

**PENGGUNAAN SOSIAL MEDIA DALAM USAHA JUAL BELI BERBASIS
OLINE PERSPEKTIF ISLAM (STUDI KASUS WARUNG MAKAN MAS
JOKO JL. SULTAN ALAUDDIN KECAMATAN TAMALATE PADA
MASA PANDEMI COVID-19)**

SKRIPSI



NUR WAHYUNI
NIM: 105741100817

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2022**

HALAMAN JUDUL

PENGGUNAAN SOSIAL MEDIA DALAM USAHA JUAL BELI BERBASIS OLINE PERSPEKTIF ISLAM (STUDI KASUS WARUNG MAKAN MAS JOKO JL. SULTAN ALAUDDIN KECAMATAN TAMALATE PADA MASA PANDEMI COVID-19)



Diajukan sebagai salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan studi pada Program Studi Strata 1 Ekonomi Islam

05/02/2022

1 orang
Smb. Alumnus

R/0003/EK1/2200
WAH
P

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR

2022

MOTTO

Sesulit apapun tantangan yang dihadapi
selalu ada jalan keluar untuk meraih impian.

"Man Jadda Wajada"

Siapa yang bersungguh-sungguh akan berhasil



Skripsi Penggunaan Sosial Media Dalam Usaha Jual Beli Berbasis *Online* Perspektif Islam (Studi Kasus Warung Makan Mas Joko Jl. Sultan Alauddin Kecamatan Tamalate Pada Masa Pandemi Covid-19) kupersembahkan untuk Orang tuaku tercinta Bapak Sabaruddin dan Ibu Rahmatia, keduanya yang membuat segalanya menjadi mungkin sehingga saya bisa sampai pada tahap di mana skripsi ini akhirnya selesai. Terima kasih atas segala pengorbanan, nasihat dan doa baik yang tidak pernah bementi kalian berikan kepadaku dan adikku serta keluarga besarku tersayang yang senantiasa memberi dukungan moral. Dan terima kasih yang telah engkau berikan semoga diberi kesehatan dan panjang umur agar dapat memahami langkah kecilkku dan adik-adikku tercinta menuju kesuksesan. Dan untuk almamater biru kebanggaanku.



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITASMUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. 7/8/9/10 Telp. (0411) 866972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Penggunaan Sosial Media Dalam Usaha Jual Beli Berbasis *Online* Perspektif Islam (Studi Kasus Warung Makan Mas Joko Jl. Sultan Alauddin Kecamatan Tamalate Pada Masa Pandemi Covid-19)

Nama Mahasiswa : Nur Wahyuni
No. Stambuk/NIM : 105741100817
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa skripsi ini telah diteliti, diperiksa dan diujikan didepan panitia penguji skripsi strata satu (S1) pada tanggal 29 Januari 2022 di Menara Iqra Lt.7 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 2 Rajab 1443 H
3 Februari 2022 M

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. H. Muchran BL, SE., MS
NIDN : 0024085601

Sri Wahyuni, SE., M.E
NIDN : 0929088901

Mengetahui

Dekan

Ketua Prodi

Dr. H. Andi Jam'an, SE., M.Si
NBM : 651 507

Dr. H. Muhammad Najib Kasim, S.E., M.Si
NBM : 861013



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITASMUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. 7/8/9/10 Telp. (0411) 866972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi atas Nama: Nur Wahyuni, Nim: 105741100817 diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Nomor: 001/SK-Y/60202/091004/2022, Tanggal 26 Jumadil Akhir 1443 H/29 Januari 2022 M. Sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 1 Rajab 1443 H
2 Februari 2022 M

PANITIA UJIAN

- | | | |
|--------------------|---|---|
| 1. Pengawas Umum : | Prof Dr. H. Ambo Asse, M.Ag
(Rektor Unismuh Makassar) |  |
| 2. Ketua : | Dr. H. Andi Jam'an, SE., M.Si
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis) |  |
| 3. Sekretaris : | Agusdiwana Suarni, SE., M.Acc
(WD 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis) |  |
| 4. Penguji | 1. Dr. Agus Salim HR, SE., M.M
2. Dr. H. Muhammad Najib Kasim, S.E., M.Si
3. Dr. Idham Khalid, S.E., M.M
4. Dr. Sulaeman Masnan, S.Pd., M.Pd.I |  |

Disahkan Oleh,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar


Dr. H. Andi Jam'an, SE., M.Si
NBM: 651507



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITASMUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. 7/8/9/10 Telp. (0411) 866972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Wahyuni
Stambuk/NIM : 105741100817
Program Studi : Ekonomi Islam
Judul Skripsi : Penggunaan Sosial Media Dalam Usaha Jual Beli Berbasis Online Perspektif Islam (Studi Kasus Warung Makan Mas Joko Jl. Sultan Alauddin Kecamatan Tamalate Pada Masa Pandemi Covid-19).

Dengan ini menyatakan bahwa:

Skripsi Yang Saya Ajukan di depan Tim Penguji adalah ASLI Hasil Karya Sendiri, Bukan Hasil Jiplakan dan Tidak Dibuat Oleh Siapa pun.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar.

Makassar, 1 Rajab 1443 H
2 Februari 2022 M

Yang Membuat Pernyataan,


Nur Wahyuni
105741100817

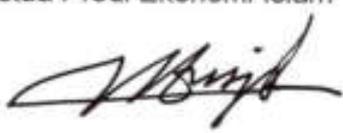

Diketahui Oleh:

Dekan

Ketua Prodi Ekonomi Islam


Dr. H. Andi Jam'an, SE., M.Si

NBM : 651 507


Dr. H. Muhammad Najib Kasim, S.E., M.Si

NBM : 861013

**HALAMAN PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR**

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Makassar, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Wahyuni
NIM : 105741100817
Program Studi: Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Makassar **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non exclusive Royalty Free Right)** atas Karya Ilmiah saya yang berjudul:

"Penggunaan Sosial Media Dalam Usaha Jual Beli Berbasis *Online* Perspektif Islam (Studi Kasus Warung Makan Mas Joko Jl. Sultan Alauddin Kecamatan Tamalate Pada Masa Pandemi Covid-19)"

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Makassar berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Makassar, 3 Februari 2022

Yang Membuat Pernyataan,



Nur Wahyuni

NIM:105741100817

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji dan syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hamba-Nya. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Merupakan nikmat yang tiada ternilai manakala penulisan skripsi yang berjudul "Penggunaan Sosial Media Dalam Usaha Jual Beli Berbasis *Online* Perspektif Islam (Studi Kasus Warung Makan Mas Joko Jl Sultan Alauddin Kecamatan Tamalate Pada Masa Pandemi Covid-19)".

Skripsi yang penulis buat ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Tenstimewa dan terutama penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada kedua orang tua penulis bapak Sabaruddin dan Ibu Rahmatia yang senantiasa memberi harapan, semangat, perhatian, kasih sayang dan doa tulus. Dan saudara-saudaraku tercinta yang senantiasa mendukung dan memberikan semangat hingga akhir studi ini. Dan seluruh keluarga besar atas segala pengorbanan, serta dukungan baik materi maupun moral, dan doa restu yang telah diberikan demi keberhasilan penulis dalam menuntut ilmu. Semoga apa yang telah mereka berikan kepada penulis menjadi ibadah dan cahaya penerang kehidupan di dunia dan di akhirat.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Begitu pula penghargaan yang setinggi-tingginya dan terima kasih banyak disampaikan dengan hormat kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Bapak Dr. Andi Jam'an, SE., M.Si Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Dr. H. Muhammad Najib Kasim, SE., M. Si selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak Dr. H. Muchran BL-SE., MS, selaku Pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga Skripsi selesai dengan baik.
5. Ibu Sri Wahyuni, SE., M.E, selaku pembimbing II yang telah berkenan membantu selama dalam penyusunan skripsi hingga ujian skripsi.
6. Bapak/Ibu Dosen dan Asisten/konsultan Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang tak kenal lelah banyak menuangkan ilmunya kepada penulis selama mengikuti kuliah.
7. Segenap Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
8. Mudah-mudahan Skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak utamanya kepada Almamater tercinta Kampus Biru Universitas Muhammadiyah Makassar.

Nashrun min Allahu wa Fathun Karien, Billahi fii Sabilii Haq, Fatbiqul Khairat,

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Makassar, 16 Rabiul Akhir 1443 H
20 November 2021 M

Penulis,

Nur Wahyuni
105741100817



ABSTRAK

NUR WAHYUNI, 2022. "Penggunaan Sosial Media Dalam Usaha Jual Beli Berbasis *Online* Perspektif Islam (Studi Kasus Warung Makan Mas Joko Jl Sultan Alauddin Kecamatan Tamalate Pada Masa Pandemi Covid-19)". Skripsi Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Dr. H. Muchran BL, SE., MS. dan Sri Wahyuni, SE., M.E.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perspektif islam terhadap penggunaan sosial media dalam usaha jual beli *online*, untuk mengetahui dampak pemasaran *online* di era Covid-19 yang dihadapi oleh usaha warung makan Mas Joko Penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan menggunakan metode kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perspektif islam terhadap penggunaan sosial media dalam usaha jual beli *online* bahwa jual beli *online* berdasarkan Al-Qur'an dimana jual beli *online* merupakan salah satu bentuk muamalah, dalam hal ini kejujuran dalam transaksi ekonomi syariah merupakan bagian yang sangat penting. Dimana seorang pedagang harus jujur, dilandasi oleh keinginan agar orang lain mendapatkan kebaikan dan kebahagiaan seperti dengan menjelaskan kondisi cacat suatu barang dagangan yang diketahuinya dan yang tidak terlihat oleh pembeli sehingga penjualan dalam transaksi jual beli dilakukan secara *online* telah memenuhi akad (perjanjian). penjualan yang dilakukan secara *online* sangat membantu penghasilan warung makan Mas Joko selama masa pandemi Covid-19. Adapun dampak pemasaran *online* di era Covid-19 yang dihadapi oleh usaha warung makan Mas Joko berkurangnya penghasilan sekitar 70% yang dikarenakan kurangnya pengunjung yang disebabkan kampus yang dekat dengan warung di tutup.

Kata kunci: Dampak Covid-19, Penggunaan Sosial Media dan Jual Beli.

ABSTRAK

NUR WAHYUNI, 2022. *"The Use of Social Media in an Online Trading-Based Business with an Islamic Perspective (A Case Study of Mas Joko's Warung Makan on Jl Sultan Aiauddin, Tamalate District During the Covid-19 Pandemic)", Thesis of the Islamic Economics Study Program, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Makassar. Supervised by Dr. H. Muchran BL, SE., MS., and Sri Wahyuni, SE., M.E.*

This study aims to determine the Islamic perspective on the use of social media in online buying and selling businesses, to determine the impact of online marketing in the Covid-19 era faced by Mas Joko's food stall business. This research is a field research using qualitative methods. Data collection was done by interview, observation, and documentation.

The results show that the Islamic perspective on the use of social media in online buying and selling that online buying and selling is based on the Qur'an where online buying and selling is a form of muamalah, in this case honesty in sharia economic transactions is a very important part. Where a trader must be honest, based on the desire for other people to get goodness and happiness such as by explaining the defective condition of a merchandise that he knows and which is not visible to the buyer so that sales in buying and selling transactions are carried out online. has fulfilled the contract (agreement). Sales made online are very helpful for Mas Joko's food stall income during the Covid-19 pandemic. The impact of online marketing in the Covid-19 era faced by Mas Joko's food stall business decreased by around 70% due to a lack of visitors due to the closing of campuses close to the stalls.

Keywords: *Impact of Covid-19, Use of Social Media and Buying and Selling.*

DAFTAR ISI

	Halaman
SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI YUGAS AKHIR	vii
KATA PENGANTAR	x
ABSTRAK	xi
ABSTRAK	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Tinjauan Teori.....	6

1. Jual Beli	6
a. Pengertian Jual Beli	6
b. Jual Beli Dalam Perspektif Islam	7
c. Macam-macam jual beli	9
d. Rukun jual beli.....	10
2. Jual Beli <i>Online</i>	11
a. Pengertian Jual Beli <i>Online</i>	11
b. Jual Beli <i>Online</i> Dalam Perspektif Islam	12
c. Tempat Jual Beli <i>Online</i>	13
d. Jenis Transaksi Jual Beli <i>Online</i>	14
e. Perbedaan Jual Beli <i>Online</i> dan <i>Offline</i>	15
3. Sosial Media	16
a. Pengertian Sosial Media	16
b. Konsep Sosial Media	17
c. Media <i>Online</i>	17
d. Kelebihan dan kekurangan Media <i>Online</i>	18
4. Covid-19	19
5. Usaha Rumah Makan	21
6. Sejarah Gojek Indonesia	22
a. Pengertian Gojek	22
b. Akad dalam layanan Go-food	22
B. Tinjauan Empiris	23
C. Kerangka Konsep	27

BAB III METODE PENELITIAN.....	29
A. Jenis Penelitian.....	29
B. Fokus Penelitian.....	29
C. Lokasi Penelitian.....	29
D. Sumber Data.....	29
E. Teknik Pengumpulan Data.....	30
F. Instrumen Penelitian.....	32
G. Teknik Analisis Data.....	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	34
A. Gambran Umum Warung Makan Mas Joko.....	34
B. Hasil Penelitian.....	36
C. Pembahasan.....	44
BAB V PENUTUP.....	49
A. Kesimpulan.....	49
B. Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA.....	51
LAMPIRAN.....	53

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Dampak Positif dan Dampak Negatif Terhadap Belanja Go food	21
Table 3.1 Data Informan	31
Tabel 4.1 Daftar Menu dan Harga Warung Makan Mas Joko.....	35
Table 4.2 Omzet Pendapatan Warung Makan Mas Joko.....	39



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konsep.....	28
Gambar 4.1 Perbandingan Kondisi Usaha Sebelum Pandemi dan saat Pandemi.....	40



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Penelitian Terdahulu	54
Lampiran 2 Pedoman Wawancara	58
Lampiran 3 Transkrip	59
Lampiran 4 Reduksi	61
Lampiran 5 Surat Izin Penelitian	63
Lampiran 6 Dokumentasi Wawancara	64



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi saat ini perkembangan teknologi yang semakin modern dengan telah lahirnya berbagai teknologi seperti ponsel pintar, *gadget*, dan barang sejenis lainnya. Apalagi, kemajuan dunia komunikasi tak lepas dari kemampuan internet dan sosial media. Sosial media memungkinkan orang untuk berkomunikasi satu sama lain, memperoleh informasi, bertemu langsung, dan memperluas peluang bisnis dengan meningkatkan kualitas dan kuantitas. Pengguna kini dapat menggunakannya dalam bidang perdagangan atau jual beli, selain untuk berkomunikasi dan bertukar informasi. Manusia tidak akan pernah bisa hidup tanpa jual beli dalam kesehariannya. Kemudahan bertransaksi dapat dicapai dengan bantuan teknologi.

Berbeda dengan penjualan tradisional, sosial media telah berkembang menjadi kebutuhan yang selalu membuat bisnis kita lebih mudah. Selain manfaat tambahan, sosial media berdampak pada semua sektor. Sosial media merupakan sarana untuk sosialisasi dan interaksi, serta menarik orang lain untuk menonton dan mengunjungi link yang berisi informasi produk, dan juga dapat dimanfaatkan sebagai media pemasaran yang paling sederhana dan paling murah. Inilah yang pada akhirnya menarik para pelaku bisnis, serta dimanfaatkan sebagai alat pemasaran interaktif, layanan, alat untuk menciptakan komunikasi dengan klien dan prospek, dan platform untuk menjual dan membeli barang secara online.

Jual beli *online* sesuai syariah dijelaskan, menurut Isnawati. Jual Beli *Online* adalah transaksi dimana dua pihak melakukan negosiasi dan transaksi jual beli tanpa bertemu secara langsung, dengan menggunakan sarana komunikasi seperti *Chat, Telepon, SMS, Web*, dan sebagainya. Kegiatan jual beli diperbolehkan dalam Islam, asalkan dilakukan dengan tepat dan sesuai dengan ajaran Islam. Kegiatan jual beli dibatasi dalam ajaran Islam, dengan kegiatan tertentu diperbolehkan dan lainnya dilarang. (Inews.id, 2021).

Jual beli, sewa menyewa, upah, pinjam meminjam, bertani, berserikat, dan kegiatan lainnya adalah contoh dari muamalah. Khususnya usaha rumah makan, tidak semuanya mampu bertahan lama, sebagian besar usaha tersebut bangkrut karena berbagai masalah, termasuk manajemen yang masih sederhana, kurangnya modal operasional, dan kehilangan konsumen. Kondisi yang paling sulit adalah mempertahankan pelanggan yang setia pada produk penjual. Ini dikenal sebagai loyalitas pelanggan. (Joko Winarto, 2010).

Untuk mencegah kehilangan salah satu pihak, maka jual beli harus dilakukan secara jujur, tanpa adanya penipuan, paksaan, kesalahan, atau faktor lain yang dapat menimbulkan perbedaan pendapat, kekecewaan, atau alasan penyesalan bagi kedua belah pihak; kedua belah pihak harus memenuhi hak dan kewajibannya. sebagai berikut: pemasok menyerahkan produk, sedangkan konsumen menyerahkan uang sebagai pembayaran. (Shobirin, 2015). Hal lain yang perlu diperhatikan adalah hendaklah dilakukan penulisan dari transaksi tersebut. Sebagaimana firman Allah SWT:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدِينٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى وَلِيُكْتَبَ أَكْثَرُهُكُمْ بِالْعَدْلِ

Terjemahnya:

"Hai orang-orang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya, dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar". (QS. Al-Baqarah/ 282).

Jelas dari ayat diatas penjual dan pembeli memiliki hak dan kewajiban yang harus dipenuhi oleh kedua belah pihak.

Pada bulan Desember tahun ini, sebuah virus baru muncul di permukaan planet. Dimulai di Wuhan, Cina. Coronaviruses (Cov) adalah virus yang menginfeksi sistem pernapasan, menurut Organisasi Kesehatan Dunia (WHO). Covid-19 adalah nama virus yang menyebabkan penyakit ini. Virus corona menyebar dengan cepat, sekarang, 188 negara telah mengkonfirmasi bahwa mereka telah terinfeksi. Indonesia salah satunya. Virus corona saat ini menjadi fokus perhatian di setiap sudut dunia. Wabah virus telah berdampak signifikan pada ekonomi sejumlah negara. Dengan jumlah pasien yang bertambah dari hari ke hari, beberapa negara telah memberlakukan batasan aktivitas atau aturan "lockdown". Peraturan ini juga telah disahkan oleh sejumlah gubernur Indonesia yang diistilahkan dengan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) guna mencegah bertambahnya pasien virus corona. (Royan Jaiuseta Anugrah, 2020).

Karena wabah Covid-19, semua karyawan terpaksa bekerja dari rumah. Perusahaan tempat mereka bekerja banyak yang memberhentikan mereka. Begitu banyak orang mencoba mencari cara untuk menjual untuk mencari nafkah. Mulailah dengan berjualan makanan, pakaian, atau masker kain yang semuanya sangat

dibutuhkan saat ini. Segalanya menjadi lebih sulit akibat pandemi. Internet adalah salah satu sekutu kami. Untungnya, teknologi internet telah menjadi penolong utama dalam pemasaran produk. Kehadiran sosial media adalah salah satunya. Selain tidak perlu khawatir memiliki kehadiran fisik untuk penjualan, penggunaan sosial media saat ini berada pada titik tertinggi sepanjang masa. Baik untuk *networking*, berjualan, perdagangan, dan lainnya. Maka kita harus memanfaatkan kesempatan ini sebaik-baiknya, baik secara pribadi maupun profesional (Khrisna Hadiwinata, Hudriyah Mundzir, Shohib Muslim, 2020). Berdasarkan dari uraian latar belakang masalah tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Penggunaan Sosial Media Dalam Usaha Jual Beli Berbasis *Online* Perspektif Islam (Studi Kasus Warung Makan Mas Joko Jl Sultan Alauddin Kecamatan Tamalate Pada Masa Pandemi Covid-19)".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini ialah:

1. Bagaimana perspektif islam terhadap penggunaan sosial media dalam usaha jual beli *online*?
2. Bagaimana dampak pemasaran *online* di era Covid-19 yang dihadapi oleh usaha warung makan Mas Joko?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui perspektif islam terhadap penggunaan sosial media dalam usaha jual beli *online*

2. Untuk mengetahui dampak pemasaran *online* di era Covid-19 yang dihadapi oleh usaha warung makan Mas Joko.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai Dampak Covid-19 Terhadap Penggunaan Sosial Media Dalam Usaha Jual Beli Berbasis *Online* Menurut Perspektif Islam.

2. Manfaat Praktisi

Sebagai sumber pedoman atau rekomendasi bagi para praktisi manajemen yang menjalankan usahanya, khususnya yang berkaitan dengan pokok bahasan kajian pemasaran Warung Makan Mas Joko di Media Sosial Dalam Bisnis Jual Beli Berbasis Online Dalam Perspektif Islam.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teori

1. Jual beli

a. Pengertian jual beli

Jual beli atau *bay'u* adalah sesuatu kegiatan tukar-menukar barang dengan barang yang lain dengan cara tertentu baik dilakukan dengan menggunakan akad maupun tidak menggunakan akad. Intinya, antara penjual dan pembeli telah mengetahui masing-masing bahwa transaksi jual-beli telah berlangsung dengan sempurna. Penukaran itu dilakukan karena ada manfaat yang diambil dari barang tersebut dan alat tukarnya pun dianggap sesuatu yang bernilai atau berharga. Jual beli merupakan perbuatan halal dalam agama Islam sebagaimana firman Allah SWT dalam surah Al-baqarah/ 2 : 275) yang berbunyi :

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Terjemahnya:

Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.

Mengapa riba haram? Karena ia tidak sesuai dengan prinsip Islam yang menyuruh umatnya untuk menolong sesama umat untuk bersikap pamrih. Sebab, tindakan riba secara tidak langsung memberikan kesenangan dan kerelaan itu secara timbal balik. Islam juga menginginkan hidup ini dengan cara sosial dan berbudaya yang dilandaskan kepada tatanan moral.

Ayat di atas secara umum tapi tegas memberikan gambaran tentang hukum kehalalan jual beli dan keharaman riba. Allah swt, tegas menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Meskipun keduanya jual beli maupun riba sama-sama mencari keuntungan ekonomi, namun terdapat perbedaan yang mendasar dan signifikan terutama dari sudut pandang cara memperoleh keuntungan disamping tanggung jawab risiko kerugian yang kemungkinan timbul dari usaha ekonomi itu sendiri. (Nurhayati, Ali Imran Sinang, 2018: 167).

b. Jual Beli Dalam Perspektif Islam

Jual beli dalam islam dapat diartikan dengan tukar menukar harta dengan cara tertentu yang bermanfaat (syaifullah, 2014). Harta yang dimaksud adalah materi atau manfaat. Manfaat dari suatu benda dapat diperjual belikan. Jual beli merupakan transaksi di dalamnya terdapat dua unsur yaitu jab dan qabul. Melakukan kegiatan jual beli, sesama umat manusia dapat saling tolong menolong yang sangat dianjurkan dalam islam. (Firman Allah SWT dalam surah An-Nisa/ 4 : 29) berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ
وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Terjemahnya:

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 kepada.

Dari ayat Al Qur'an yang dikemukakan di atas dapat dipahami bahwa jual beli merupakan pekerjaan yang halal dan mulia. Apabila pelakunya jujur, maka kedudukannya di akhirat nanti setara dengan para nabi, syuhada, dan shiddiqin. Kejujuran dalam bertransaksi dalam perspektif Islam merupakan elemen prinsip yang sangat penting. Dimana seorang pedagang harus bertaku jujur, dilandasi keinginan agar orang lain mendapatkan kebaikan dan kebahagiaan sebagaimana ia menginginkannya dengan cara menjelaskan kecacatan suatu barang dagangan yang dia ketahui dan yang tidak terlihat oleh pembeli.

Berbagai ulama madzhab juga mendefinisikan jual beli, meskipun terdapat perbedaan namun substansi dan tujuan masing-masing definisi sama. Ulama Hanafiah menjelaskan bahwa jual beli adalah menukarkan benda dengan dua mata uang yaitu emas dan perak dan semacamnya. Tukar menukar barang dengan uang atau semacamnya menurut cara yang khusus bahwa jual beli harus melalui jab (ungkapan membeli dari pembeli) dan qabul (pernyataan menjual dari penjual), atau boleh melalui saling memberikan barang dan harga dari penjual dan pembeli. Akan tetapi harta yang diperjual belikan haruslah yang bermanfaat bagi manusia. Apabila jenis-jenis barang yang tidak memiliki manfaat tetap diperjual belikan, maka jual belinya tidak sah. (Achmad Zurohman, Eka Rahayu, 2019).

Beberapa definisi di atas dapat diketahui bahwa secara garis besar jual beli adalah suatu perjanjian tukar menukar barang atau benda yang memiliki nilai secara ridha di antara kedua belah pihak. Salah satu pihak

menerima benda dan pihak lainnya menerima uang sebagai kompensasi barang, serta dipertukarkan dengan alat ganti yang dapat dibenarkan sesuai dengan perjanjian dan ketentuan yang telah dibenarkan syara' dan disepakati. Islam mempertegas legalitas dan keabsahan jual beli secara umum, serta menolak dan melarang konsep riba. (Salim, 2017).

c. Macam-macam Jual Beli

Jual beli dapat ditinjau dari beberapa segi. Ditinjau dari segi hukumnya, jual beli ada dua macam, jual beli yang sah menurut hukum dan batal menurut hukum, dari segi objek jual beli dan segi pelaku jual beli.

Menurut pendapat Imam Taqiyuddin bahwa jual beli ada tiga macam yaitu:

- 1) Jual beli benda yang kelihatan ialah pada waktu melakukan akad jual beli benda atau barang yang dipenjual belikan ada di depan penjual dan pembeli. Hal ini lazim dilakukan masyarakat banyak dan boleh melakukan banyak dan boleh dilakukan, seperti membeli beras di pasar.
- 2) Jual beli yang disebutkan sifat-sifatnya dalam perjanjian ialah jual beli salam (pesanan). Menurut kebiasaan para pedagang, salam adalah untuk jual beli yang tidak tunai (kontan), salam pada awalnya berarti meminjamkan barang atau sesuatu yang seimbang dengan harga tertentu, maksudnya ialah perjanjian yang penyerahan barang-barangnya ditangguhkan hingga masa tertentu, sebagai imbalan harga yang telah ditetapkan ketika akad.

3) Jual beli benda yang tidak ada serta tidak dapat dilihat ialah jual beli yang dilarang oleh agama Islam karena barangnya tidak tentu atau masih gelap sehingga dikhawatirkan barang tersebut diperoleh dari curian atau barang titipan yang akibatnya dapat menimbulkan kerugian salah satu pihak. (Hendi Suhendi, 2002).

d. Rukun jual beli

Menurut Hendi Suhendi rukun jual beli ada empat yaitu:

1) Ada orang yang berakad (penjual dan pembeli).

Kegiatan jual beli akan menjadi sah apabila ada penjual dan pembeli, oleh karena itu apabila hendak melakukan kegiatan jual beli sebaiknya ada penjual dan pembeli agar tidak ada keraguan dari kedua belah pihak.

2) Ada *shighat* (lafal ijab dan kabul).

Shighat dalam jual beli adalah ucapan antara pembeli dan penjual yang berarti persetujuan antara kedua belah pihak untuk menyerahkan barang yang mereka pertukarkan. Contohnya, penjual mengatakan saya serahkan barang ini dan pembeli mengatakan saya terima barang ini.

3) Ada barang yang dibeli.

Sebaiknya dalam transaksi jual beli barang yang dijual adalah barang yang bisa untuk diserahkan dikarenakan jika barang yang dijual tidak bisa diserahkan kepada pembeli maka tidak sah jual belinya. Seperti menjual buah alvokat yang masih ada di atas pohonnya, menjual ikan yang masih ada dilaut karena itu merupakan jual beli *gharar*.

4) Ada nilai tukar pengganti barang.

Nilai tukar biasanya berupa uang yang digunakan oleh pembeli jika hendak membeli barang kepada penjual.

2. Jual Beli *Online*

a. Pengertian Jual Beli *Online*

Jual beli *online* adalah suatu kegiatan dimana penjual dan pembeli yang tidak harus bertemu untuk melakukan negosiasi dan transaksi secara langsung. Kemudian yang digunakan oleh penjual dan pembeli untuk berkomunikasi secara *online* seperti melalui chat dalam handphone, computer, telepon, sms dan sebagainya. Dalam transaksi jual beli *online*, penjual dan pembeli membutuhkan pihak ketiga untuk melakukan penyerahan barang yang dilakukan oleh pedagang dan penyerahan uang yang dilakukan oleh pembeli.

Saat ini, internet sangat berpengaruh pada perkembangan bisnis-bisnis yang sudah dijalankan. Bisnis berkembang dengan pasar melalui kegiatan transaksi jual beli media *online* yang dikenal dengan belanja *online*. Terkait jual beli *online* adalah jual beli barang dan jasa yang dilakukan melalui media elektronik, khususnya melalui internet atau secara *online*. Menurut Fitria (2017) menyatakan bahwa jual beli via internet yaitu sebuah akad jual beli yang dilakukan dengan menggunakan sarana elektronik baik berupa barang maupun berupa jasa. Jual beli via internet adalah transaksi yang disepakati dengan menentukan ciri-ciri tertentu, membayar harganya terlebih dahulu sedangkan barangnya diserahkan kemudian.

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa jual beli via internet adalah jual beli yang dilakukan melalui media elektronik. Untuk melakukan transaksi jual beli penjual dan pembeli tidak harus bertemu secara langsung atau saling menatap muka secara langsung. Pembeli dapat menentukan ciri-ciri dan jenis barang yang diinginkan kemudian membayar sesuai dengan harga yang tertera. Kemudian menyerahkan barang yang akan dijual belikan.

b. Jual Beli *Online* Dalam Perspektif Islam

Jual beli *online* yang saat ini telah menjadi suatu hal yang sangat lumrah dilakukan dalam transaksi jual beli, terutama jual beli *online* berbasis sosial media. Maka dari itu perlu diketahui apakah dalam jual beli *online* tersebut telah memenuhi rukun dan syarat, sehingga jual beli dapat dikatakan sah oleh syara'. Ada beberapa pendapat mengenai rukun jual beli yaitu: Menurut Jumhur ulama' berpendapat bahwa rukun jual beli ada empat yaitu: Orang yang berakad atau *al-muta'qidain* (penjual dan pembeli), *shahat* (lafal ijab dan qabul), *Ma'qud 'alah* (barang yang dibeli) dan nilai tukar pengganti barang. Sedangkan berdasarkan ulama Hanafiyah hanya satu, yaitu ijab (ungkapan membeli dari pembeli) dan qabul (ungkapan menjual dari penjual). Menurut ulama Hanafiyah, orang yang berakad, barang yang dibeli, dan nilai tukar barang termasuk ke dalam syarat-syarat jual beli, bukan rukun jual beli. (Salim, 2017).

Jual beli *online* memiliki kesamaan dengan jual beli pesanan yang disebut dengan salam. Jual beli salam adalah transaksi yang dilakukan

dengan menyerahkan uang terlebih dahulu sebelum barang diterima. Transaksi seperti ini dianggap sah apabila memenuhi persyaratan yang sudah ditentukan Islam.

Menurut Fiqih muamalah Islam menjelaskan jual beli secara *online* ada kesamaan dengan jual beli barang pesanan yang disebut salam. Dimana penjual menjual sesuatu yang tidak terlihat zatnya, hanya ditentukan dengan sifat barang itu ada didalam pengakuan si penjual. Dikatakan salam karena ia menyerahkan uangnya terlebih dahulu sebelum menerima barang dagangannya yang telah ditentukan oleh Islam.

c. Tempat Jual Beli *Online*

Ada beberapa tempat yang biasa di tempati oleh pelaku usaha untuk berjualan *online* yaitu:

1) *Marketplace*

Pelaku usaha menajakan produk yang dijual dengan mengunggah foto produk dan deskripsi produk yang dijual. Hal ini tersebut telah menyediakan system yang tertata dan sistematis sehingga pelaku usaha hanya perlu menunggu notifikasi jika ada konsumen yang melakukan pembelian. Missal Bukalapak.com dan Tokopedia.com.

2) *website*

seorang pelaku usaha *online* dapat membius yang ditujukan khusus untuk berbisnis *online*. *Website* ini memiliki alamat atau nama domain yang sesuai dengan nama toko *onlinenya*.

Untuk membuat *website* dengan nama yang sesuai dan tepat perlu usaha harus membayar biaya *hosting*. Beberapa media *wiebe* menawarkan paket-paket dengan harga yang berbeda. Misalnya OLX.com.

3) *wiebe blog*

Pelaku usaha yang memiliki dana yang terbatas bisa mengandalkan *wiebe blog* garis seperti *blog spot* atau *word press* dengan format blog, pelaku usaha dapat mengatur desain atau foto-foto produk yang dijual. Missal www.baksoperaktor.com.

d. Jenis Transaksi Jual Beli Online

Menurut maxmanroe.com dalam jual beli *online* ini ada 3 jenis transaksi jual beli *online* yang umum dilakukan di Indonesia yaitu:

- 1) Transaksi antar bank merupakan jenis transaksi yang paling umum dan populer digunakan oleh para penjual *online*, selain cukup simpel, jenis transaksi ini juga memudahkan proses konfirmasi karena dana bisa dengan cepat dicek oleh penerima dana/penjual.
- 2) Transaksi *Cash On Delivery* pada sistem COD sebenarnya masih menganut cara lama yaitu dengan bertemu antara penjual dan pembeli, biasanya sistem transaksi ini dilakukan dalam jual beli antara orang keorang dan pada umumnya COD digunakan untuk barang second karena pembeli harus memeriksa dengan baik keadaan barang tersebut.
- 3) Rekening bersama jenis transaksi jual beli *online* yang terakhir adalah dengan menggunakan rekening bersama jenis transaksi jual beli *online* yang terakhir adalah dengan menggunakan rekening bersama atau yang

disebut *escrow*. Cara pembayaran ini sedikit berbeda dengan proses melalui transfer bank, karena menggunakan pihak ketiga sebagai yang dipercaya menerima uang tersebut.

e. Perbedaan Jual Beli *Online* dan *Offline*

Jual beli *online* dengan jual beli *offline* pada proses transaksi (akad) dan media utama dalam proses tersebut. akad merupakan unsur penting dalam suatu bisnis. Secara umum, bisnis dalam islam menjelaskan adanya transaksi yang bersifat fisik dengan menghadirkan benda yang diperdagangkan ketika transaksi atau tanpa menghadirkan benda yang dipesan tetapi dengan ketentuan harus dinyatakan sifat benda secara konkret, baik diserahkan langsung atau diserahkan kemudian sampai batas waktu tertentu.

Jual beli *online* pada prinsipnya sama seperti jual beli *offline*. Namun yang membedakannya adalah proses transaksi (akad) dan media utama dalam proses tersebut. Dalam jual beli baik *online* maupun *offline* ada yang halal ada yang haram, ada yang legal ada pula yang ilegal. Hukum asal mu'amalah adalah al ibahah (boleh) selama tidak ada dalil yang melarangnya. Karena itu, hukum dasar jual beli *online* sama seperti akad jual beli as-salam, yaitu diperbolehkan dalam islam. Namun bukan berarti tidak ada rambu-rambu yang mengaturnya. Jual beli *online* di perbolehkan selama tidak mengandung unsur-unsur yang dapat merusaknya seperti riba, kezaliman, penipuan, kecurangan dan sejenisnya serta dalam pelaksanaannya memenuhi rukun-rukun dan syarat-syarat jual beli.

3. Sosial Media

a. Pengertian Sosial Media

Sosial media adalah sebuah media *online* dimana para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagai, dan menciptakan isi meliputi blog, sosial *network* atau jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki mungkin merupakan bentuk sosial media yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. (Afriani, 2011: 24).

Sosial media adalah media daring yang digunakan untuk kebutuhan komunikasi jarak jauh, proses interaksi antara user satu dengan user lainnya, serta mendapatkan sebuah informasi melalui perangkat aplikasi khusus menggunakan jaringan internet. Tujuan dari adanya sosial media sendiri adalah sebagai sarana komunikasi untuk menghubungkan antara pengguna dengan cakupan wilayah yang sangat luas. Agar pengguna sosial media (*sosmed*) lebih mudah dan cepat, dibutuhkan koneksi internet yang stabil cepat. Anda tidak perlu lagi menghubungi orang lain melalui kabel telepon atau alat komunikasi tradisional. Cukup dengan mengakses sosial media, anda dapat terhubung dengan banyak orang, membuat forum, diskusi bersama, mengunggah aktivitas keseharian anda, dan lain sebagainya. (Muhammad Robith Adani, 2020).

Adapun definisi menurut Hayes (2015) Sosial media atau media sosial adalah media berbasis internet yang memungkinkan pengguna berkesempatan untuk berinteraksi dan mempresentasikan diri, baik secara seketika ataupun tertunda, dengan khalayak luas maupun tidak yang

mendorong nilai dari *user-generated content* dan persepsi interaksi dengan orang lain.

b. Konsep Sosial Media

1) Definisi sosial media menurut Cross (2013): "Sosial media adalah sebuah istilah yang menggambarkan bermacam-macam teknologi yang digunakan untuk mengikat orang-orang ke dalam suatu kolaborasi, saling bertukar informasi, dan berinteraksi melalui isi pesan yang berbasis web. Internet selalu mengalami perkembangan, maka berbagai macam teknologi dan fitur yang tersedia bagi pengguna pun selalu mengalami perubahan.

2) Definisi sosial media menurut parks (2012) " Sosial media adalah media yang terdiri atas tiga bagian, yaitu : infrastruktur informasi dan alat yang digunakan untuk memproduksi dan mendistribusikan isi media, isi media dapat berupa pesan-pesan pribadi, berita, gagasan, dan produk-produk budaya yang berbentuk digital, kemudian yang memproduksi dan mengkonsumsi isi media dalam bentuk digital adalah individu, organisasi, dan industri".

c. Media Online

Media *online* yaitu Teknologi dengan kemajuannya yang pesat memberikan pengaruh yang sangat besar pada perkembangan media yang ada di tengah manusia. Seperti halnya teknologi internet yang dikembangkan pada era 60-an hari ini pun kita bisa menikmatinya sebagai perkembangan media yang kita kenal dengan istilah media *online*. Media *online* adalah media komunikasi yang pemanfaatannya menggunakan perangkat internet. Karena

media tergolong media bersifat khas. Kekhasan media ini terletak pada keharusan untuk memiliki jaringan teknologi informasi dengan menggunakan perangkat komputer, tentang program komputer untuk mengakses informasi. (Riski Purwo Darminto. 2017).

Sedangkan Media *online* menurut Afriani (2011) Media massa *online* tidak pernah menghilangkan media massa lama tetapi mensubtitusinya. Media *online* merupakan tipe baru jurnalisme karena memiliki sejumlah fitur dan karakteristik dari jurnalisme tradisional. (Khrisna Hadiwinata, Hudriyah Mundzir, Shohib Muslim. 2020).

d. Kelebihan dan kekurangan Media *Online*

1) Kelebihan Media *Online*

- a. Proses penyebaran informasi sangat cepat.
- b. Informasi atau data lama dapat dibuka kembali dengan mudah sewaktu-waktu.
- c. Bentuk konten yang disampaikan sangat beragam, yaitu teks, image, audio, video.
- d. Dapat diakses dengan mudah dari mana saja dan kapan saja, serta penggunaannya praktis dan fleksibel.
- e. Para pengguna media *online* dapat saling berinteraksi.

2) Kekurangan Media *Online*

- a. Informasi yang dimuat tidak selalu akurat dan kurang lengkap karena lebih mengutamakan aktualisasi.

- b. Pengguna harus memiliki perangkat yang mendukung dan koneksi internet yang stabil.
- c. Pengguna media *online* dalam jangka panjang bisa menyebabkan mata lelah dan gangguan kesehatan mata. (M. Prawiro. 2018).

Berdasarkan dari uraian di atas, dapat disimpulkan media *online* adalah sebuah alat berkomunikasi yang digunakan dan dimanfaatkan untuk pembelajaran pendidikan yang dilakukan dan dapat mengakses informasi sangat cepat, media *online* sangat cepat menyampaikan bertanya, media *online* dapat di akses dari mana saja dan kapan saja yang kita mau. Seperti halnya perbedaan media *online* dan sosial media, media *online* suatu media yang meliputi forum *online*, aplikasi chatting, sampai dengan jejaring sosial yang termasuk aplikasi chatting seperti *Whatsapp* dan *Line*. Sedangkan sosial media adalah sebagai sarana berbagi atau bertukar informasi, saling komentar dan lainnya, yang termasuk sosial media adalah *Facebook*, *Twitter*, *Youtube*, *Instagram*, dan aplikasi lainnya.

4. Covid-19

Pandemi coronavirus 2019-2020 atau dikenal sebagai pandemi Covid-19 adalah peristiwa menyebarnya penyakit coronavirus 2019 dalam bahasa Inggris: *coronavirus disease 2019*, disingkat Covid-19) di seluruh dunia. Penyakit ini disebabkan oleh coronavirus jenis baru yang diberi nama SARS-CoV-2. Wabah Covid-19 pertama kali di deteksi di kota wuhan, Provinsi Hubei, Tiongkok pada bulan Desember 2019, dan ditetapkan sebagai pandemi oleh Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) pada 11 maret 2020. (A.A Manik Pratiwi 2020-2021).

Adapun Dampak Covid-19 merupakan dampak pandemi virus corona (Covid-19) sangat terasa di dunia bisnis dan ekonomi. Dalam waktu yang cukup singkat, pola pemasaran pun berubah terlebih ketika diberlakukan *social distancing* dan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Pemasar harus putar otak untuk bisa memasarkan produk atau jasa mereka ke konsumen, sebagai strategi *brand* bertahan di tengah pandemi virus corona. Para pelaku bisnis mengoptimalkan pemasaran *online* dan *digital branding* sebagai sarana komunikasi dengan target konsumennya. Dampak dari bencana wabah virus corona memukul banyak sektor bisnis di Indonesia. Beberapa sektor bisnis yang berpotensi mengalami penurunan penjualan ialah Bengkel, Restoran, Salon, Spa, Properti, Tour & Travel, Hotel, Transportasi, Penerbangan, Mal, Fashion, dan beberapa sektor bisnis lainnya. Ada beberapa sektor bisnis yang berpotensi stabil dan mengalami kenaikan seperti produk kesehatan yang dibutuhkan saat pandemi, *e-commerce*, Minimarket, Toko Sembako, Apotik, Toko Ikat, Provider internet, Jasa penyedia Video conference, Aplikasi belajar dan rumah dan lainnya. (Khrisna Hadiwinata, Hundriyah Mundzir, Shohib Muslim, 2020).

Berdasarkan Dampak Positif dan Dampak Negatif dari Belanja Go-food di Media Online yaitu:

Tabel 2.1

Dampak Positif dan Dampak Negatif Terhadap Belanja Go-food

No.	Dampak Positif	Dampak Negatif
1.	Dapat mengefisienkan waktu.	Manajemen waktu tidak terkontrol
2.	Tidak menghabiskan tenaga untuk membuat makanan sendiri.	Kebersihan makanan cepat saji belum pasti sehat, dan bergizi.
3.	Mempermudah jika sedang dalam waktu mendesak.	Membuat orang menjadi malas
4.	Dapat membuka lapangan pekerjaan.	Prosedur pekerjaan yang begitu rumit.

(Sumber: Data primer yang telah diolah Tahun 2021).

5. Usaha Rumah Makan

Usaha di bidang makanan dan minuman adalah salah satu jenis bisnis yang tidak pernah ada matinya. Dengan begitu pasti banyak orang yang membutuhkan makanan dan minuman setiap harinya. Usaha atau bisnis makanan dan minuman akan terus ada dengan gaya hidup masyarakat yang juga berubah. Sehingga mereka memilih membeli makanan dari pada membuatnya dirumah. Usaha rumah makan tidak mesti bisa memasak, hal terpenting dalam usaha ini adalah mempunyai pengetahuan atau seluk beluk makanan dan minuman serta mengetahui selera konsumen, karena pengetahuan tentang ini bisa didapatkan dari pengalaman melakukan kuliner dengan sebagainya. Usaha adalah suatu kegiatan ekonomi yang bertujuan

untuk mencapai suatu tujuan untuk keberhasilan guna memenuhi kebutuhan pokok yang dikembangkan oleh pemilik suatu perusahaan atas organisasi.

6. Sejarah Gojek Indonesia

a. Pengertian Gojek

Gojek adalah sebuah perusahaan teknologi berjiwa social yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pekerja di berbagai sektor informal di Indonesia. Kegiatan Gojek bertumpu pada 3 nilai pokok yaitu kecepatan, inovasi, dan dampak social.

Para driver Gojek mengatakan bahwa pendapatan mereka meningkat semenjak bergabung sebagai mitra dengan mendapatkan akses ke lebih banyak pelanggan melalui aplikasi kami. Mereka juga mendapatkan santunan keseluruhan dan kecelakaan, akses kepala lembaga keuangan dan asuransi, cicilan otomatis yang terjangkau. Serta berbagai fasilitas yang lain.

Gojek telah berproses di 50 kota di Indonesia, seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, Bali, Makassar, Medan, Palembang, Semarang, Yogyakarta, Balikpapan, Malang, Solo, Manado, Samarinda, Batam, Sidoarjo, Gresik, Pekanbaru, Jambi, Sukabumi, Bandar Lampung, Padang, Potianak, Banjarmasin, dan Pengembangan di kota-kota lainnya pada tahun mendatang.

b. Akad dalam layanan Go-food

Akad dalam layanan Go-food adalah kesadaran penuh konsumen dalam memilih dan mengklik pesanan yang ada pada layanan jasa Go-food.

Pada hal ini konsumen wajib memenuhi kewajibannya secara penuh untuk membayar pesanan yang telah dipesannya.

Selain kewajiban konsumen untuk membayar sesuai dengan aplikasi, ketika driver menerima orderan, driver wajib untuk konfirmasi pesanan yang sudah dipesan oleh pelanggan apakah pesanan sudah sesuai aplikasi? Jika pesanan sudah sesuai aplikasi maka driver akan segera membelikan makanan. Saat driver konfirmasi makanan disitulah terjadi akad antara penjual dan pembeli.

B. Tinjauan Empiris

Penelitian Taufik, Eka Avianti Ayuningtyas (2020) dengan judul "*Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Bisnis dan Eksistensi Platform Online*". Penelitian ini bertujuan menemukaenali dan menganalisis dampak pandemi Covid-19 terhadap kegiatan bisnis berbasis platform online di Jakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif, menggunakan sumber data sekunder dari hasil riset, referensi dan pemberitaan *online* yang terkait dengan penelitian. Waktu penelitian Januari sampai pertengahan April 2020, teknik pengumpulan data menggunakan teknik dokumentasi.

Penelitian ini dari A.A Manik Pratiwi (2020-2021) dengan judul "*Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Online Saat Pandemi Covid-19*". Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peran media sosial dalam meningkatkan penjualan *online* saat pandemi Covid-19. penelitian ini mengambil lokasi di kota Denpasar, provinsi Bali. Informan yang dimintai keterangan adalah para pekerja pariwisata yang terpaksa dirumahkan dan beralih profesi menjadi pedagang *online*.

Analisis data yang digunakan adalah analisis tematik (*thematic content analysis*). temuan utama penelitian menunjukkan bahwa media sosial sangat berperan dalam meningkatkan penjualan *online* saat pandemi Covid-19. media sosial yang digunakan yaitu *Facebook, Instagram, Twiter, Line, dan Whatsapp*. Fungsi setiap media sosial tersebut dalam memasarkan produk secara *online* berbeda-beda. Jenis penelitian ini merupakan penelitian dengan pendekatan kualitatif yang dilakukan dengan teknik pengumpulan data melalui pengamatan langsung (*observasi*) dan wawancara mendalam (*depth interview*).

Penelitian selanjutnya, penelitian dari Khrisna Hadiwinata, Hundriyah Mundzir, Shohib Muslim (2020) dengan judul "*Analisis Peran Media Sosial Instagram Sebagai Media Pemasaran Dan Branding Bisnis di Era Pandemi Covid-19*". Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa sejauh mana peran media sosial instagram sebagai media pemasaran dan branding bisnis di era pandemi Covid-19 saat ini. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif, yaitu suatu metode penelitian yang dilakukan dengan tujuan untuk membuat gambaran atau deskripsi tentang suatu keadaan secara obyektif.

Penelitian ini dari Fajar Adi Prakoso (2020) dengan judul "*Dampak Corona Virus Disease (Covid-19) Terhadap Industri Food & Beverages*". penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak Coronavirus Disease (Covid-19). Terhadap Industri *Food & Beverages*. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan studi kepustakaan. Data analisis dengan pengumpulan data, reduksi data, display data dan penarikan kesimpulan.

Penelitian dari Liana Dwi Septiningrum (2021) dengan judul *"Manajemen Strategi Untuk Meningkatkan Penjualan Food And Beverage Di Era Pandemi Covid-19"*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui manajemen strategi berupa perencanaan, pelaksanaan, pengkoordinasi dan evaluasi dalam meningkatkan penjualan di bidang *food and beverage* pada era pandemi Covid-19. Metode penelitian ini adalah kualitatif deskriptif.

Selanjutnya penelitian dari Rr.Lulus Prapti NSS,SE Msi, Rahoyo, SE,MM (2018) dengan judul *"Dampak Bisnis Kuliner Melalui Go Food Bagi Pertumbuhan Ekonomi Di Kota Semarang"*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak bisnis kuliner melalui Go-food bagi pertumbuhan ekonomi. Penelitian ini dilakukan pada pengusaha kuliner yang sudah bergabung dengan layanan Go-food yang tersebar di kota Semarang, BPS. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan informan kunci sebanyak 4 pelaku bisnis kuliner online.

Penelitian dari Nurbaya, Wahyu Chandra, Ansar (2020) dengan judul *"Perubahan Sistem Pelayanan Makanan Pada Usaha Kuliner Selama Masa Pandemi Covid-19 dan Era Kebiasaan Baru di Kota Makassar"*, penelitina ini bertujuan untuk mengetahui sistem pelayanan makanan yang dilakukan oleh pengusaha kuliner selama masa pandemi Covid-19 dan pada era kebiasaan baru di kota Makassar. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang bertujuan untuk mengetahui gambaran perubahan standar pelayanan makanan yang diterapkan oleh pengusaha kuliner baru di kota Makassar.

Penelitian dari Ainur Rohmah (2020) dengan judul "*Pandemi Covid-19 dan Dampaknya Terhadap Perilaku Konsumen di Indonesia*". Penelitian ini bertujuan mengetahui dampak yang ditimbulkan oleh pandemi Covid-19 terhadap perilaku konsumen. Pandemi Covid-19 memberikan banyak dampak pada semua aspek kehidupan, salah satunya pada aspek ekonomi dan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan yang dapat menjadi upaya preventif untuk bencana seperti pandemi Covid-19 dan konsumen di Indonesia pada awal pandemi melakukan tindakan *panic buying* dan mengalami perubahan pada cara membelanjanya. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan studi kepustakaan atau literature. Sedangkan pendekatan yang diterapkan menggunakan analisis deskriptif dengan data yang berkaitan dengan masalah dalam penelitian.

Penelitian dari Ni Ketut Elly Sutrisni (2020) dengan judul "*Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Bisnis Penjualan Berbasis Online di Bali*". Hasil penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak pandemic Covid-19 terhadap kegiatan bisnis berbasis platform online di bali. Ditemukan bahwa dampak Covid-19 terkluster pada 3 keadaan aktivitas bisnis, pertama bisnis bertahan atau stabil, kedua bisnis yang menurun dan ketiga bisnis berkembang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif, menggunakan sumber data sekunder dari riset, referensi dan pemberitaan online yang terkait dengan penelitian.

Desy Safira, Alif Ilham Akbar Fatriansyah. (2020) dengan judul "*Bisnis Jual Beli Online Dalam Perspektif Islam*". Islam melakukan bisnis melaul *online* diizinkan sesuai dengan syariah islam. Sementara ada unsur riba, ketidakadilan, menipu. Nabi mengisyaratkan bahwa jual beli itu sah menurut hukum saat suka sama suka

(Antaradhin), untuk dijual atau melalui bisnis *online* memiliki dampak positif karena praktis, cepat, dan mudah bagi pembeli. Metode yang digunakan metode deskriptif kualitatif, penelitian ini termasuk literature untuk memeriksa sumber tertulis seperti jurnal ilmiah, buku referensi dan sumber lainnya.

C. Kerangka Konsep

Kerangka konsep adalah suatu hubungan yang akan menghubungkan secara teoritis antara variabel-variabel penelitian yaitu, antara variabel indenpenden dengan variabel dependen yang akan di amati atau di ukur melalui penelitian yang akan di laksanakan. (Sugiyono, 2014). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada bagian kerangka konsep dibawah ini :



Gambar 2.1
Kerangka Konsep



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif yaitu penelitian yang bersifat atau memiliki karakteristik, bahwa datanya dinyatakan dalam keadaan sewajarnya atau sebagaimana adanya dengan tidak merubah dalam bentuk simbol atau bilangan sehingga *natural setting* dalam penelitian ini peneliti menggambarkan peristiwa maupun kejadian yang ada di lapangan tanpa mengubahnya menjadi angka maupun simbol.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian adalah garis besar dan penelitian, Penelitian ini berfokus untuk mengetahui pandangan islam terhadap penggunaan sosial media dalam usaha jual beli *online* dan dampak pemasaran *online* di era Covid-19 yang dihadapi oleh usaha warung makan mas joko.

C. Lokasi Penelitian

Pada penelitian kualitatif, Lokasi penelitian adalah tempat dimana mencari informasi yang sesuai data yang diperlukan. Lokasi yang dijadikan tempat penelitian yaitu Usaha Warung Makan Mas Joko Jl. Sultan Alauddin. Penelitian ini akan dilakukan kurang lebih satu bulan setelah dilakukan seminar proposal.

D. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian merupakan faktor yang sangat penting, karna sumber data akan menyangkut kualitas hasil penelitian. Oleh karena itu, sumber data penelitian ini terdiri dan:

1. Data primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah oleh peneliti yang akan menelitinya. Data Penelitian ini diperoleh melalui wawancara atau observasi langsung dengan pemilik, karyawan Warung Makan Mas Joko.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang dipublikasikan atau digunakan oleh organisasi bukan manajemennya. Data sekunder dalam penelitian ini akan diambil melalui dokumen, laporan, atau buku-buku yang sudah ada dan masih berhubungan dengan penelitian yang akan diteliti.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara adalah pertemuan tatap muka antara peneliti (seseorang yang diharapkan mendapat informasi) dan informan terpilih (seseorang yang dianggap memiliki informasi penting tentang suatu objek). Dalam hal ini wawancara merupakan percakapan yang dilakukan dari kedua belah pihak yaitu pewawancara (interviewer) yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut.

Tabel 3.1
Data Informan

No.	Nama	Jabatan
1	Joko	Pemilik
2	Hartiam	Karyawan
3	Suandi	Karyawan
4	Parimin	Karyawan
5	Anto	Karyawan
6.	Indah	Pelanggan
7.	Sri Wahyuni	Pelanggan
8.	Hans Munandar	Pelanggan
9.	Nur Halijah	Pelanggan
10.	Dani	Pelanggan

(Sumber: Data primer yang telah diolah Tahun 2021).

2. Observasi

Observasi adalah pengamatan terhadap suatu objek yang diteliti baik secara langsung maupun tidak langsung untuk memperoleh data yang diinginkan. Dalam hal ini observasi melibatkan proses observasi. Proses observasi digunakan jika penelitian berkaitan dengan perilaku manusia, proses kerja, fenomena alam dan jika jumlah responden yang diamati tidak terlalu besar.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah upaya pengumpulan data dari teori, baik itu buku, dokumen, dan sumber informasi lainnya baik di lokasi penelitian maupun di luar lokasi penelitian untuk mendukung penelitian.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam suatu penelitian dan penilaian. Dalam pengumpulan data yang dilakukan dengan berbagai teknik seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi memerlukan alat bantu sebagai instrumen. Instrumen teknik pengumpulan data yang dimaksud yaitu kamera telepon genggam yang digunakan sebagai alat dokumentasi sedangkan untuk wawancara dan observasi digunakan alat angket yang berisi pertanyaan bagi responden penelitian. (Asrida Harmoko, 2018).

G. Teknik Analisis Data

Analisis data menurut Sugiyono (2013) adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan lainnya, sehingga mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan cara mengorganisasikan data, memecahnya menjadi unit-unit, mensintesiskannya, menyusunnya menjadi suatu pola, memilih apa yang penting dan apa yang akan dipelajari, membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Miles & Huberman (2014: 17) menyebutkan bahwa teknik analisis data dalam penelitian kualitatif meliputi:

1. Pengumpulan Data

Memproses dan menyiapkan data untuk dianalisis. Langkah ini melibatkan penyalinan wawancara, pemindaian bahan, pengetikan data lapangan atau pengurutan dan pengorganisasian data ke dalam jenis yang berbeda tergantung pada sumber informasi.

2. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang mengkategorikan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasikan data yang telah direduksi untuk memberikan gambaran yang lebih tajam tentang pengamatan ke dalam tema-tema.

3. Penyajian Data (*Display Data*)

Penyajian data merupakan analisis dalam bentuk, matrik, jaringan, cart atau grafik. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, tabel, bagan dan hubungan antar kategori. Melalui penyajian data, data akan tertata dan terstruktur sehingga lebih mudah dipahami.

4. Penarikan Kesimpulan (*Verivication*).

Kesimpulan merupakan penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah jika tidak ditemukan bukti yang kuat untuk mendukung tahap pengumpulan selanjutnya.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Warung Makan Mas Joko

1. Sejarah Warung Makan Mas Joko

Warung Makan Mas Joko merupakan usaha yang bergerak di bidang kuliner yang berdiri sejak tahun 2004. Warung makan Mas Joko didirikan oleh pasangan suami istri Bapak Joko dan istrinya Ibu Marina. Awal warung ini dibuka, warung Mas Joko hanya menjual bakso, namun seiring bertambahnya permintaan dari pelanggan, Mas Joko akhirnya menambah menu lain seperti mie pangsit, nasi goreng, mie goreng, mie kering, capcai dan lain-lain.

Lokasi pertama warung makan Mas Joko terletak di Jl. Sultan Alauddin NO.38, Mangasa, Kec. Tamalate Kota Makassar Sulawesi Selatan yang kemudian membuka cabang pertama pada Tahun 2012 yang bertempat di Jl. Sultan Alauddin NO. 29, Mangasa, Kec. Tamalate Kota Makassar Sulawesi Selatan. Warung makan Mas Joko terletak di tengah-tengah pemukiman penduduk dan berada di pinggir jalan raya. Bagi masyarakat atau pengunjung yang melintas sangat membantu karena letaknya di pinggir jalan dan mudah di temukan.

Dalam menjalankan warungnya, Mas Joko mempekerjakan karyawan sebanyak 8 orang yang terdiri dari 2 perempuan dan 6 laki-laki dengan pembagian tugas dan kerja masing-masing. Untuk dapat menikmati makanan warung makan mas joko bisa mengunjungi setiap hari pada pukul 10.00 WITA sampai dengan jam 22.00 WITA sedangkan untuk pesanan *online* bisa melalui

Go-food dan *Gojek*, karena pelanggan cenderung memesan melalui *online* sehingga membuat makanan yang siap saji dapat di nikmati meskipun pelanggan berada di rumah.

Tabel 4.1
Daftar Menu dan Harga Warung Makan Mas Joko

No.	Menu	Harga
1	Mie Bakso	Rp. 12.000
2	Mie Pangsit	Rp. 12.000
3	Mie Pangsit + Bakso	Rp. 16.000
4	Nasi Goreng	Rp. 15.000
5	Mie Goreng	Rp. 15.000
6	Mie Kuah	Rp. 15.000
7	Mie Bihun	Rp. 15.000
8	Mie Kering	Rp. 15.000
9	Kwetiau	Rp. 18.000
10	Capcay	Rp. 15.000

(Sumber : Warung Makan Mas Joko Tahun 2021).

2. Pembagian kerja di Warung Makan Mas Joko

- a) Bapak Joko dan Ibu Marina sebagai pemilik warung yang bertanggung jawab atas kelancaran dan memantau perkembangan warung makan Mas Joko.
- b) Pengelola, memasak dan kasir yang dilakukan oleh Ibu Hartiam adik dari Ibu Marina, selain bertugas sebagai pengelola, Ibu Hartiam juga mengurus masalah yang berkaitan dengan keuangan, penjualan, pembelian, dan

pemasukan serta pengeluaran. Untuk bagian memasak khusus bagian bakso yang dilakukan oleh Bapak Suandi.

- c) Bagian belanja, Memasak, dan pelayanan diserahkan kepada karyawan. Tugas belanja dilakukan oleh Pak Parimin, bagian memasak khusus nasi goreng, mie goreng dan mie kering yang dilakukan oleh Pak Parimin. Untuk tugas pelayanan dilakukan oleh Anto.
- d) Bagian keamanan/parkir yang dilakukan oleh Bapak Rahman yang bertugas menjaga kendaraan pengunjung dan menghindari tindak kejahatan kriminal yang tidak diinginkan.

B. Hasil Penelitian

1. Perspektif Islam Terhadap Penggunaan Sosial Media dalam Usaha Jual Beli *Online*

Penjualan *online* merupakan salah satu jenis transaksi jual beli yang menggunakan media internet dalam penjualannya, pada saat ini yang sangat dibutuhkan dalam penggunaan sosial media seperti *facebook*, *instagram* dan sosial media lainnya untuk memasarkan produk jualannya. Saat ini penjualan *online* merupakan jenis transaksi yang banyak dipergunakan dalam jual beli. Dalam penjualan *online* sudah memenuhi rukun-rukun akad (perjanjian) yang sesuai dengan aturan fiqih.

Penjualan *online* adalah salah satu bentuk penjualan sebagai salah satu transaksi jual beli dalam bidang penjualan produk maupun pelayanan jasa yang ditawarkan melalui media internet.

Jual beli *online* dikatakan sah apabila memenuhi syarat, dimana rukun jual beli, menurut islam adalah adanya penjual, pembeli, barang yang di jual dan ucapan ijab qabul. Dalam islam, berbisnis melalui *online* diperbolehkan selagi tidak terdapat kedzaliman, serta unsur-unsur riba, dan juga penipuan.

Dalam penjualan yang di lakukan secara *online* sudah sesuai dengan akad (perjanjian), sebagaimana yang dijelaskan oleh pemilik Warung Makan Mas Joko Bapak joko, menurut beliau:

Menurut pemilik warung makan Mas Joko dari hasil wawancara dimana Mas Joko mengatakan bahwa "Iya betul, akad jual beli secara *online* di warung kami diterapkan secara islami karena menggunakan akad jual beli dimana ada barang, uang, penjual dan pembeli meskipun itu transaksinya melalui perantara ojek *online*."

Dari hasil wawancara tersebut menjelaskan bahwa penjualan yang di lakukan secara *online* sangat membantu penghasilan warung makan Mas Joko selama masa pandemi Covid-19 yang dimana penghasilan selama enam bulan awal Covid-19 sangat menurun drastis.

Adapun mekanisme transaksi yang diterapkan kepada pembelian melalui Gojek dimana penjualan melalui Gojek harus dibayar secara tunai oleh Gojek, sesuai dengan harga yang ditentukan di warung makan baik secara *online* maupun *offline*. Dalam mekanisme transaksi pembayaran kami menggunakan sistem pembayaran *Cash On Delivery* (COD) atau bayar di tempat. Dengan adanya penjualan secara *online* di warung makan milik Mas Joko sangat membantu penghasilan meskipun hasil dari penjualan secara *offline* jauh lebih besar dari penjualan melalui Gojek.

2. Dampak Pemasaran *Online* di Era Covid-19 yang dihadapi Oleh Usaha Warung Makan Mas Joko

Pandemi Covid-19 memberikan dampak yang sangat besar bagi para pelaku usaha, terutama usaha mikro seperti warung makan dan sebagainya. Sejak pandemi Covid-19 melanda, Warung Makan Mas Joko merupakan salah satu usaha yang paling merasakan terkena dampak Covid-19. Usaha yang bertempat di Jl Sultan Alauddin No.29 Mangasa Kecamatan Tamalate Kota Makassar Sulawesi Selatan.

Menurut pemilik warung makan Mas Joko dari hasil wawancara, Mas Joko mengatakan bahwa "Berdampak tapi tidak begitu baik, karena kurangnya pembeli dan kampuspun ikut tutup dimana sebelumnya mahasiswa sering makan di warung kini tidak lagi dan pendapatan ikut menurun".

Hasil wawancara tersebut menjelaskan dimana dalam situasi pandemi Covid-19, dampak yang paling dirasakan oleh pemilik warung makan adalah masa awal pandemi Covid-19 yang dimana pendapatan warung hanya sekitar Rp. 1.000.000 sampai Rp. 2.000.000 juta/ hari. Hal ini disebabkan kurangnya pembeli dikarenakan kampus ditutup sehingga mahasiswa yang tadinya sering makan di warung kini tidak lagi. Sehingga jumlah pelanggan warung makan pada akhirnya akan berdampak pada jumlah pendapatan pada masa normal sebelum pandemi, jumlah pendapatan berada sekitar Rp. 5.000.000 sampai Rp. 7.000.000 juta/ hari. Pendapatan mulai meningkat sekitar Rp. 3.000.000 sampai Rp. 4.000.000 juta/ hari seiring dengan penyebaran pandemi Covid-19 yang mulai menurun. Namun dikarenakan perkuliahan dilakukan secara *daring* dan masyarakat sekitar warung lebih banyak tinggal di rumah sehingga pendapatan menurun 70% dari biasanya ini

menyebabkan usaha warung makan Mas Joko mengalami penurunan omzet yang sangat drastis selama masa pandemi, terlebih lagi adanya pemberlakuan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) di seluruh Indonesia. Hal itu membuat pemilik warung makan kesulitan untuk membayar gaji karyawan dikarenakan jam operasionalnya semakin sedikit.

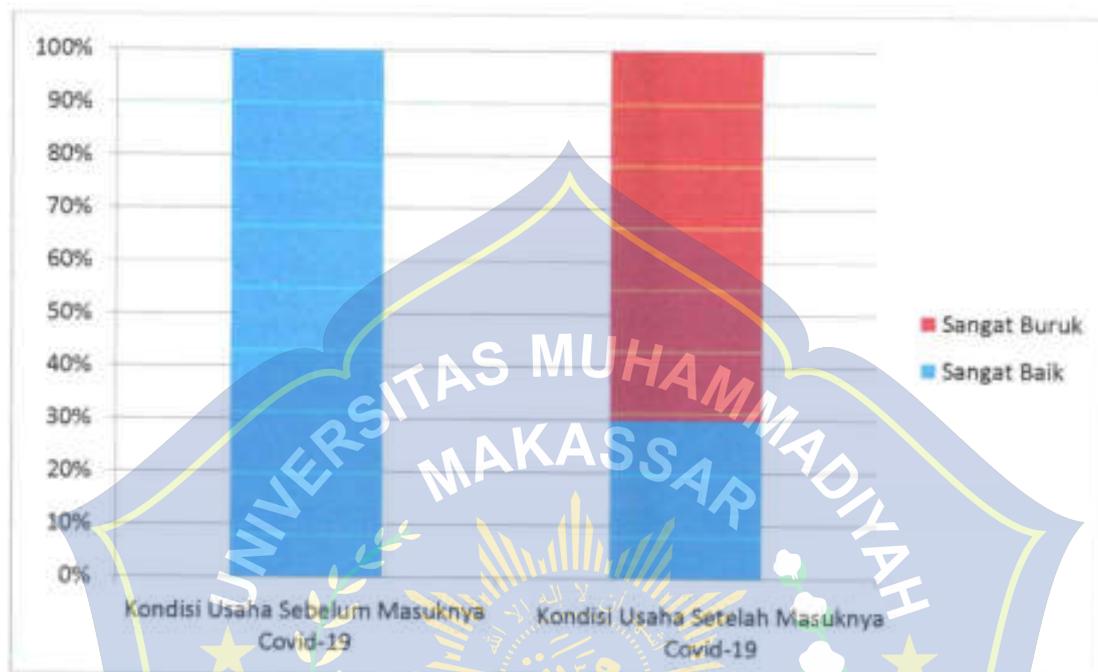
Tabel 4.2
Omzet Pendapatan Warung Makan Mas Joko

Tahun	Omzet perhari
2019	Rp. 5.000.000 - Rp. 7.000.000
2020	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
2021	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000

(Sumber : Data Warung Makan Mas Joko Tahun 2021).

Pada tabel 4.2 menampilkan data omzet yang diperoleh Warung Makan Mas Joko untuk pemasaran secara *offline* dan *online*. Data yang diambil sebagai perbandingan antara pendapatan sebelum pandemi Covid-19 pada tahun 2019 dengan awal munculnya pandemi Covid-19 sampai memasuki *new normal* pada tahun 2020 sampai 2021. Data yang diperoleh peneliti bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Dampak Covid-19 yang dirasakan pada warung makan Mas Joko.

Gambar 4.1
Perbandingan Kondisi Usaha Sebelum Pandemi dan Saat Pandemi



Sumber: Data primer yang telah diolah Tahun 2021.

Dari gambar data di atas dapat ditarik kesimpulan bahwasanya kondisi saat ini dengan kondisi sebelum munculnya wabah Covid-19 dapat dilihat perbandingan kondisi usaha sebelum pandemi dan saat terdampak pandemi Covid-19 bahwasanya Warung Makan Mas Joko mengalami penurunan sangat drastis dalam penjualan selama pandemi Covid-19. Meskipun pemilik usaha warung makan Mas Joko sudah bergabung bersama mitra Gojek hal ini juga tidak bisa memberikan dampak Positif dikarenakan penjualan via *Online* masih dibawah rata-rata.

a. Menurut Pengelola Warung Mas Joko

Menurut Ibu Hartiam (saudara dari pemilik warung makan) umur 45 tahun Ibu Hartiam sudah bekerja selama 10 tahun, Ibu Hartiam mengatakan bahwa rasa dari makanan sangatlah penting untuk kenyamanan pelanggan agar pelanggan tidak merasa kecewa, sehingga warung Mas Joko mempunyai daya tarik tersendiri.

Menurut Bapak Parimin umur 30 tahun mengatakan bahwa Bapak Parimin sudah bekerja selama 7 tahun. Adapun strategi Bapak Parimin terhadap pelayanannya sangat mengandalkan kebersihan, sehingga pelanggan sangat menikmati makanan yang telah disiapkan.

Menurut Bapak Suandi umur 50 tahun mengatakan senang bekerja di warung Mas Joko, itu terbukti dengan 10 tahun Bapak Suandi menjadi karyawan. Bapak Suandi sangat memegang teguh yang namanya pelayanan terhadap pelanggan adalah nomor satu dengan melakukan setiap permintaan pelanggan harus disajikan dengan cepat agar pelanggan tidak menunggu lama.

Menurut Anto sebagai karyawan umur 16 tahun bekerja selama 3 bulan, mengatakan bahwa setiap pekerjaan yang dilakukan itu sesuai dengan arahan Ibu Hartiam sebagai pengelola dari warung makan Mas Joko, mulai dari menyediakan bahan baku untuk *stock* makanan hingga habisnya *stock* makanan itu sendiri, jadi tugas Anto sangat memperhatikan ketersediaan bahan makanan.

Berdasarkan hasil wawancara diatas menjelaskan bahwa strategi pelayanan warung makan Mas Joko sangatlah baik karena selalu memperhatikan kebersihan tempat dan rasa makanan tersebut sehingga membuat pelanggan ini

merasa nyaman dan puas, bukan hanya itu warung makan Mas Joko juga sangat memperhatikan tepat waktu untuk pelanggannya agar tidak terlalu lama menunggu pesannya.

b. Menurut Pelanggan *Online* Warung Mas Joko

Hadirnya penjualan *online* dimasa pandemi saat ini sangat memudahkan pelanggan untuk bertransaksi. Pelanggan tidak harus keluar rumah untuk memenuhi kebutuhan yang di inginkan, namun cukup dengan mengakses aplikasi *online* yang telah disediakan oleh penyedia jasa ojek *online*, salah satunya adalah Gojek maka transaksi dengan mudah dilakukan. Dengan kemudahan yang diberikan dalam bertransaksi secara *online* tentunya memberikan dampak positif kepada pelanggan karena dapat menghemat waktu dan tenaga.

Selain memiliki sisi positif, transaksi melalui jasa *online* juga memiliki sisi negatif, beberapa diantaranya yaitu; a.) Pelanggan tidak dapat melihat secara langsung produk atau menu yang di inginkan, melainkan pelanggan hanya dapat memilih dengan melihat gambar yang telah disediakan oleh pemilik warung di aplikasi gojek. b.) Adanya penipuan dari aplikasi *online*, dimana pelanggan merasa dirugikan akan produk tersebut yang tak kunjung datang kepada pelanggan yang kurang puas terhadap produk, hal ini membuat pelanggan khawatir terhadap produk tidak datang, terkirim atau produk tidak sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Sebagaimana yang dijelaskan oleh Indah sebagai pelanggan menurut pendapatnya pembelian *online* sangat memudahkan dirinya baik dari segi waktu

ataupun tenaga meskipun ada perbedaan harga dari warung dan penjualan *online* akan tetapi pembelian *online* selalu menjadi pilihan pertamanya.

Menurut Sri Wahyuni sebagai pelanggan mengatakan bahwa pembelian secara *online* sangat membantu dirinya dari kesibukannya sehari-hari karena dari pembelian *online* tersebut Sri Wahyuni bisa mengatur waktu lebih baik dari pada Sri Wahyuni harus pergi ke tempat warung tersebut.

Menurut Haris Munandar pendapatnya tentang pembelian *online* dengan menggunakan Gojek memudahkan saya serta menghemat waktu, meskipun di dalam transaksi ini ada perbedaan harga disetiap menu makanan dalam transaksi *online*, dimana harga setiap menu naik akan tetapi saya sangat terbantu dengan aplikasi ini dikarenakan memudahkan untuk pemesanan makanan di warung makan Mas Joko.

Menurut dari Nur Halijah dari segi pandangannya terhadap jual beli *online* mengatakan bahwa saya sangat setuju menggunakan transaksi *online* karena dari pengalamannya bertransaksi *online* membantu dirinya dimudahkan melakukan transaksi tanpa harus langsung datang ke warung makan Mas Joko dikarenakan masa pandemi Covid-19 yang mengharuskan masyarakat agar tetap di rumah untuk memutus rantai penyebaran Virus Covid-19. Meskipun harga yang tertera di menu berbeda dari harga pemesanan *online* dari pemesanan langsung di warung.

Menurut dari Dani mengatakan bahwa pembelian secara *online* membantu dirinya bertransaksi tanpa harus keluar rumah apa lagi dimasa

pandemi covid-19 yang mewajibkan masyarakat untuk tetap di rumah, untuk mencegah penyebaran virus covid-19.

Berdasarkan dari hasil wawancara bahwa pelanggan sangat menikmati (setuju) transaksi jual beli *online*, dimana pelanggan merasa terbantu akan kegiatan sehari-hari mulai dari tepat waktu hingga mudahnya mendapat produk yang di inginkan tanpa harus ke warung akan tetapi dalam jual beli *online* ada beberapa kekurangan misalnya Pelanggan tidak dapat melihat secara langsung produk atau menu yang di inginkan, melainkan pelanggan hanya dapat memilih dengan melihat gambar yang telah disediakan oleh pemilik warung di aplikasi Gojek.

C. Pembahasan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang diperoleh oleh peneliti, sosial media saat ini memiliki peran dan manfaat yang sangat penting di dalam meningkatkan penjualan produk secara *online* dan untuk memperluas jaringan penjualan. Hal ini dapat mendukung terjadinya proses jual beli secara *online*. Jual beli secara *online* termasuk dalam kegiatan bermuamalah dimana kegiatan jual beli *online* mengajarkan tentang nilai-nilai islam salah satunya adalah kejujuran, sehingga pembeli dan penjual mendapatkan kebahagiaan, dan terjadilah akad (perjanjian) jual beli *online* juga sangat memudahkan dalam kegiatan sehari-hari berdasarkan pendapat dari salah satu responden yang mengatakan bahwa jual beli *online* ini sangat memudahkan saya dalam aktivitas sehari-hari karena dalam keadaan yang begitu sibuk kemudian hadirnya jual beli *online* ini secara tidak langsung membantu saya menyelesaikan kegiatan yang begitu padat salah satu contohnya dapat melihat

barang-barang, makanan, minuman kemudian bisa juga melihat label kehalalannya sehingga dapat melakukan transaksi jual beli secara *online*.

Berdasarkan hasil penelitian membuktikan bahwa secara tidak langsung transaksi *online* sangat menguntungkan masyarakat, hal ini dibuktikan dengan banyaknya masyarakat yang merasa dimudahkan dengan transaksi jual beli *online* tanpa harus datang secara langsung ke warung makan Mas Joko untuk membeli makanan yang diinginkan. Transaksi jual beli *online* dianggap sebagai ittihad al-majilis, sehingga akad jual beli tersebut sah, karena masing-masing muta'aqqidain saling mengetahui dan mengetahui objeknya.

Berdasarkan hasil penelitian warung makan Mas Joko sudah menerapkan akad jual beli secara Islami dimana warung makan Mas Joko menggunakan akad jual beli sesuai syariah dengan adanya penjual, pembeli, barang dan uang yang digunakan dalam bertransaksi baik transaksi secara langsung maupun transaksi melalui sosial media.

Menurut Desy Safira dan Alif Ilham Akbar Fatriansyah yang berjudul "Bisnis Jual Beli *Online* Dalam Perspektif Islam." Islam melakukan bisnis melalui *online* diizinkan sesuai dengan syariah Islam. Sementara ada unsur riba, ketidakadilan, menipu. Nabi mengisyaratkan bahwa jual beli itu sah menurut hukum saat suka sama suka (Antaradhin), untuk dijual atau melalui bisnis *online* memiliki dampak positif karena praktis, cepat, dan mudah bagi pembeli.

Selama masa pandemi segala aktivitas dilakukan di rumah, sehingga mengakibatkan dampak yang sangat besar terhadap warung makan Mas Joko dikarenakan pembeli berkurang yang mengakibatkan kas pendapatan berkurang

sekitar 70% dari pendapatan biasanya. Dimana sebelum pandemi pendapatan warung makan Mas Joko sebesar Rp. 5.000.000 sampai Rp. 7.000.000 juta/ hari. Pandemi Covid-19 memberikan dampak pada usaha warung makan Mas Joko.

Hadimya pandemi Covid-19 sangat berdampak dalam sektor kehidupan dimana sebelum hadimya Covid-19 semua sektor dalam bidang kehidupan terasa begitu saja, manusia saling berjabatangan, dan menyapa. Tetapi semenjak adanya covid-19 kehidupan sangat berubah dimana manusia memakai masker, dilarang berjabat tangan, ataupun sentuhan secara fisik, kemudian manusia saling menjaga jarak, atau berdiam diri di rumah sesuai dengan anjuran pemerintah. Itu membuat manusia harus melakukan *planning* kembali, untuk kelangsungan hidupnya.

Usaha ini mulai merasakan kesulitan saat adanya pandemi Covid-19, dimana masa awal munculnya pandemi pendapatan sebesar Rp. 1.000.000 sampai Rp.2.000.000 juta/ hari. Setelah *new normal* pasca pandemi pendapatan mengalami peningkatan kas sekitar Rp. Rp. 3.000.000 sampai Rp. 4.000.000 dan dapat dilihat dari adanya penurunan pendapatan dari normalnya 100% kini menjadi 70%.

Hal ini dengan adanya dampak Covid-19 yang mengakibatkan penjualan warung makan Mas Joko mengalami penurunan pendapatan yang sangat drastis yang diakibatkan kurangnya pengunjung yang datang secara langsung ke warung, disisi lain penjualan yang secara *online* pun belum mengimbangi penjualan secara langsung sebelum adanya pandemi Covid-19. Sehingga mengakibatkan pemilik warung mengalami kerugian 70% selama pandemi Covid-19 dan kesulitan membayar gaji karyawan setiap bulannya.

Adapun dampak kelebihan dan kekurangan dalam aplikasi Gojek/Go-food:

1. Kelebihan

- a) Bagi penjual makanan, dapat memperluas target pasar/ jangkauan konsumen.
- b) Mempermudah konsumen dalam membeli makanan.
- c) Memajukan usaha kecil yang bergerak di bidang kuliner.
- d) Pelaku usaha bisa lebih kreatif dalam urusan kemasan produk.

2. Kekurangan

- a) Pengeeluaran ekstra bagi penjual maupun pembeli.
- b) Dalam beberapa kasus ada beberapa driver yang melakukan kecurangan berupa member nota palsu.
- c) Pembeli tidak mengetahui tentang kebersihan tempat masak.

Media *online* dalam penjualan di warung makan Mas Joko memiliki kelebihan dan kekurangan yang dirasakan oleh pembeli dimana penjualannya hanya menggunakan jasa Gojek dan masyarakat yang hanya menggunakan aplikasi Grab untuk bisa membeli di warung Makan Mas Joko dan harus mendownload aplikasi Gojek dan ketakutan yang dirasakan oleh pembeli dalam transaksi *online* seperti penipuan dan pesanan yang tidak sesuai. Tetapi adapun kelebihan dalam transaksi *online* yang dirasakan oleh masyarakat apalagi dimasa pandemi Covid-19 yang mewajibkan harus tetap di rumah dan menjauhi kerumunan tetapi masih bisa berbelanja di tempat yang diinginkan tanpa harus keluar rumah seperti berbelanja di warung makan Mas Joko masyarakat tinggal membuka aplikasi Gojek dan memilih menu dibagian *Go-food*.

Warung adalah salah satu rumah makan yang dikenal luas oleh masyarakat Indonesia, terutama dikalangan masyarakat kelas menengah ke bawah. Harga yang murah dan penyajian yang sederhana merupakan ciri khas yang menjadi faktor utama mengapa Warung Makan Mas Joko lebih melekat dikalangan masyarakat tersebut.

Menurut Penelitian Riko Alvero Manatur, et.al yang berjudul. "Dampak Pandemi Covid-19 Bagi Usaha Rumah Makan Selera Laut." Bahwa dampak pandemi Covid-19 bagi usaha kuliner atau restoran selera laut adalah akibat dari Covid-19 yang mengakibatkan kesusahan dalam memenuhi permintaan konsumen. Dimana terdapat penurunan dalam arus kas, yang biasanya pemasukan 100% menjadi penurun pendapatan sampai 40%. Seperti berkaitan dengan penurunnya permintaan pasar, hal ini dapat diamati menurunnya permintaan konsumen dalam pandemi Covid-19 karena adanya pemberlakuan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) bagi para usaha.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dalam judul skripsi "Penggunaan Sosial Media Dalam Usaha Jual Beli Berbasis *Online* Perspektif Islam (Studi Kasus Warung Makan Mas Joko Jl Sultan Alauddin Kecamatan Tamalate Pada Masa Pandemi Covid-19)". Maka peneliti mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

Jual beli *online* merupakan salah satu bentuk muamalah yang pada dasarnya *mubah* (boleh), kecuali ada dalil yang melarangnya. Syarat dan ketentuan jual beli *online* juga tidak bertentangan dengan syarat dan ketentuan yang ada di sistem.

1. Perspektif islam terhadap penggunaan sosial media dalam usaha jual beli *online* didasari dengan Al-qur'an dimana penjualan *online* sebagai salah satu bentuk muamalah, dalam hal ini Kejujuran dalam bertransaksi ekonomi Islam merupakan bagian yang sangat penting. Dimana seorang pedagang harus berlaku jujur, dilandasi keinginan agar orang lain mendapatkan kebaikan dan kebahagiaan sebagaimana dengan cara menjelaskan kondisi kecacatan suatu barang dagangan yang dia ketahui dan yang tidak terlihat oleh pembeli sehingga penjualan dalam transaksi jual beli yang dilakukan secara *online* sudah memenuhi akad (perjanjian).

2. Dampak pemasaran *online* di era Covid-19 yang dihadapi oleh usaha warung makan Mas Joko kurangnya pembeli dikarenakan perkuliahan dilakukan secara *daring* dan masyarakat sekitar lebih banyak tinggal di rumah sehingga pendapatan menurun 70% dari biasanya. Hal ini menyebabkan usaha warung makan Mas Joko mengalami penurunan omzet yang sangat drastis selama masa pandemi, terlebih adanya pemberlakuan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) di seluruh Indonesia.

B. Saran

Adapun saran peneliti yang di sampaikan dengan tujuan menjadi masukan dan gambaran bagi pemilik Warung Makan Mas Joko dan juga pengetahuan bagi pembaca, diantaranya:

1. Diharapkan kepada pemilik usaha agar lebih memaksimalkan penggunaan jasa *online* dalam jual beli agar bisa meningkatkan pendapatan warung makan Mas Joko.
2. Bagi pemilik warung untuk terus meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan, juga selalu menjaga profesionalisme dalam melayani dan memenuhi kebutuhan konsumen, serta tetap setia dalam melaksanakan niat mulianya.
3. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya melakukan penelitian dengan melibatkan variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, sehingga dapat memperkaya ilmu dan pengetahuan terhadap penggunaan sosial media dalam jual beli.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an dan Terjemahnya Cetakan Kementrian Agama Republik Indonesia, 2019.
- Adani, R, M. 2020. *Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Manfaat Untuk Bisnis*. Sumber <https://www.sekawanmedia.co.id/media-sosial-untuk-bisnis/> (Diakses. Tanggal 24 Mei 2021).
- Afrianti, N. 2019. *Komunikasi Pemasaran Usaha Rumah Makan Nasi Uduk Kelapa Dua Dalam Meningkatkan Minat Pelanggan di Kota Banda Aceh*. (Diakse 07 Juni 2021).
- Anugrah, J, R. 2020. Efektifitas Penerapan Strategi Online Marketing Oleh UMKM Dalam Masa Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) Corona Viruses Disease 2019 (COVID-19). *Jurnal MANOVA*, Volume 2, Nomor 2.
- Aulia, N. 2019. *Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Rumah Makan Super Geprek Cabang Jambi*. Skripsi Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi. Diakses 07 Agustus 2021.
- Darminto, P, R. 2017. *Fungsi Media Online dan Manfaatnya Bagi Pengembangan Pesan Dakwah Kepada Publik*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Dewi, P, R. 2019. *Sosial Media Sebagai Sarana Jual Beli Online*. <https://osf.io/preprints/inarxiv/r3jdy/>. Diakses tanggal 04 April 2021.
- Hadiwinata, K. et.al. 2020. Analisis Peran Media Sosial Instagram Sebagai Media Pemasaran dan Branding Bisnis di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Serabisma*, Volume 5, No. 07. Diakses 31 Maret 2021.
- Harmoko, A. 2018. *Analisis Komparatif Tingkat Pendapat Usaha Kuliner Penduduk Suku Jawa dan Makassar (Studi Kasus Pada Usaha Warung Bakso di Kecamatan Rappocini)*. (Diakses 30 Mei 2021).
- Hayati, N, dan Sinaga, I, A. 2018. *Fiqh dan Ushul Fiqh*. (Jakarta prenadamedia group). Hal 167.
- Inews.id. 2021. *Hukum Jual Beli Online Dalam Pandangan Islam*. <https://www.co.id/amp/s/www.inews.id/amp/lifestyle/mislim/hukum-jual-beli-online>. (Diakses Tanggal 08 Agustus 2021).
- Nisrina, N, D. 2015. *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Online dan Relevansinya Terhadap Undang-undang Perlindungan Konsumen*. Skripsi.
- Pratiwi, M,A,A. 2020-2021. Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Online Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal satyagraha*, vol. 03, No. 02. Diakses 29 Maret 2021.

- Pratiwi, M.A. 2020-2021. Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Online Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal satyagraha*, Vol. 03, No. 02. Diakses 29 Maret 2021.
- Prawiro, M. 2018. *Pengertian Media Online Secara Umum, Ciri-ciri, Fungsi, Jenis dan Contohnya*. Maxmanroe.com. <https://www.maxmanroe.com/vid/sosial/pengertian-media-online.html>. (Diakses. Tanggal 2 Agustus 2021).
- Safira, D, dan Fatriansyah, A, I, A. *Bisnis Jual Beli Online Dalam Perspektif Islam*. Vol. 5, No. 1. Diakses 08 Agustus 2021.
- Shobirin. 2015. *Jual Beli Dalam Pandangan Islam*. *Jurnal Bisnis*, Vol. 3, No. 2. Diakses 07 Agustus 2021.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. (Alfabete Bandung). Hal 283.
- Sugiyono. 2014. <http://epimts.umm.ac.id/503733/BAB%20III.pdf>. Diakses. Tanggal 02 Agustus 2021.
- Suhendi, H. 2002. *Fiqh Muamalah*. (PT Raja Grafindo Persada, Jakarta).
- Umar, H. 2013. <https://elib.unikom.ac.id/download.php?id=304498>. Diakses. Tanggal 04 Agustus 2021.
- Winarto, J. 2010. *Muamalah*. https://www.kompasiana.com/lokowinarto/muamalah_55001469a33311537250faa7. Diakses 12 Juni 2021.
- Yanti, F. 2019. *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Dengan Model Periklanan di Shopee*. (Diakses 29 Maret 2021).
- Zurohman, A, dan Rahayu, E. 2019. *Jual Beli Online Dalam Perspektif Islam*. *Jurnal Iqtishodiyah*, Volume 5, Nomor 1. Diakses 08 Agustus 2021.



DAFTAR PENELITIAN TERDAHULU

No.	Peneliti/Judul/Tahun	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Taufik, Eka Avianti Ayuningtyas. Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Bisnis Dan Eksistensi Platform <i>Online</i> . (2020).	Kualitatif deskriptif, menggunakan sumber data sekunder dan hasil riset, referensi dan pemberitaan <i>online</i> yang terkait dengan penelitian. teknik pengumpulan data menggunakan teknik dokumentasi.	Dampak pandemi Covid-19 terhadap kegiatan bisnis berbasis platform <i>online</i> di Jakarta. Ditemukan bahwa dampak pandemi Covid-19, terkluster pada 3 keadaan aktivitas bisnis, pertama bisnis bertahan atau stabil, kedua bisnis yang menurun dan ketiga bisnis berkembang.
2.	A.A Manik Pratiwi. Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan <i>Online</i> Saat Pandemi Covid-19. (2020-2021).	Pendekatan kualitatif yang dilakukan dengan teknik pengumpulan data melalui pengamatan langsung (observasi) dan wawancara mendalam (<i>depth interview</i>).	Temuan utama penelitian menunjukkan bahwa media sosial sangat berperan dalam meningkatkan penjualan <i>online</i> saat pandemi Covid-19. Media sosial yang digunakan yaitu Facebook, Instagram, Twitter, Line, dan Whatsapp.
3.	Khrisna Hadiwinata, Hudriyah Mundzir, Shohib Muslim. Analisis Peran Media Sosial Instagram Sebagai Media	Penelitian kualitatif deskriptif yang dilakukan dengan tujuan untuk membuat gambaran atau deskripsi	Strategi komunikasi yang diterapkan untuk perkembangan bisnis yaitu tunjukkan empati, gunakan gaya bahasa yang tepat, transparan & jelas, tetap

	Pemasaran Dan <i>Branding</i> Bisnis Di Era Pandemi Covid-19. (2020).	tentang suatu keadaan secara obyektif.	membuka konten, bagikan konten positif, update website toko <i>online</i> .
4.	Fajar Adi Prakoso. Dampak Corona Virus Disease (Covid-19) Terhadap Industri Food & Beverages. (2020).	Penelitian kualitatif, teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan mencatat segala informasi untuk melakukan analisis data dengan cara reduksi data, display data dan memberikan kesimpulan.	Covid-19 ini memiliki dampak yang sangat besar terhadap keberlangsungan industri makanan dan minuman terutama bagaimana para pelaku usaha dapat bertahan disaat kondisi yang tidak pasti, penutupan sejumlah tempat makanan seperti restoran, cafe dan lain-lain, pembatasan interaksi sosial memaksa pengusaha makanan dan minuman mengubah strategi bisnis mereka ke <i>online</i> secara keseluruhan.
5.	Liana Dwi Septiningrum. Manajemen Strategi Untuk Meningkatkan Penjualan Food And Beverage Di Era Pandemi Covid-19. (2021).	Pendekatan kualitatif, yaitu berlandaskan pada filsafat post positivisme, yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang amaliah, dimana peneliti sebagai instrumen kunci.	Manajemen strategi untuk meningkatkan penjualan di masa pandemi, meliputi perencanaan dengan mempuat kerangka penjualan mengutamakan pelayanan konsumen, peningkatan inovasi produk, dan meningkatkan strategi pemasaran khususnya di

			masa pandemic Covid-19.
6.	Rr.Lulus Prapti NSS,SE,Msi, Rahoyo,SE.,MM. Dampak Bisnis Kuliner Melalui Go food Bagi Pertumbuhan Ekonomi di Kota Semarang. (2018).	Metode penelitian kualitatif dengan menggunakan informan kunci sebanyak 4 pelaku bisnis kuliner.	Dampak bisnis kuliner melalui go food terhadap pertumbuhan ekonomi di kota semarang, penelitian ini didasarkan pada banyaknya bisnis kuliner yang menggunakan media <i>online</i> untuk memasarkan produk makannya.
7.	Nurbaya, Wahyu Chandra, Ansar Perubahan Sistem Pelayanan Makanan Pada Usaha Kuliner Selama Masa Pandemi Covid-19 dan Era Kebiasaan Baru di Kota Makassar. (2020).	Metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang bertujuan untuk mengetahui gambaran perubahan standar pelayanan makanan yang diterapkan oleh pengusaha kuliner baru di kota Makassar.	Perubahan dalam sistem pelayanan makanan yang diterapkan oleh pengusaha kuliner adalah dengan menerapkan standar kesehatan di rumah makan/restoran mereka seperti menyediakan fasilitas cuci tangan, pembatas plasti, menjaga jarak meja/kursi dan mewajibkan konsumen menggunakan masker.
8.	Ainur Rohmah. Pandemi Covid-19 dan Dampaknya Terhadap Perilaku Konsumen di Indonesia. (2020).	Kualitatif deskriptif dengan studi kepustakaan atau literature dengan data yang berkaitan dengan masalah penelitian. Analisis data dengan	Dampak yang ditimbulkan oleh pandemi Covid-19 terhadap perilaku konsumen. Pandemi Covid-19 memberikan banyak dampak pada semua aspek kehidupan, salah satunya pada aspek ekonomi. Dengan

		menggunakan teknik sistematik literature review.	perubahan perilaku konsumen ini, pelaku usaha atau perusahaan juga akan menyesuaikan selera yang diinginkan konsumen sehingga mereka akan mengubah berbagai ketentuannya.
9.	Ni Ketut Elly Sutrisni. Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Bisnis Penjualan Berbasis <i>Online</i> di Bali. (2020).	Metode kualitatif deskriptif, menggunakan sumber data sekunder dari riset, referensi dan pembentahan <i>online</i> yang terkait dengan penelitian.	Dampak pandemic Covid-19 terhadap kegiatan bisnis berbasis platform <i>online</i> di bali, ada 3 keadaan bisnis, pertama bisnis bertahan/stabil, kedua bisnis yang menurun dan ketiga bisnis berkembang.
10.	Desy Safira, Alif Ilham Akbar Fatriansyah. Bisnis Jual Beli <i>Online</i> Dalam Perspektif Islam. (2020).	Deskriptif kualitatif, penelitian ini termasuk literature untuk memeriksa sumber tertulis seperti jurnal ilmiah, buku referensi dan sumber lainnya.	Islam melakukan bisnis melalui <i>online</i> diizinkan sesuai dengan syariah islam. Sementara ada unsur riba, ketidak adilan, menipu. Nabi mengisyaratkan bahwa jual beli itu sah menurut hukum saat suka sama suka (Antaradhin), untuk dijual atau melalui bisnis online memiliki dampak positif karena praktis, cepat, dan mudah bagi pembeli.

PEDOMAN WAWANCARA

No.	Pertanyaan	Coding
1.	Sejak kapan Bapak/Ibu menjalani bisnis warung makan ini?	J
2.	Apakah jual beli <i>online</i> memberikan dampak positif kepada warung Bapak/Ibu?	J
3.	Mana yang lebih besar, transaksi secara <i>online</i> atau <i>offline</i> ?	J
4.	Apakah yang Bapak/Ibu ketahui tentang istilah-istilah akad jual beli dalam islam?	J
5.	Apakah penjualan yang dilakukan secara <i>online</i> sudah sesuai dengan akad jual beli secara islami?	J
6.	Bagaimana mekanisme transaksi jual beli <i>online</i> ditempat anda?	J
7.	Apakah pernah pelaku usaha anda mendapat complain dari konsumen?	J
8.	Apakah dampak yang dirasakan oleh pelaku usaha selama masa Covid-19?	J
9.	Apakah ada pembatasan jam kerja di warung makan ini sejak diberlakukannya PPKM?	J
10.	Sudah berapa lama anda bekerja di warung makan ini?	H, P, S, A
11.	Bagaimana strategi pelayanan pada pelanggan?	H, P, S, A
12.	Apakah transaksi <i>online</i> memudahkan anda dalam berbelanja ditempat ini?	I, SW, HM, NH, D
13.	Apakah ada perbedaan harga dalam transaksi <i>online</i> dan <i>offline</i> ?	I, SW, HM, NH, D
14.	Mengapa anda tertarik berbelanja <i>online/go-food</i> di banding berbelanja langsung ke warung makan?	I, SW, HM, NH, D

TRANSKIP

No.	Coding	Transkip
1	J	Saya menjalankan usaha mulai dari 2004.
	J	Berdampak tapi tidak begitu baik, karena kurangnya pembeli dan kampuspun ikut tutup dimana mahasiswa sering makan di warung kini tidak lagi dan pendapatan ikut menurun
	J	<i>Offline.</i>
	J	Penjual, pembeli barang dan uang.
	J	Sudah sesuai karena sudah memenuhi syarat dengan adanya penjual, pembeli barang dan uang.
	J	Transaksi manual.
	J	Tidak pernah.
	J	Dampak itu banyak, karena kurangnya penjualan yang mengakibatkan kami susah bayar gaji karyawan.
	J	Iya ada saat ppkm jam bukanya itu dari jam 09.00 sampai 17.00 sore.
	2	H
H		Rasa makanan sangatlah penting untuk kenyamanan pelanggan.
P		Selama 7 tahun.
P		Kami sangat memperhatikan kebersihan dan pelanggan sangat menikmati makanan yang telah disiapkan.
S		Selama 10 tahun.
S		Pelanggan adalah nomor satu, kami sajikan sangat cepat agar pelanggan tidak menunggu lama.
3	A	Selama 3 bulan.
	A	Menyediakan bahan makanan sampai habis makanan itu sendiri.
	I	Sangat memudahkan.
	I	Ada perbedaan, tetapi saya tidak hiraukan perbedaan harga, karena ini sangat memudahkan saya baik segi waktu atau tenaga.
SW	SW	Sangat membantu saya
	SW	Dari kesibukan sehari-hari saya, saya bisa mengatur waktu lebih baik tanpa saya harus ke warung makan lagi.

	HM	Sangat memudahkan dan praktis.
		Ada perbedaan harga dan pelayanan <i>online</i> sangat memudahkan saya.
	NH	Sangat setuju dan memudahkan saya.
		Dari pengalaman saya transaksi <i>online</i> sangat memudahkan saya bertransaksi tanpa saya harus datang ke warung.
	D	Sangat membantu diri saya
		Memesan produk tanpa harus keluar rumah apa lagi di masa pandemi sekarang ini dan masyarakat ditetapkan untuk tetap di rumah.



REDUKSI

No.	Coding	Transkrip
1	J	Saya menjalankan usaha mulai dari Tahun 2004.
	J	Adapun dampak yang paling dirasakan oleh pemilik warung makan yaitu kurangnya pembeli, dimana masyarakat sekitar lebih banyak tinggal dirumah sehingga pendapatan menurun 70% dari biasanya.
	J	Adapun pendapatan penghasilan yang di terima warung makan mas joko, jauh lebih besar transaksi offline di bandingkan dengan transaksi onlinenya.
	J	Penjual, pembeli barang dan uang.
	J	Sesuai karena sudah memenuhi syarat dengan adanya penjual, pembeli barang dan uang.
	J	Dalam mekanisme transaksi pembayaran, kami menggunakan sistem pembayaran <i>Cash On Delivery</i> (COD) atau bayar di tempat.
	J	Tidak pernah.
	J	Salah satu dampak yang dirasakan selama pandemi Covid-19, yaitu kurangnya penjualan yang mengakibatkan kami susah bayar gaji karyawan.
	J	Iya ada saat ppkm jam bukanya itu dari jam 09.00 sampai 17.00 sore.
	2	H
P		Selama 7 tahun. Kami sangat memerhatikan kebersihan warung untuk kenyamanan pelanggan serta pelanggan sangat menikmati makanan yang telah dihidangkan.
S		Selama 10 tahun. Pelanggan adalah nomor satu, jadi sebaik mungkin kami sajikan makanan dengan cepat agar pelanggan tidak menunggu lama.
A		Selama 3 bulan. Menyediakan bahan makanan dengan kualitas yang baik dalam proses pembuatan menu yang dibuat. Dan tidak menggunakan bahan makanan yang tidak layak

		pakai yang bisa mengurangi kelezatan makanan itu sendiri.
	I	Dengan adanya transaksi <i>online</i> , itu sangat memudahkan saya dalam setiap transaksi. Ada perbedaan, tetapi saya tidak menghiraukan adanya perbedaan harga, karena ini sangat praktis memudahkan saya baik dari segi waktu dan tenaga. Dengan adanya Gojek lebih memudahkan transaksi jual beli tanpa harus keluar rumah.
	SW	Sangat membantu saya. Dari kesibukan saya sehari-hari, dengan adanya transaksi <i>online</i> , ini memudahkan saya mengatur waktu lebih baik tanpa harus ke warung untuk makan. Dikamakan dengan menggunakan Gojek lebih cepat dan memudahkan saya untuk berbelanja kebutuhan seperti makanan.
3	HM	Ia memudahkan sebab praktis lebih hemat waktu Tentu saja ada perbedaan harga, tapi dengan adanya pelayanan <i>online</i> dalam transaksi ini lebih memudahkan. Dikarenakan lebih praktis dalam membeli dimana saja dan kapan saja.
	NH	Ia memudahkan saya. Terdapat perbedaan harga dari pembelian langsung dan tidak langsung. Seperti yang kita ketahui bahwasanya pada saat ini kita di batasi untuk berinteraksi secara langsung atau keluar rumah sehingga saya menggunakan aplikasi <i>online</i> ini sebagai jalan untuk mendapatkan keinginan saya.
	D	Sangat membantu diri saya. Memesan produk tanpa harus keluar rumah apa lagi di masa pandemi sekarang ini dan masyarakat ditetapkan untuk tetap di rumah. karena dimudahkan tanpa harus keluar untuk berbelanja.



PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
BIDANG PENYELENGGARAAN PELAYANAN PERIZINAN

Nomor: 21845/S.01/PTSP/2021
Lampiran: -
Perihal: Izin Penelitian

Kepada Yth.
Wakilnya Makassar

d-
Tempat

Berdasarkan surat Ketua LP3M UIN BSMUH Makassar Nomor: 4574/RS/C 4-VIII/OK/40/2021 tanggal 17 September 2021 perihal tersebut diatas: mahasiswa/peneliti dibawah ini

Nama: **MUR WAHYUNI**
Nomor Pokok: **152741100817**
Program Studi: **Ekonomi Islam**
Pekerjaan/Lembaga: **Mahasiswa (S1)**
Alamat: **Jl. Sir Alauddin No. 259, Makassar**

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka penyusunan Skripsi dengan judul

"ANALISIS DAMPAK COVID-19 TERHADAP PENGGUNAAN SOSIAL MEDIA DALAM USAHA JUAL BELI BERBASIS ONLINE MENURUT PERSPEKTIF ISLAM (STUDI KASUS WARUNG MAKAN MAS JORO JL. BULTAN ALAUDDIN KECAMATAN TAMALATE)"

Yang akan dilaksanakan dari: Tgl. 04 Oktober s/d 04 November 2021

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami menyetujui kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Dokumen ini ditandatangani secara elektronik dan Surat ini dapat dibuktikan keabsahannya dengan menggunakan barcode

Demikian surat izin penelitian ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ditertibkan di Makassar
Pada tanggal: 04 Oktober 2021

A.N. GUBERNUR SULAWESI SELATAN
KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU
SATU PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN
Setaku Administrator Pelayanan Perizinan Terpadu

Ir. H. DENNY IRAWAN SAARDI, M.Si
Pangkat: Pembina Utama Madya
Nip: 19620624 199303 1 003

Tersusun 02
1. Ketua LP3M UIN BSMUH Makassar di Makassar
2. Penitip

01/PTSP/2021



J. Boulevard No 5 Telp. (0411) 441077 Fax. (0411) 448936
Website: <http://dinas-sulselprov.go.id> Email: cbn@sulselprov.go.id
Makassar 90231



Dokumentasi Wawancara



Lokasi Penelitian Warung Makan Mas Joko Jl. Sultan Alauddin Kecamatan Tamalate.



Pemilik warung makan Mas Joko Jl. Sultan Alauddin Kecamatan Tamalate





Dokumentasi bersama karyawan warung makan Mas Joko



Dokumentasi bersama Bapak Rahman sebagai juru parkir





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

Alamat Kantor: Jl. Sultan Alauddin No.250 Makassar 90222 Telp.0411/4065972,0811203, Fax.0411/302368

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT KETERANGAN JEBAS PLAGIAT

UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:

Nama : Nur Wahyuni
NIM : 105741100817
Program Studi : Ekosistem Islam

Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	9%	10 %
2	Bab 2	25%	25 %
3	Bab 3	9%	10 %
4	Bab 4	10%	10 %
5	Bab 5	4%	5%

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang diadakan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan
Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Densikan surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan
seperluanya.

Makassar, 13 Januari 2022

Mengetahui

Kepala UPT-Perpustakaan dan Penerbitan


Nurrahmah, S.Hum, M.L.P.
NIM: 964 591

vahyuni 105741100817 BAB I

9%
SIMILARITY INDEX

10%
INTERNET SOURCES

7%
PUBLICATIONS

6%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

- 1 id.123dok.com 4%
- 2 pascasarjana.untan.ac.id 4%
- report.y.uin-suska.ac.id 2%



Wahyuni 105741100817 BAB II

25%
SIMILARITY INDEX

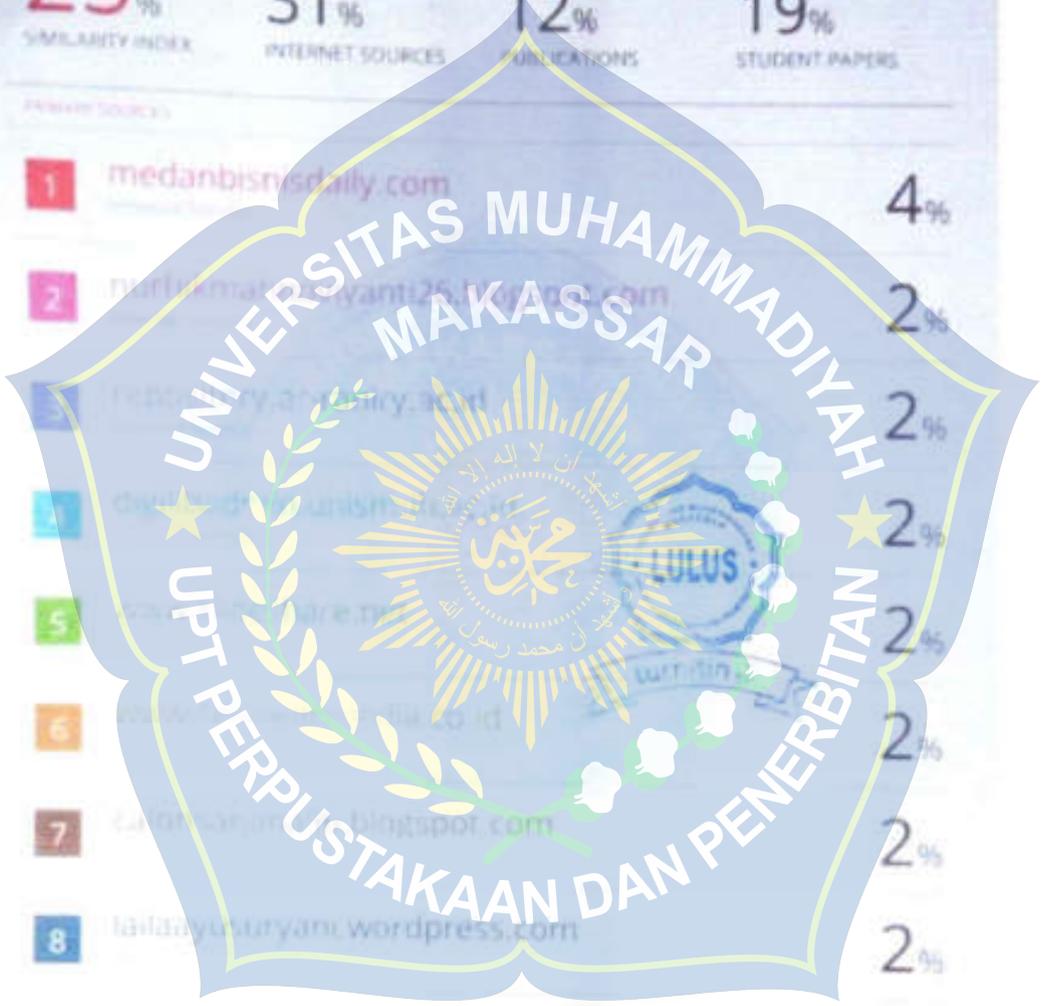
31%
INTERNET SOURCES

12%
PUBLICATIONS

19%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	medanbisnisdaily.com	4%
2	natulikmatyanti26.blogspot.com	2%
3	repository.abdnary.ac.id	2%
4	diulidriy.unishm.ac.id	2%
5	www.ijare.iaictp.org	2%
6	www.ijare.iaictp.org	2%
7	CalonSarung.blogspot.com	2%
8	lailayusufyani.wordpress.com	2%
9	id.scribd.com	2%



Wahyuni 105741100817 BAB III

QUALITY REPORT

9%	9%	8%	4%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

REFERENCED SOURCES

1	repository.unissula.ac.id	2%
2	ejournal.uin-suka.ac.id	2%
3	repository.uahdsolo.ac.id	2%
4	ejournal.uin-suka.ac.id	2%



Jahyuni 105741100817 BAB IV

ACTIVITY REPORT

10%

SIMILARITY INDEX

11%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PROBABLY SOURCE'S

1	ejournal.unsrat.ac.id Internet Source	2%
2	repositori.uin-sulawesi.ac.id	2%
3	eprat.uny.ac.id	2%
4	epub.uin-sulawesi.ac.id	2%
5	www.uin-sulawesi.ac.id	2%



Wahyuni 105741100817 BAB V

4%

SIMILARITY INDEX

4%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

4%

STUDENT PAPERS

PRIMA SOURCES



Submitted to UIN Raden Intan Lampung

4%



BIOGRAFI PENULIS



NUR WAHYUNI panggilan Uni lahir di Makassar pada tanggal 12 Juni 1999 dari pasangan suami istri Bapak Sabaruddin dan Ibu Rahmatia. Peneliti adalah anak pertama dari 4 bersaudara. Peneliti sekarang bertempat tinggal di Jl. Dg. Tata Mangasa Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan. Pendidikan yang ditempuh oleh peneliti yaitu SD Inpres Mangasa 1 lulus tahun 2011, MTS Aisyiyah Sungguminasa lulus tahun 2014, SMA Negeri 1 Sungguminasa lulus tahun 2017, dan mulai tahun 2017 mengikuti Program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Ekonomi Islam Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar sampai dengan sekarang. Sampai dengan penulisan skripsi ini peneliti masih terdaftar sebagai mahasiswa Program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Ekonomi Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.