurutnya memanfaatkan Media Online itu sangat memudahkannya dalam memasarkan atau

⁵⁷ Hasil wawancara dengan Miranda, Penjual Online di Kecamatan Kota Bahagia Aceh Selatan pada tanggal 27 Agustus 2020

⁵⁸ Hasil wawancara dengan Abidah, Penjual Online di Kecamatan Kota Bahagia Aceh Selatan pada tanggal 28 Agustus 2020.

⁵⁹ Hasil wawancara dengan Ibu Nuriah, Penjual Online di Kecamatan Kota Bahagia Aceh Selatan pada tanggal 02 September 2020.

⁶⁰ Hasil wawancara dengan Cida, Penjual Online di Kecamatan Kota Bahagia Aceh Selatan pada tanggal 11 September 2020.

mempromosikan barang dagangannya dengan cepat dan mudah untuk dilakukan”.⁶¹

Peneliti juga melakukan wawancara dengan Alman masyarakat di Kecamatan Kota Bahagia yang sering membeli barang Online. Dikatakan bahwa belanja Online sangat mambantunya dalam mencari barang terlebih dengan Media Online dapat memilih berbagai model barang dengan model yang diinginkannya tanpa harus mengunjungi toko-toko. Cukup menggunakan smartphone yang terhubung dengan internet, maka sudah dapat mencari yang diinginkannya.⁶²

Wawancara lainnya dengan Pelanggan penjual Online di Kecamatan Kota Bahagia yaitu Zulharira, bahwa beliau sangat suka belanja online dikarekan berbelanja secara online ini sangat mudah dilakukan, tidak membutuhkan waktu yang lama. Selain itu barang yang di pasarkan juga di Media Online sudah tertera jelas baik itu dari jenis bahan, ukuran serta harga barang. Sehingga memudahkannya dalam memilih jenis barang tanpa harus keluar rumah untuk mencari barang tersebut.⁶³

Dari hasil wawancara di atas, maka dapat diketahui bahwa Pemanfaatan Media Online Terhadap Pengembangan Usaha Masyarakat sangat membantu para penjual online di Kecamatan Kota Bahagia Aceh Selatan dalam melakukan pemasaran dagangannya. Dengan jangkau wilayah yang sangat luas, cepat, dan mudah untuk dilakukan. Sehingga menjadikan pemasaran dengan metode online

⁶¹ Hasil wawancara dengan Cita, Penjual Online di Kecamatan Kota Bahagia Aceh Selatan pada tanggal 14 September 2020.

⁶² Hasil wawancara dengan Alman, Pelanggan Penjual Online di Kecamatan Kota Bahagia Aceh Selatan pada tanggal 11 September 2020.

⁶³ Hasil wawancara dengan Zulharira, Pelanggan Penjual Online di Kecamatan Kota Bahagia Aceh Selatan pada tanggal 11 September 2020.

ini sangat diminati dan efektif untuk dilakukan bagi penjual online di Kecamatan Bahagia.

C. Faktor Pendukung Dan Penghambat Dalam Pemanfaatan Media Online Terhadap Pengembangan Usaha

Peneliti melakukan wawancara kepada para pelaku usaha online di Kecamatan Kota Bahagia. Hasil wawancara dengan Nurhaidah terdorong melakukan pekerjaan ini karena membutuh uang atau bisa disebut faktor pendorong dalam melakukan penjualan tersebut dikarenakan faktor ekonomi. Nurhaidah juga mengatakan dari pada bekerja di bawah tekanan lebih baik membuka usaha sendiri dikarenakan jiwa pengusaha sudah ditanamkan dari dulu dari ayah dan abang sehingga semangat tersebut turun dan menjadi suatu hobi.⁶⁴

Peneliti juga mewawancarai Nur Laini yang mengatakan faktornya karena mendapatkan uang. Di karenakan selagi memainkan Media Onlinenya ia bisa melakukan pemasaran tersebut untuk mendapatkan penghasilan dari hasil jualan di Media Online.⁶⁵

Hasil wawancara dengan ibu Eliza, yang mengatakan bahwa pada dasarnya coba-mencoba dalam melakukan penjualan online, lama-kelamaan barang yang dipasarkan secara online mendapat orderan yang menjadikan beliau senang melakukannya lagi. Tentunya juga karena kebutuhan ekonomi juga namun karna sering laku beliau menjadi semangat untuk menjual barang secara online.⁶⁶

⁶⁴ Hasil wawancara dengan Nurhaidah, Penjual Online di Kecamatan Kota Bahagia Aceh Selatan pada tanggal 24 Agustus 2020.

⁶⁵ Hasil wawancara dengan Nur Laini, Penjual Online di Kecamatan Kota Bahagia Aceh Selatan pada tanggal 24 Agustus 2020.

⁶⁶ Hasil wawancara dengan Ibu Eliza Agusti, Penjual Online di Kecamatan Kota Bahagia Aceh Selatan pada tanggal 27 Agustus 2020.

Hasil wawancara dengan Miranda yang mengatakan faktor pendorong melakukan penjualan online adalah karena kebiasaan orang-orang sekarang banyak yang menggunakan Media Online sehingga tertarik untuk mencoba melakukannya dan lama-kelamaan barang yang dipasarkan melalui Media Online mendapat banyak pesanan dari hari ke hari. Selain itu, faktor dorongan beliau melakukan penjualan secara online dikarenakan mendapatkan uang (Faktor Ekonomi).⁶⁷

Hasil wawancara dengan Abidah yang terdorong melakukan penjualan online tersebut dikarekan dengan memasarkan barang di Media Online bisa mendapatkan penghasilan dari hasil jualannya di Media Online sehingga dapat memenuhi kebutuhannya.⁶⁸

Hasil wawancara dengan Ibu Nuriah karena mencari uang tambahan untuk kebutuhan keluarga, setidaknya bisa membantu suami juga dan hasilnya lumayan kadang-kadang sehari bisa dapat 200.000, terkadang bisa lebih bisa kurang juga tergantung yang pemesanan barang.⁶⁹

Hasil wawancara dengan Cida mengatakan bahwa salah satu faktornya dikarenakan penjualan secara online mudah dilakukan selain itu penjualan online tersebut dapat menjangkau lebih banyak orang karna Media Online ini tidak terbatas dan cepat.⁷⁰

⁶⁷ Hasil wawancara dengan Miranda, Penjual Online di Kecamatan Kota Bahagia Aceh Selatan pada tanggal 27 Agustus 2020

⁶⁸ Hasil wawancara dengan Abidah, Penjual Online di Kecamatan Kota Bahagia Aceh Selatan pada tanggal 28 Agustus 2020

⁶⁹ Hasil wawancara dengan Ibu Nuriah, Penjual Online di Kecamatan Kota Bahagia Aceh Selatan pada tanggal 27 Agustus 2020.

⁷⁰ Hasil wawancara dengan Cida, Penjual Online di Kecamatan Kota Bahagia Aceh Selatan pada tanggal 11 September 2020.

Hasil wawancara dengan Cita beliau mengatakan jualan secara online itu sangat cocok karena luas, banyak orang-orang yang terhubung ke Media Online, sehingga kita bisa memanfaatkan kesempatan tersebut untuk mempromosikan barang yang kita jual ke Media Online.⁷¹

Selain faktor pendorong peneliti juga menemukan faktor penghambat dalam melakukan penjualan secara online di Kecamatan Kota Bahagia Kabupaten Aceh Selatan.

Peneliti melakukan wawancara dengan Miranda pelaku usaha online di Kecamatan Kota Bahagia, yang mengatakan bahwa hambatan atau kendala dalam penjualan secara online sering didapati seperti ongkos kirim antara penjual dan pembeli lebih mahal ongkosnya dari pada barang yang dijual, kemudian akses internet yang terkadang jaringan susah untuk diakses, kemudian pada metode pembayaran yang terkadang menjadi hambatan ketika konsumen membeli melalui online tanpa tatap muka dan belum kenal sama sekali bisa terjadi ketidak jelasan pesanan tersebut.⁷²

Peneliti melakukan wawancara dengan Nurhaidah yang mengatakan bahwa faktor penghambat dalam melakukan penjualan secara online adalah menghadapi pelanggan yang telah memesan barang lalu barangnya tidak diambil, terkadang didapati juga yang sudah pesan jauh-jauh hari kemudian di cancel.⁷³

⁷¹ Hasil wawancara dengan Cita, Penjual Online di Kecamatan Kota Bahagia Aceh Selatan pada tanggal 14 September 2020.

⁷² Hasil wawancara dengan Miranda, Penjual Online di Kecamatan Kota Bahagia Aceh Selatan pada tanggal 27 Agustus 2020.

⁷³ Hasil wawancara dengan Nurhaidah, Penjual Online di Kecamatan Kota Bahagia Aceh Selatan pada tanggal 24 Agustus 2020.

Hasil wawancara dengan ibu Nuriah faktor hambatan yang terjadi yaitu “barang yang sudah di pesan tidak sesuai dengan kenyataannya sehingga membuat pelanggan tidak puas dengan hasil barang yang telah dipesan sebelumnya. Selain itu kenaikan harga ongkir barang juga menjadi kendala dalam melakukan penjualan, terlebih dimasa pandemic harga ongkos kirim sedikit lebih mahal dari sebelumnya.”⁷⁴

Hasil wawancara dengan Cida yang menjelaskan hambatannya sering terjadi seperti putus komunikasi (*Miss Communication*) dengan pembeli mungkin dikarenakan mereka tidak begitu paham akan cara atau metode dalam melakukan pemesanan barang.⁷⁵

Bedasarkan hasil wawancara di atas, maka dapat diketahui yang menjadi pendukung penjual online di Kecamatan Kota Bahagia tersebut melakukan penjualan secara online dikarenakan faktor ekonomi yang harus dipenuhi. Sejatinnya kebutuhan tersebut memang sudah menjadi dasar bagi setiap orang sehingga tidak dipungkiri bahwa faktor ekonomi tersebut mendorong para pelaku online di Kecamatan Kota Bahagia untuk melakukan penjualan secara online. Tidak hanya itu, faktor lain yang menjadikan para penjual tersebut melakukan penjualan secara online dikarenakan dengan memasarkan barang di Media Online, para penjual tersebut dapat menjangkau wilayah yang jauh sehingga dapat menjangkau orang-orang (*consumer*) tanpa batas.

⁷⁴ Hasil wawancara dengan Ibu Nuriah, Penjual Online di Kecamatan Kota Bahagia Aceh Selatan pada tanggal 02 September 2020.

⁷⁵ Hasil wawancara dengan Cida, Penjual Online di Kecamatan Kota Bahagia Aceh Selatan pada tanggal 11 September 2020.

Sedangkan hambatan dalam melakukan penjualan secara online tersebut yaitu putusnya suatu kontak antara penjual dengan pembeli (*misscomucation*), hambatan lainnya terdapat ongkos kirim (ongkir) yang lebih mahal dari pada barang yang telah di pesan, cancel orderan, gangguan jaringan internet yang kurang memadai dan sering didapatkan hasil barang yang tidak sesuai dengan pesanan sehingga menjadika pelanggan dari penjual online tersebut merasa kurang puas dalam melakukan pemesanan secara online.

D. Media Online Sebagai Sarana Marketing Yang Tergolong Praktis Dan Efisien

Di era modern ini, Media Online mulai digunakan sebagai sarana marketing dalam penjualan dikarenakan metode ini sangat membantu para pengusaha dalam melakukan penjualan, selain cepat, pemasaran secara online ini sangat mudah dilakukan. Penjualan online ini dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja sehingga memudahkan para penjual online di Kecamatan Kota Bahagia untuk melakukan penjualan. Selain itu, memanfaatkan Media Online sebagai pemasaran secara online juga dapat mencakup area wilayah yang sangat luas sampai ke luar daerah sehingga tidak dipungkiri lagi jika pemasaran secara online ini begitu efektif untuk dilakukan oleh penjual online di Kecamatan Bahagia.

Di bab II sudah di jelaskan bahwa Media Online merupakan sarana promosi bisnis yang efektif karena dapat diakses oleh siapa saja, sehingga jaringan promosi bisa lebih luas. Dengan adanya internet dan teknologi canggih, maka bukanlah suatu hal yang sulit untuk menghubungkan antara satu orang

dengan yang lainnya. Selain itu, pemasaran secara online ini tidak perlu harus kesana-kemari untuk bertemu dengan banyak orang untuk mengenalkan dan mempromosikan suatu produk.

Salah satu teknologi internet yang sedang berkembang pesat dan sangat berpotensi untuk mendorong pemasaran adalah Media Sosial. Media Sosial tersebut dapat menghubungkan banyak orang dengan mudah dan gratis.⁷⁶

Hal ini yang dimanfaatkan oleh kalangan pengusaha di Kecamatan Kota Bahagia untuk melakukan penjualan secara online. Dengan modal dari diri sendiri, penjual online tersebut merintis usaha dari nol untuk kebutuhan ekonominya. Dalam membangun sebuah usaha tentunya orang tersebut harus berusaha secara mandiri, dengan kepandaian mengenali produk, menentukan cara produksi, memasarkannya, serta mengatur permodalan operasinya untuk menghasilkan sesuatu yang berniali lebih tinggi.⁷⁷

Para penjual online di Kecamatan Kota Bahagia saat ini melakukan pemasaran secara gencar dan lebih disiplin. Saat melakukan penelitian, peneliti mendapatkan informasi bahwa para penjual online ini mengalami kenaikan atau pesatnya pemesanan barang (orderan) dari konsumen. Sehingga menjadikan para pelaku online tersebut begitu bersemangat dalam melakukan penjualan secara online.

Dari penjelasan di atas terkait Pemanfaatan Media Online Terhadap Pengembangan Usaha Masyarakat Di Kecamatan Kota Bahagia. Maka dapat

⁷⁶ Hari Purwiantoro, *Penggunaan Media Sosial Terhadap Pengembangan Usaha Kecil Menengah (Ukm)*, Vol. 1, hal 1.

⁷⁷ Anang Fermansyah, *Kewirausahaan (Dasar dan Konsep)*, (Jawa Timur: Qiara Media, 2019), hal 2.

diketahui bahwa pemasaran secara online ini sangat membantu atau memudahkan para penjual online di Kecamatan Kota Bahagia dalam melakukan pemasaran barang dagangannya. Menggunakan metode pemasaran secara online, para penjual online tersebut dapat dengan mudah menjangkau para konsumernya dimana saja.

Selain mudah dilakukan, Pemanfaatan Media Online sebagai sarana penjualan juga dapat memberikan informasi yang cepat kepada masyarakat luas. Para penjual online di Kecamatan Kota Bahagia tidak membutuhkan waktu yang lama dalam memasarkan dagangannya dikarenakan dengan memasarkan barang secara online, para pelanggan atau target dari penjual online dapat dengan cepat menerima informasi secara melalui Media Online. Salah satunya dengan memanfaatkan teknologi digital untuk menembus pasar yang lebih luas.⁷⁸

Dengan melakukan pemasaran secara online, penjual online di Kecamatan Kota Bahagia dapat menjangkau area lebih luas sehingga penjual online tersebut dapat menjangkau sampai ke luar wilayah Kecamatan Bahagia, sehingga para penjual online di Kecamatan Bahagia dapat menjangkau pelanggan yang lebih banyak lagi. Dengan Media Online semua terasa begitu praktis, jarak bukan menjadi alasan jika sudah terhubung dengan internet dibandingkan dengan sarana penjualan secara tradisional. Sifat penjualan secara online memungkinkan konsumen memeriksa dan membandingkan produk dengan nyaman. Oleh karena

⁷⁸Rudjito, *Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Sinergi Bisnis*, (Jakarta:Alfabeta.2013), hal 2.

itu, penjualan online memiliki manfaat praktis bagi konsumen dan berkembang cepat bila kepercayaan sudah tumbuh.⁷⁹

Dalam memanfaatkan Media Online terhadap suatu usaha, tentunya para penjual online di Kecamatan Kota Bahagia memiliki suatu tujuan yaitu mengembangkan usahanya. Dengan adanya Media Online sebagai sarana penjualan (*marketing*), Media Online memudahkan penjual online di Kota Bahagia dalam melakukan penjualan dengan menggunakan metode memasarkan dagangannya di Media Online. Media Online yang saat ini menjadi tren anak-anak muda mengekspresikan diri menjadi peluang besar sebagai media promosi bisnis. Media Online seperti Facebook, Instagram, WhatsApp, dan lain sebagainya sekarang banyak dimanfaatkan oleh pedagang untuk media bisnis, baik dari produk-produk yang sudah ternama hingga produk buatan sendiri. Dengan internet para pelaku usaha dapat memberikan efisiensi anggaran pemasaran, internet memiliki jangkauan yang luas, akses mudah dan biaya murah. Hal ini terbukti dengan banyaknya usaha para penjual online yang mencoba menawarkan berbagai macam produk menggunakan Media Online.⁸⁰ Dengan demikian penggunaan Media Online dalam pemasaran sangat membantu penjual online di Kecamatan Kota Bahagia untuk mengembangkan usahanya.

Dari pembahasan di atas, maka dapat diketahui bahwa Pemanfaatan Media Online Terhadap Pengembangan Usaha Masyarakat di Kecamatan Kota Bahagia Aceh Selatan memudahkan penjual online tersebut dalam melakukan

⁷⁹ Ebbert & Griffin, *Pengantar Bisnis Edisi Ke Sepuluh*, (Erlangga:Jakarta, 2014), hal. 375.

⁸⁰ Zainal Abidin Achmad.ddk, *pemanfaatan media sosial dalam pemasaran produk umkm di kelurahan sidokumpul, kabupaten gresik*, jurnal ilmu komunikasi, Vol. 10, No. 1, April 2020, hal 3.

promosi udaha dagangannya. Selain itu, memanfaatkan Media Online sebagai sarana penjualan begitu praktis untuk dilakukan serta pengguna lainnya dapat menerima informasi dengan cepat melalui Media Online tersebut. Melakukan pemasaran dengan menggunakan Media Online, para penjual online di Kecamatan Kota Bahagia degan mudah menjangkau wilayah yang luas sehingga dengan tersebut dapat menjangkau orang-orang lebih banyak lagi guna untuk mengembangkan usaha mereka.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dalam penelitian ini, maka peneliti menarik suatu kesimpulan sebagai berikut:

1. Pemanfaatan Media Online merupakan suatu sarana yang sangat membantu para penjual online di Kecamatan Kota Bahagia. Dengan Media online ini para penjual tersebut dengan mudah memasarkan hasil dagangannya di Media Online, selain praktis Media Online ini dapat menjangkau area yang luas dan tidak terbatas sehingga tidak di pungkiri lagi Media Online ini menjadi sarana yang tepat dalam melakukan penjualan.
2. Faktor ekonomi menjadi alasan pertama bagi penjual online tersebut melakukan penjualan secara online. Selain mudah digunakan, penjualan secara online ini juga mengurangi angka kerugian yang ditanggung oleh penjual sehingga menjadikan para penjual online terdorong dalam melakukan penjualan online tersebut.
3. Faktor penghambat dalam melakukan penjualan online ini adalah saat melakukan interaksi dengan konsumen yang sering kali terjadi *Miss Communication* antara pembeli dengan penjual, ongkos kirim yang tinggi dan hasil yang tidak sesuai menjadi Kendal dalam penjualan online tersebut.

B. Saran

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberi manfaat kepada pembaca sehingga dengan demikian dapat mengembangkan wawasan kita semua terhadap pemanfaatan Media Online sendiri. Penulis berharap semoga kedepannya dengan karya tulis ini, masyarakat khususnya konstumer dari penjual online dapat memberi kepastian kepada para penjual online sehingga tidak terjadinya *Miss Communication* antara penjual dengan pembeli.



Daftar Pustaka

- Achmad. Zainal. Abidin., ddk., *pemanfaatan media sosial dalam pemasaran produk umkm di kelurahan sidokumpul*, Studi Kabupaten Gresik, jurnal ilmu komunikasi, 2020.
- Albi. Aggito, ddk., *Metode Penelitian Kualitatif*, Sukabumi: CV Jejak, 2018.
- Bahri. Syabbul., *Hukum Promosi Produk Dalam Perspektif Hukum Islam*, Jurnal Episteme, 2013.
- Ebbert & Griffin., *Pengantar Bisnis Edisi Ke Sepuluh*, Jakarta: Erlangga, 2014.
- Fermansyah. Anang., *Kewirausahaan (Dasar dan Konsep)*, Jawa Timur: Qiara Media, 2019.
- Kaplan. Andreas M., dan Haenlein. Michael., *Users of the world united The challenges and opportunities of Social Media*. Business Horizons 2010.
- Kasmir., *Kewirausahaan*, Jakarta, PT Rajagrafindo Persada, 2007.
- Mulawarman., dan Nurfitri. Aldila. Dyas., *Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan*, 2017.
- Nasrullah. Rulli., *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi*, Bandung : Remaja Rosdakarya, 2017.
- Nuruddin., *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012.
- Nurjalia., *Pengaruh Media Social Terhadap Prestasi Akademik Mahasiswa Program Studipendidikan Teknologi Informasi Fakultas Tarbyah Dan Keguruan Uin Ar-Raniry*, Skripsi, Banda Aceh: Uin Ar-Raniry, 2018.
- Oetomo. Budi. Sutedjo. Dharma, dkk., *Pengantar Teknologi Informasi Internet; Konsep dan Aplikasi* , Yogyakarta: Andi, 2007.

- Purwidianoro. Hari., *Penggunaan Media Sosial Terhadap Pengembangan Usaha Kecil Menengah (Ukm)*.
- Romli. M., dan Syamsul. Asep., *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online*, Bandung, Nuansa Cendekia, 2012.
- Rudjito., *Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Sinergi Bisnis*, Jakarta: Alfabeta.2013.
- Riadi. Muchlisin., *Pengembangan Usaha (Pengertian, Jenis, Strategi dan Tahapan)* di akses dari <https://www.kajianpustaka.com/2020/03/pengembangan-usaha-pengertian-jenis-strategi-dan-tahapan.html> pada tanggal 2 Januari 2021.
- Salim. Peter., *Kamus Besar Bahasa Indonesia Kontemporer*, Jakarta: Modern English Press, 2002.
- Sugiyono., *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2010.
- Salim. Munir., *Jual Beli Secara Online Menurut Pandangan Hukum Islam*, Al-Daulati, 2017.
- Saiman. Leonardus., *Kewirausahaan*, Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- Yusuf. Muri., *Metode penelitian kualitatif kuantitatif dan penelitian gabungan*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2014.
- <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/37502/1/DESI%20PURNAMA%20SARI-FAH.pdf>. Di akses pada tanggal 29 Juni 2020.
- http://digilib.unhas.ac.id/uploaded_files/temporary/DigitalCollection/YTdmMWIyNWFiYmZhOGNhZWYzM2Q4YzhjNWE3ODZmNzU0NzA2Mzk4Ng==.pdf. Di akses pada tanggal 29 Juni 2020.
- http://digilib.unhas.ac.id/uploaded_files/temporary/DigitalCollection/YTdmMWIyNWFiYmZhOGNhZWYzM2Q4YzhjNWE3ODZmNzU0NzA2Mzk4Ng==.pdf. Di akses pada tanggal 29 Juni 2020.
- <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/4864/1/Nurjalia.pdf>. Di akses pada tanggal 29 Juni 2020.
- <http://digilib.uin-suka.ac.id/27688/>. Di akses pada tanggal 29 Juni 2020.

<http://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab2/2014-2->

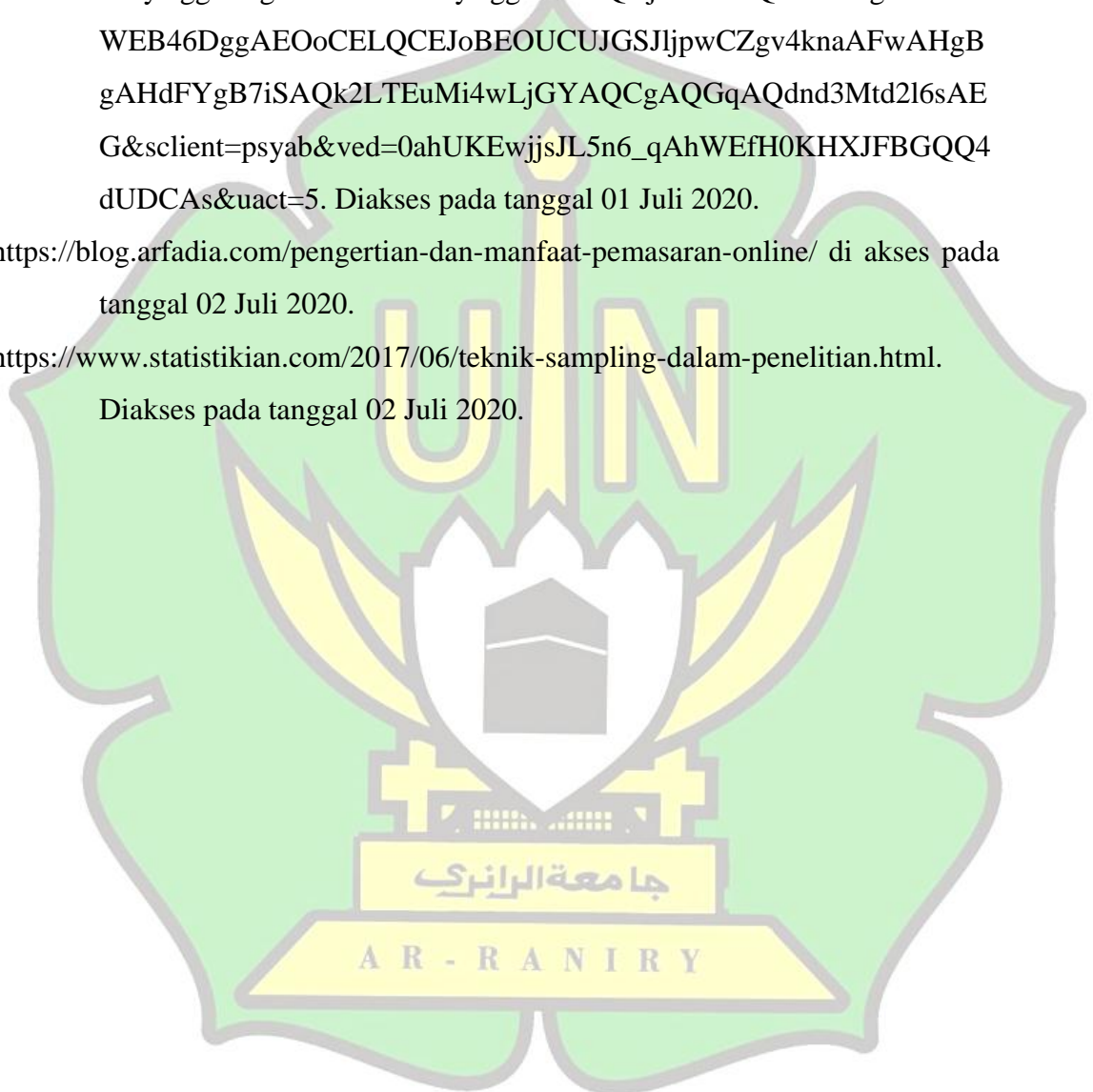
01254AR%20Bab2001.pdf. Diakses pada tanggal 01 Juli 2020.

https://www.google.com/search?safe=strict&ei=YC7XuOAEYT59QPyipGgBg&q=makna+sasaran&oq=makna+sasaran&gs_lcp=CgZwc3ktYWlQAzICC A AyAggAMgYIABAWEb4yBggAEbYQHjIGCAAQFhAeMgYIABA WEB46DggAEOoCELQCEJoBEOUCUJGSJljpWCZgv4knaAFwAHgB gAHdFYgB7iSAQk2LTEuMi4wLjGYAQCgAQGqAQQnd3Mtd2l6sAEG&scient=psyab&ved=0ahUKEwjjJL5n6_qAhWEfH0KHxJFBGQQ4 dUDCAs&uact=5. Diakses pada tanggal 01 Juli 2020.

<https://blog.arfadia.com/pengertian-dan-manfaat-pemasaran-online/> di akses pada tanggal 02 Juli 2020.

<https://www.statistikian.com/2017/06/teknik-sampling-dalam-penelitian.html>.

Diakses pada tanggal 02 Juli 2020.



LAMPIRAN-LAMPIRAN











SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN AR-RANIRY BANDA ACEH
Nomor: B-960/Un.08/FDK/Kp.00.4/2/2020
Tentang

Pembimbing Skripsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Semester Ganjil Tahun Akademik 2019/2020

DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

- Menimbang** : a. Bahwa untuk kelancaran bimbingan Skripsi mahasiswa pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry, maka dipandang perlu menunjuk Pembimbing Skripsi yang dituangkan ke dalam Surat Keputusan Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.
b. Bahwa yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai Pembimbing Skripsi.
- Mengingat** : 1. Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005, tentang Guru dan Dosen;
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi;
4. Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005, tentang Standar Pendidikan Nasional;
5. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009, tentang Dosen;
6. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014, tentang Penyelenggara Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
7. Peraturan Pemerintah Nomor 53 Tahun 2010, tentang Disiplin Pegawai Negeri Sipil;
8. Peraturan Presiden RI Nomor 64 Tahun 2013, tentang Perubahan IAIN Ar-Raniry Banda Aceh menjadi UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
9. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 12 Tahun 2014, tentang organisasi dan tata kerja UIN Ar-Raniry;
10. Keputusan Menteri Agama No. 89 Tahun 1963, tentang Penetapan Pendirian IAIN Ar-Raniry;
11. Keputusan Menteri Agama No. 153 Tahun 1968, tentang Penetapan Pendirian Fakultas Dakwah IAIN Ar-Raniry;
12. Keputusan Menteri Agama Nomor 40 tahun 2009 tentang Statuta IAIN Ar-Raniry;
13. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry No. 01 Tahun 2015 tentang Pendelegasian Wewenang kepada Dekan dan Direktur PPs dalam Lingkungan UIN Ar-Raniry;
14. DIPA UIN Ar-Raniry Nomor: 025.04.2.423925/2020, Tanggal 12 November 2019.

MEMUTUSKAN

Menetapkan : Surat Keputusan Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry sebagai Pembimbing Skripsi Mahasiswa

Pertama : Menunjuk Sdr. 1). Drs. Mahlii, MA Sebagai Pembimbing UTAMA
2). Khairul Habibi, M.Ag Sebagai Pembimbing KEDUA

Untuk membimbing KKKU Skripsi:

Nama : Nelly Junaidi

NIM/Jurusan : 160404060/ Pengembangan Masyarakat Islam (PMI)

Judul : Pemanfaatan Media Online Terhadap Pengembangan Usaha Masyarakat di Kecamatan Kota Bahagia-Aceh Selatan.

Kedua : Kepada Pembimbing yang tercantum namanya di atas dibenarkan honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Ketiga : Pembiayaan akibat keputusan ini dibebankan pada dana DIPA UIN Ar-Raniry Tahun 2020.

Keempat : Segala sesuatu akan diubah dan ditetapkan kembali apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan di dalam Surat Keputusan ini.

Kutipan : Surat Keputusan ini dibenarkan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di: Banda Aceh
Pada Tanggal: 28 Februari 2020
4 Rajab 1441 H



- Tembusan:**
1. Rektor UIN Ar-Raniry.
2. Kabag. Keuangan dan Akuntansi UIN Ar-Raniry.
3. Pembimbing Skripsi.



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telepon : 0651- 7557321, Email : uin@ar-raniry.ac.id

Nomor : B.1883/Un.08/FDK.I/PP.00.9/07/2020
Lamp :-
Hal : **Penelitian Ilmiah Mahasiswa**

Kepada Yth,
Kepada Camat Kota Bahagia

Assalamu'alaikum Wr.Wb.
Pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry dengan ini menerangkan bahwa:

Nama/NIM : **Nelly Junaidi / 160404060**
Semester/Jurusan : VIII / Pengembangan Masyarakat Islam
Alamat sekarang : Jalan Inong Balee Darussalam Banda Aceh

Saudara yang tersebut namanya diatas benar mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi bermaksud melakukan penelitian ilmiah di lembaga yang Bapak pimpin dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul **Pemanfaatan Media Online Terhadap Pengembangan Usaha Masyarakat di Kecamatan Kota Bahagia-Aceh Selatan**

Demikian surat ini kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami mengucapkan terimakasih.

Banda Aceh, 07 September 2020

an. Dekan

Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan,



A R - R

Berlaku sampai : 31 Desember
2020

Drs. Yusri, M.L.I.S.



**PEMERINTAH KABUPATEN ACEH SELATAN
KECAMATAN KOTA BAHAGIA**

كچماتن كوتا بها كبا

Jln. T.R. Angkasah No. 1 Bukit Gadeng Kode Pos 23773

SURAT KETERANGAN

Nomor : A/33 4 /145 /2020

Camat Kecamatan Kota Bahagia dengan ini menerangkan:

Nama : Nelly Junaidi
Nim : 160404060
Fak.Prodi : FDK Uin Ar-Raniry/Pengembangan Masyarakat Islam
Alamat : Gampong Ujong Tanah Kecamatan Kota Bahagia

Benar telah melakukan penelitian di Kecamatan Kota Bahagia pada tanggal 24 Agustus s/d 14 September 2020 dalam rangka penyelesaian Skripsi yang berjudul "Pemanfaatan Media Online Terhadap Pengembangan Usaha Masyarakat di Kecamatan Kota Bahagia-Aceh Selatan.

Demikian surat ini kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami mengucapkan terimakasih.

Bukit Gadeng, 23 September 2020

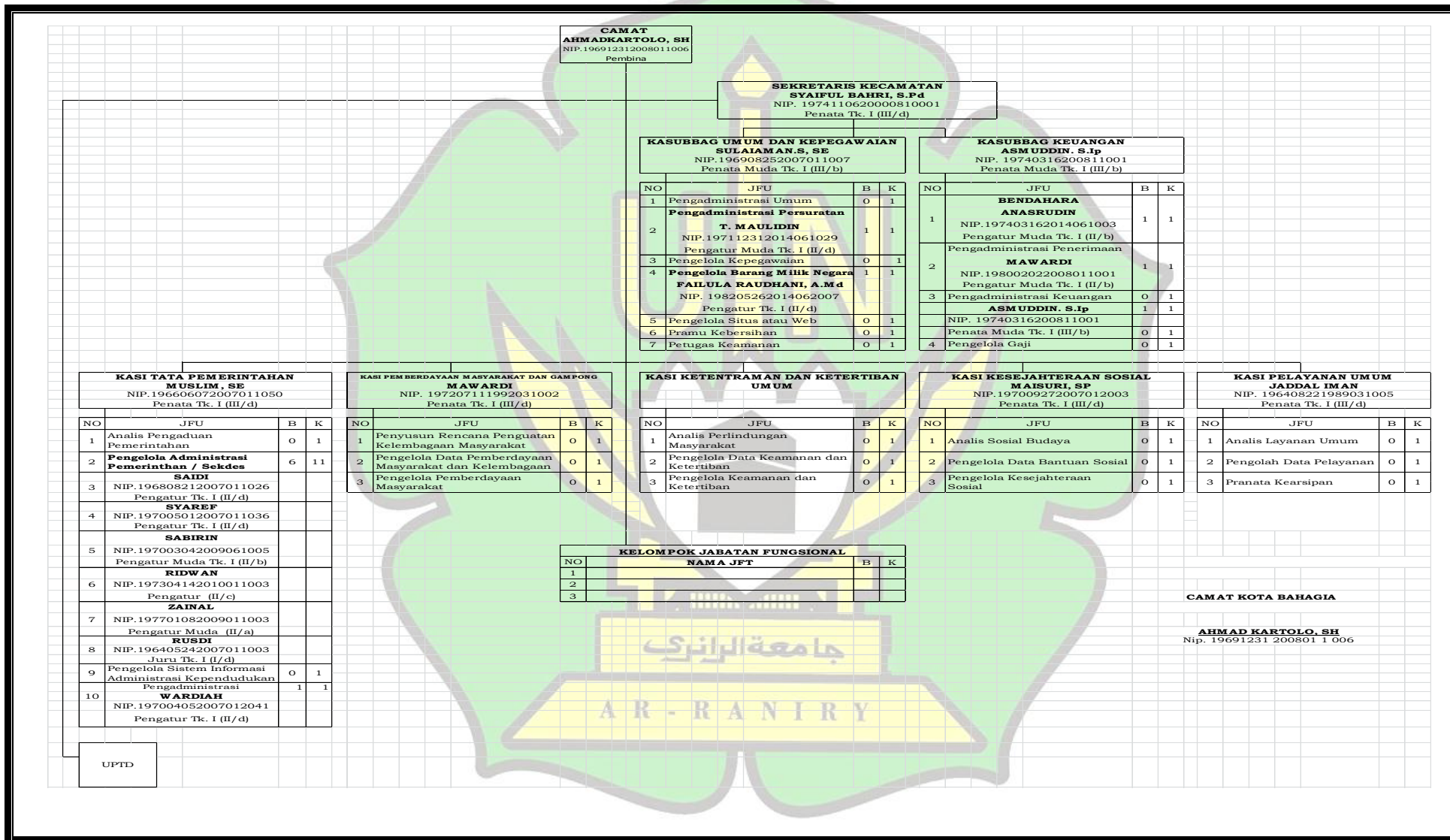
Camat Kota Bahagia

PEMERINTAH KABUPATEN ACEH SELATAN
KECAMATAN KOTA BAHAGIA

AHMAD KARTOLO, SH

NIP : 19691231 200801 1 006

Bagan Struktur Organisasi Kecamatan Kota Bahagia



From wawancara dengan narasumber/penjual online di Kecamatan Kota Bahagia-Aceh Selatan.

1. Apa pendapat anda tentang Pemanfaatan Media Online sebagai sarana marketing dalam penjualan usaha?
2. Bagaimana manfaat Media Online sebagai marketing penjualan?
3. Apa yang menjadi faktor pendukung/pendorong anda melakukan penjualan secara online?
4. Apa kendala atau hambatan dalam melakukan penjualan secara online?
5. Berapa lama anda melakukan penjualan secara online ini?
6. Berapa unit barang yang dapat anda jual dalam sehari?
7. Berapa pendapatan yang anda dapatkan dari penjualan secara online ini?

