

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PERANAN MEDIA SOSIAL PADA PENJUALAN USAHA
SALAD BUAH RC PADA MASA COVID 19 DI PEKANBARU
DALAM PERSEPEKTIF EKONOMI SYARIAH**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Memenuhi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



OLEH:

TRI SELVI MAULANA

NIM. 11725202816

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGRI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU - PEKANBARU
1443 H/2021 M**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul “PERANAN MEDIA SOSIAL BAGI PENGEMBANGAN USAHA KECIL DAN MENENGAH (UKM) SALAD BUAH RC PADA MASA COVID 19 DI PEKANBARU PERSEPEKTIF EKONOMI SYARIAH”, yang di tulis oleh :

Nama : Tri Selvi Maulana
Nim : 11725202816
Jurusan : EKONOMI SYARIAH

Dapat diterima dan disetujui untuk diajukan dalam sidang Munaqasa Fakultas Syari'ah Dan Hukum Universitas Islam Sultan Syarif Qasim Riau

Pekanbaru , 09 September 2021

Pembimbing Skripsi



Nuryanti, S.E.I., M.E.Sy

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“PERANAN MEDIA SOSIAL DALAM PENJUALAN USAHA SALAD BUAH RC PADA MASA COVID 19 DI PEKANBARU DALAM PERSEPEKTIF EKONOMI SYARIAH”**, yang ditulis oleh:

Nama : **TRI SELVI MAULANA**

NIM : 11725202816

Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 21 Desember 2021 M

TIM PENGUJI MUNAQASYAH,

Ketua

Dr. Nurnasrina, SE, M. Si

Sekretaris

Zuraidah, MAg

Penguji I Metodologi

Bambang Hermanto, MA

Penguji II Materi

Dr. Drs. Heri Sunandar, MCL

Mengetahui,

Dekan Fakultas Syari'ah Dan Hukum



Dr. H. Zulkifli M. Ag

NIP. 19741006 200301 1 005



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran Surat :
 Nomor : Nomor 25/2021
 Tanggal : 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : TRI SELVI MAULANA
 NIM : 11725202816
 Tempat/Tgl. Lahir : TeLUK Pinang, 21 Juni 2000
 Fakultas/Pascasarjana : Syariah dan hukum
 Prodi : Ekonomi Syariah.

Judul ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya~~*:

Peranan Media Sosial pada Penjualan usaha Sate
 Buah ke pada masa covid 19 di Pekanbaru
 Dalam perspektif Ekonomi Syariah.

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya~~* dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya~~* saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/(Karya Ilmiah lainnya)~~* saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

januari
 7 Pebr 2022.
 Pekanbaru,
 Yang membuat pernyataan



TRI SELVI MAULANA
 NIM : 11725202816

*pilih salah satu sesuai jenis karya tulis



ABSTRAK

Skripsi ini Berjudul : “Peran Media Sosial pada Penjualan Usaha Salad Buah RC Pada Masa Covid 19 di Pekanbaru dalam Persepektif Ekonomi Syariah (Studi Kasus Usaha Salad Buah RC Jl. Pattimura N0.16 kelurahan Cintaraja Kecamatan Sail, Gobah)”

Penelitian ini dilatar belakangi oleh terjadinya kenaikan penjualan usaha Salad Buah RC pada masa covid 19 saat menggunakan media sosial dalam penjualannya. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: bagaimana peran media sosial pada penjualan usaha Salad Buah RC Pekanbaru pada masa covid 19 bagaimana peluang dan tantangan usaha Salad Buah RC pada masa Covid 19 dan bagaimana tinjauan Ekonomi Syariah terhadap peran media sosial pada penjualan usaha Salad Buah RC pada masa Covid 19 di Pekanbaru.

Penelitian ini bersifat lapangan, maka dalam pengumpulan data penulis menggunakan Teknik observasi,wawancara dan dokumentasi. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Untuk mendapatkan hasil dalam penelitian ini penulis menggunakan data primer dan data sekunder. Informan dalam penelitian ini adalah pemilik toko, pengelola dan karyawan

Berdasarkan hasil penelitian pada usaha Salad Buah RC ini memasarkan produknya pada masa Covid 19 melalui media sosial yaitu *Facebook, Instagram* dan juga *WhatsApp*. Pemilik melakukan pemasaran dengan cara melalui chat, update status, upload foto dan juga video yang menarik. Hal ini bisa dilihat dari peningkatan penjualan hingga 13.639.000 pada bulan Mei 2021 penjualan melalui media sosial pun memiliki peluang dan tantangan seperti luasnya jaringan, pesanan yang pasti, dan banyaknya pengguna media sosial sedangkan tantangannya terutama banyaknya pesaing, karakter pelanggan yang beraneka macam,jujur, serta adanya return barang yang rusak. Usaha Salad Buah RC ini menggunakan akad as-salam dan sudah menjalankan prinsip-prinsip Syariah yaitu, Shiddiq, Amanah, Fathanah, Tabligh.

Katakunci : *Media Sosial, Usaha Kecil dan Menengah, Salad Buah*

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan atas kehadiran Allah subhanahu wata'ala, atas berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini tepat pada waktunya. Sholawat dan salam tidak lupa kita sampaikan kepada junjungan besar kita Nabi Muhammad shallallahu 'alaihi wasallam yang telah membawa umatnya dari zaman kejahilan ke zaman ilmu pengetahuan seperti sekarang ini.

Penulisan skripsi ini dengan judul : “Peranan Media Sosial pada Penjualan Usaha Salad Buah RC pada Masa Covid 19 di Pekanbaru dalam Persepektif Ekonomi Syariah)” penulisan skripsi ini guna untuk melengkapi tugas dan memenuhi sebagai syarat untuk mencapai gelar sarjana Ekonomi Syariah pada Fakultas Syariah dan Hukum di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan, karena keterbatasan ilmu dan pengetahuan yang peneliti miliki. Dengan hati yang lapang penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak demi kesempurnaan dimasa yang akan datang. Dalam penulisan skripsi ini penulis mendapatkan banyak bimbingan, dukungan, petunjuk dan bantuan dari berbagai pihak. Selain itu, banyak curahan pikiran dan motivasi penulis dapatkan demi kesempurnaan tugas akhir ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ucapkan terimakasih kepada semua pihak yang turut andil dalam penyelesaian skripsi ini, di antaranya:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- © Hak cipta milik UIN Suska Riau
1. Terimakasih kepada kedua orang tuaku tersayang, Ayahanda “Haris” dan Ibunda “Rahmatan” yang telah melahirkan, membesarkan, mendidik dan membantu penulis baik dari segi materil dan nonmateril hingga hari ini, serta selalu mendoakan penulis dari menjalankan perkuliahan hingga terselesaikannya skripsi ini.
 2. Buat segenap sanak saudara penulis yang mendoakan dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang namanya tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
 3. Bapak Prof. Dr. H. Hairunnas, M.Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
 4. Bapak Dr. Zulkifli, M.Ag., Bapak Dr. H. Erman, M.Ag., Bapak Dr. H. Mawardi, S.Ag., M.Si., dan Ibu Dr. Sofia Hardani, M.Ag. Selaku Dekan dan wakil Dekan Fakultas Syariah dan Hukum, yang telah memberikan waktu dan kesempatan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik diwaktu yang tepat.
 5. Bapak Muhammad Nurwahid., S.Ag.,M.Ag. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah, beserta Bapak Syamsurizal., S.E., Msc. Ak. Selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri (Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Syarif Kasim Riau.
 6. Ibu Nuryanti, S.E.I.,M.E.Sy yang telah membimbing dan memberikan arahan serta meluangkan waktunya demi menyelesaikan skripsi ini degan baik.
 7. Bapak Bambang Hermanto,MA selaku Dosen Penasehat Akademis Penulis.
 8. Buat Ibu Desi yang mau memberikan saya arahan dan meluangkan waktunya demi kesempurnaan skripsi penulis.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

9. Bapak / Ibu dosen yang telah mendidik dan memberikan ilmu-ilmunya kepada penulis, sehingga penulis bisa seperti ini mengetahui apa yang belum penulis ketahui.
10. Terimakasih kepada Ibu Ryana Calydia Usaha Salad Buah RC Di Jl. Pattimura Gobah Yang telah memberikan data dan informasi serta meluangkan waktunya dalam pengumpulan data selama penulisan skripsi ini.
11. Buat abang Tava dan kakak ku Santi yang juga selalu selalu memberikan semangat serta dukungannya dan doa demi penyelesaian skripsi ini.
12. Teman seperjuangan Jurusan ekonomi Syariah dan seluruh lokal E.I.E yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu, yang mana telah membantu dalam menyelsaikan studi dan skripsi ini yang selalu mendukung dan memberikan semangat kepada penulis.
13. Sahabat penulis yang selalu memberikan semangat Apri Wilnita, Monica, Belia, Robi dan Ijef.

Harapan penulis semoga Allah subhanahu wata'ala membalas kebaikan semua pihak dengan kebaikan yang melimpah baik di dunia dan di akhirat kelak.
Aamiin Ya Rabbal 'Alamiin.

Demikianlah skripsi ini diselesaikan semampu penulis, harapan penulis semoga penulisan skripsi ini dapat berguna bagi penelitian selanjutnya yang akan menulis topik yang sama demi perkembangan Civitas Akademika.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pekanbaru, November 2021

Penulis,

Tri Selvi Maulana
NIM. 11725202816



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah.....	7
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
E. Metode Penelitian	9
F. Sistematika Penulisan	14
BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	
A. Profil Kelurahan Cintaraja.....	16
B. Profil Usaha Salad Buah RC Pekanbaru.....	21
C. Struktur Organisasi usaha Salad Buah Rc Pekanbaru	23
BAB III TINJAUAN TEORITIS	
A. Pengertian Peranan	28
B. Pengertian Sosial Media	30
C. Pengertian Penjualan	32
D. Pengertian Usaha	33
E. Peran Media Sosial Pada Penjualan Suatu Usaha	34
F. Peran Media Sosial pada Penjualan Suatu Usaha pada Masa Covid 19.....	36
G. Manfaat Media Sosial.....	38
H. Macam Macam Media Sosial untuk Melakukan Promosi Bisnis	39
I. Pengertian Pemasaran Online	45
J. Jual beli Online dalam Pandangan Islam.....	47

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Peran Media Sosial dalam Penjualan Usaha Salad Buah RC pada Masa Covid 19 di Pekanbaru	50
B. Peluang dan Tantangan Usaha Salad Buah RC dalam Menjalankan Usahanya Pada Masa Covid 19	61
C. Tinjauan Ekonomi Islam	68

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	72
B. Saran	73

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel II.1	Batas-Batas Wilayah Kelurahan Cingtaraja	17
Table II.2	Luas Wilayah Kelurahan Cingaraja.....	17
Tabel II.3	Iklim Kelurahan Cingaraja	18
Tabel II.4	Jenis kesuburan Kelurahan Cingaraja.....	18
Tabel II. 5	Orbitasi Kelurahan Cingaraja	18
Tabel II.6	Jumlah Penduduk Kelurahan Cingaraja.....	19
Tabel II.7	Jumlah Penduduk Kelurahan Cingaraja Menurut Kepala Keluarga.....	19
Tabel II. 8	Frozen Food Salad Buah RC	23
Tabel IV. 9	Total Pendapatan Usaha Salad Buah RC Pekanbaru Sejak Bulan Mei tahun 2020-2021	60

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1	Struktur Organisasi Kelurahan Cintaraja Kecamatan Sail ..	20
Gambar II. 2	Struktur organisasi UKM Salad Buah RC Pekanbaru	24
Gambar IV.1	Grafik Selama Setahun	60



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan informasi dewasa ini bergerak sangat cepat, dengan adanya perkembangan teknologi informasi serta komunikasi, manusia sudah tidak lagi memperlakukan batas, jarak, ruang dan waktu. Dalam berkomunikasi, kini masyarakat sudah jarang berkomunikasi secara tatap muka ataupun bercakap secara lisan. Namun beralih kepercakapan tulisan. Selain handphone yang dapat digunakan untuk mengirim pesan, kini internet juga berperan sebagai sumber informasi yang bahkan jaringannya tersebar hingga seluruh bagian bumi.

Menghadapi mekanisme pasar yang semakin terbuka dan kompetitif, penguasaan pasar merupakan persyaratan untuk meningkatkan daya saing.

Terlebih dengan semakin banyaknya masyarakat yang memanfaatkan internet dan semakin mudah serta murah koneksi internet, suatu usaha dituntut untuk melakukan perubahan guna meningkatkan daya saingnya agar dapat terus berjalan dan berkembang. Salah satunya adalah dengan cara menggunakan teknologi informasi (TI).

Tingginya penggunaan teknologi secara otomatis meningkatkan penggunaan internet hal ini juga mendorong perkembangan bisnis online yang sangat pesat. Fenomena ini sudah pasti menjadi peluang untuk menciptakan dan mengembangkan produk atau layanan yang dibutuhkan oleh para konsumen pasar yaitu para pengguna internet.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Maraknya bisnis online diseluruh dunia. Menunjukkan juga perkembangan yang sangat pesat e-commerce di Indonesia pada beberapa tahun terakhir. Hal ini menggambarkan peluang bisnis online memiliki prospek yang sangat baik dan salah satu potensi besar untuk memperoleh keuntungan yang menjanjikan dan pengembangan usaha yang bervariasi.¹

Dalam perkembangan di era pemasaran yang cukup banyak digunakan oleh para pelaku usaha kecil menengah adalah melalui media sosial sebagai media promosi. Tidak dapat dipungkiri faktor penyebaran media sosial yang memiliki jangkauan yang luas baik secara geografis dan kelas sosial serta biaya yang sangat murah membuat media sosial menjadi primadona dalam pemasaran produk ataupun jasa akhir-akhir ini. Peran penting dalam pemasaran oleh media sosial dari satu sampai lima pelaku usaha kecil menengah telah menerapkan pemasaran atau promosi dengan melalui media sosial.²

Dalam era digital, penguasaan teknologi oleh suatu usaha sangatlah diperlukan. Strategi pemasaran untuk melebarkan jangkauan pasar dan nilai merek dengan bantuan teknologi sangatlah mendukung peningkatan penjualan usaha tersebut.³

Media sosial dapat menjadi wadah atau tempat untuk berbagi karya, ide, tanggapan, bahkan untuk berjualan. Para pebisnis dapat memperoleh

¹Dicky Nofriansyah, et.al., *Bisnis Online: Strategi dan Peluang Usaha*, (Yayasan Kita Menulis, 2020), h.11.

²Carunia Mulya Firdausy. *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2017), h.41.

³Setyo Riyanto, et.al., *Selling Yourself*. (Bandung : PT MarkPlus Indonesia, 2016), h.152.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sulthan Syarif Kasim Riau

kemudahan dalam berinteraksi serta menampilkan produknya, agar menjadi daya tarik dan membuat para pembeli atau pelanggan menggunakan media sosial dalam tiap aktivitas bisnis.⁴

Melalui media sosial orang-orang yang berjualan tidak akan khawatir jika barang jualannya tidak laku, sebab sebagaimana manusia yang setiap harinya menggunakan akses internet dalam jangka waktu yang sangat lama internet juga memiliki daya tarik dan keunggulan sendiri bagi para konsumen misalnya dalam segi kenyamanan, akses 24 jam sehari, efisiensi, alternatif ruang ataupun pilihan yang tidak terbatas, personalisasi, sumber informasi potensial, dan lain-lain. Tidak heran jika pasar digital saat ini menjadi sarana yang paling populer dikalangan masyarakat. Pasar digital bukan hanya tentang online shop saja, tetapi saat ini sedang marak nya grub jual beli online yang menjual berbagai macam kebutuhan sendan yang dibutuhkan oleh masyarakat. Pemanfaatan media sosial sebagai pasar digital membutuhkan kreativitas dalam aplikasinya dengan tujuan untuk menarik perhatian konsumen.⁵

Di kalangan generasi milenial, pemanfaatan media sosial jadi sebuah modal tersendiri layaknya modal ekonomi. Secara sosial berbagai media era digital ini mampu menghadirkan modal sosial yang strategis untuk meningkatkan produktivitas. Melalui media sosial, setiap orang kini sangat mudah terhubung dengan orang lain atau berbagai komoditas di pasar.

⁴Didin Hadi Saputra, et.al., *Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah*, (Yayasan Kita Menulis, 2020) h.106.

⁵Dhifa Nabila, et.al., 2020, *Peradaban Media Sosial di Era Industri 4.0*. (Malang: PT. Cita Intrans Selaras),h.55.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Para pelaku usaha tentu berpeluang besar memanfaatkan keadaan ini untuk memajukan usaha mereka. Di media sosial pelaku dapat mempromosikan produk, mencari konsumen baru, meluaskan pasar, atau melakukan ragam transaksi secara mudah, efisien, dan bahkan seketika.⁶

Menurut dari prasarvey peran media sosial sendiri bagi usaha kecil di bidang kuliner di jaman sekarang sangatlah penting apalagi disaat pandemi. Hal ini dikarenakan sosial media memiliki jangkauan yang sangat luas. Semua orang bisa melihat apa yang dijual melalui postingan foto atau video makanan yang dipromosikan melalui Instagram. Dan juga mempermudah berkomunikasi kepada konsumen tanpa harus bertatap muka.

Dalam menghadapi pandemik virus corona, Usaha kecil perlu terus diperkuat, apalagi UKM tidak lagi dipandang sebagai alternatif, melainkan sebagai tulang punggung atau pondasi ekonomi negara agar Kembali normal. Maka dari itu UKM juga didorong harus meningkatkan pengetahuan yang luas serta memanfaatkan teknologi pemasaran yang ada saat ini seperti internet.⁷

Pasar bisnis di Indonesia sangat diuntungkan dengan kehadiran media sosial seperti Instagram karna memiliki dampak yang semakin hari semakin berkembang pesat. Instagram merupakan sebuah aplikasi yang memungkinkan penggunaanya untuk berbagi foto maupun video. Penggunaannya yang mudah membuat aplikasi ini begitu diminati oleh berbagai kalangan, baik untuk

⁶Arif Hoetoro dan Dias Satria, *Smart Economy Kewirausahaan UMKM*, (Malang: UB Press, 2020) h.101.

⁷Zulaikha, *Bisnis UMKM di Tengah Pandemi*, (Surabaya:Press@Unitimo.ac.id, 2020), h.80.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

sekedar membagi informasi terkait kegiatan sehari-hari ataupun untuk berbisnis.

Menurut Napoleoncat jumlah pengguna Instagram di Indonesia mencapai 69.270.000 akun dan hal itu semakin hari semakin bertambah. Indonesia sendiri di Daulat sebagai negara dengan pengguna Instagram paling besar di Asia Pasifik.⁸ Dari data tersebut Instagram merupakan peluang yang sangat relevan untuk memulai berbisnis secara online.

Pasar bisnis di Indonesia khususnya yang bergerak dibidang kuliner saat ini memang tidak bisa lepas dari pemanfaatan sosial media seperti Instagram. Berbagai produk makanan dan minuman dipasarkan secara online. Dikemas sedemikiam rupa untuk menarik minat konsumen. Tingkat persaingan dalam bisnis dibidang kuliner tersebut menuntut para pelaku bisnis untuk menciptakan produk yang tak hanya memiliki cita rasa yang lezat akan tetapi ciri khas untuk mendapatkan perhatian konsumen.

Media sosial dapat menjadi media yang menghubungkan antara pengusaha dan konsumen. Konsumen dapat dengan mudah mendapatkan informasi dengan mudah mengenai produk. Melalui media sosial Salad Buah RC Pekanbaru secara konsisten dapat memberikan yang terbaik. Dengan mempertahankan kecendrungan pasar, menyediakan informasi, dan menyediakan pelayanan yang sesuai.

Pemasaran yang dilakukan oleh Salad Buah RC Pekanbaru melalui media sosial melakukan promosi kepada ratusan followers di Instagram,

⁸Mustafa iman, "Pengguna Instagram di Indonesia Didominasi Wanita dan Generasi Milenial", artikel dari. www.goodnewsfromindonesia.id. Diakses pada 21 desember 2021.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Facebook dan juga WhatsApp dengan menggunakan foto-foto produk yang menarik konsumen. Karna di dalam kuliner Salad Buah RC Pekanbaru tersebut tidak hanya fokus kepada salad buah saja, namun ada makanan *Frozen food*, cake, dan berbagai macam minuman siap saji. Dan juga menerima pesanan bagi konsumen yang ingin memesan salad buah dan juga pudding hias.

Keberhasilan dalam bisnis di bidang kuliner dapat ditinjau dari beberapa aspek seperti bagaimana pelayanan serta bagaimana strategi promosi dalam memasarkan bisnisnya. Dalam islam jual beli diperbolehkan sebagaimana firman Allah SWT:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا^٩

Artinya : Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba (QS:

Al-Baqarah:275)⁹

Allah SWT juga berfirman:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدِينٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ^{١٠}

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang telah ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya” (QS: Al-Baqarah: 282)¹⁰

Abdullah bin Abbas Radiyallahu anhu menjadikan ayat ini sebagai landasan membolehkan jual beli sistem pesan ini. Beliau mengatakan “saya

⁹Q.S. Al-Baqarah (02): 275.

¹⁰ Q.S. Al-Baqarah (02): 282.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bersaksi bahwa jual beli as-Salam yang terjamin hingga tempo tertentu telah dihalalkan dan diizinkan oleh Allah Azza wa jalla dalam Al Quran

Dari penjelasan di atas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul: **“Tentang Peranan Media Sosial pada Penjualan Usaha Salad Buah Rc pada Masa Covid 19 di Pekanbaru dalam Persepektif Ekonomi Syariah”**.

B. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan tidak keluar dari permasalahan yang di teliti, maka penulis membatasi permasalahan ini hanya berkisaran tentang Peranan Media Sosial Pada Penjualan Usaha Salad Buah RC Pada Masa Covid 19 Di Pekanbaru Persepektif Ekonomi Syariah

C. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka penulis merumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana peran media sosial pada penjualan Usaha Salad Buah RC Pada Masa Covid 19 di Pekanbaru.
2. Bagaimana peluang dan tantangan dalam menjalankan usaha Salad Buah RC pada masa Covid 19.
3. Bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap peran media sosial dalam penjualan usaha Salad Buah RC pada masa Covid 19 di Pekanbaru.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- Untuk mengetahui peran media sosial pada penjualan usaha Salad Buah RC pada Masa Covid 19 di Pekanbaru.
- Untuk mengetahui peluang dan tantangan dalam menjalankan usaha Salad Buah RC pada masa Covid 19
- Untuk mengetahui tinjauan ekonomi Islam mengenai peran media sosial pada penjualan usaha Salad Buah RC Pada Masa Covid 19 di Pekanbaru.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

- Sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam pada fakultas Syariah dan Hukum dan untuk meningkatkan wawasan penulis mengenai peran media sosial bagi suatu usaha pada masa pandemi
- Sebagai sumbangan pemikiran dalam menambah khazamah ilmu pengetahuan dan diharapkan bisa menambah literatur skripsi di perpustakaan UIN SUSKA RIAU
- Sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam pada Fakultas Syariah dan Hukum untuk meningkatkan wawasan penulis mengenai peran media sosial dalam penjualan suatu usaha pada masa pandemi dibidang kuliner



E. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian lapangan pada usaha Salad Buah RC yang dilakukan di jalan Patimura No.16 Gobah-Pekanbaru. Alasan penulis melakukan penelitian di tempat tersebut ialah karena pada masa Covid 19 banyak sekali usaha kecil memberhentikan usahanya dikarenakan mereka tidak memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produknya. Namun pada usaha Salad Buah RC ini ternyata mengandalkan media sosial, sehingga pada masa covid 19 pun usaha Salad Buah RC ini mengalami Peningkatan dari pemasaran media sosial. Oleh karena itu peneliti tertarik meneliti di lokasi tersebut.

2. Subjek dan Objek Penelitian

- a. Subjek penelitian adalah pihak-pihak yang dijadikan sebagai sampel dalam sebuah penelitian.¹¹ Subjek penelitian ini adalah pimpinan usaha, pengelola beserta karyawan yang bekerja di toko Salad Buah RC Pekanbaru.
- b. Objek penelitian adalah masalah atau tema yang diteliti, yang menjadi objek penelitian ini adalah Peranan Media Sosial pada penjualan usaha Salad Buah RC Pada Masa Covid 19 di Gobah-Pekanbaru Jl. Pattimura No.16.

¹¹ https://id.wikipedia.org/wiki/Subjek_penelitian.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Jenis dan Sumber Data

Penulis membagi dua kategori jenis sumber data yaitu:

- a. Data Primer adalah keterangan yang diperoleh peneliti secara langsung dari sumbernya. Dalam penelitian ini sumber data primer diperoleh langsung dari pengamatan penulis, serta dari data pertanyaan yang berupa wawancara.
- b. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari tangan kedua.¹² Dalam penelitian ini penulis mendapatkan data dari perpustakaan, buku-buku literatur dan data sekunder yang diperoleh dari dokumen-dokumen yang ada di lembaga yang berkaitan dengan masalah.
- c. Data tersier adalah data penunjang dari kedua data di atas yakni data primer dan skunder. Data ini diperoleh melalui kamus, insklopedia dan lain sebagainya yang masih ada keterkaitan dengan masalah yang diteliti.

4. Penentuan Informan

Informan penelitian merupakan orang yang diyakini memiliki pengetahuan luas tentang permasalahan yang sedang diteliti. Setelah ditetapkan lokasi penelitian, berikutnya dipilih informan sebagai subjek penelitian. Adapun Teknik penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *Purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel atas tujuan tertentu. Informan ini dibutuhkan untuk mengetahui

¹²Muharto dan Arisandy Ambarita, *Metode Penelitian Sistem Informasi*, (Yogyakarta: Deepublish, 2016), h. 83.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kondisi yang sesuai dengan bagaimana peran Media Sosial Pada Penjualan Usaha Salad Buah RC Pada Masa Covid 19 di Pekanbaru.

Teknik yang digunakan dalam pemilihan informan menggunakan metode purposive di mana peneliti menetapkan informan berdasarkan anggapan bahwa informan dapat memberikan informasi yang diinginkan peneliti sesuai dengan permasalahan penelitian. Karena penelitian ini mengkaji tentang Peranan Media Sosial Pada Penjualan Usaha Salad Buah RC Pada Masa Covid 19 Di Pekanbaru. Informan yang dipilih adalah informan kunci yaitu si Pemilik usaha Salad Buah RC Pekanbaru, yang baik pengetahuan serta keterlibatannya dengan permasalahan yang akan diteliti tidak diragukan lagi. Dari informan kunci ini selanjutnya akan melakukan wawancara kepada pengelola serta karyawan pada usaha Salad Buah RC Pada Masa Covid 19 Di Pekanbaru, yang juga memiliki pengetahuan luas tentang Peran Media Sosial Bagi Pengembangan usaha Salad Buah RC pada masa Covid 19 di Pekanbaru semua informan tersebut diwawancarai secara mendalam untuk mendapatkan informasi yang valid, relevan dan memadai.¹³

5. Metode Pengumpulan Data

Untuk menerima data yang valid dalam penelitian ini maka metode yang penulis gunakan adalah:

¹³Rukin, *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, (Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2021), h.67.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Observasi adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan melakukan pengamatan langsung kelapangan mengenai masalah yang diteliti
- b. Wawancara adalah proses percakapan yang dilakukan oleh seorang interview dengan tujuan tertentu, dengan pedoman dan bisa bertatap muka maupun melalui alat komunikasi tertentu.¹⁴ Disini penulis menggunakan tehnik wawancara semi terstruktur, dimana dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara semi terstruktur ini adalah untuk menemukan permasalahan secara terbuka, dimana pihak terkait dimintai pendapat dan ide-idenya.
- c. Dokumentasi, yaitu catatan tertulis yang berhubungan dengan suatu peristiwa masa lalu, baik yang dipersiapkan maupun tidak dipersiapkan untuk suatu penelitian.¹⁵ Dokumentasi merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan peneliti kualitatif untuk mendapatkan gambaran dari sudut pandang subjek melalui suatu media dan dokumen lainnya yang ditulis atau dibuat langsung oleh subjek yang bersangkutan.

6. Tehnik Analisi Data

Tehnik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif yaitu bagian dari statistika yang mempelajari alat, Teknik, atau prosedur yang digunakan untuk menggambarkan atau

¹⁴Fandi Rosi Sarwo Edi, *Teori Wawancara Psikodiagnostik*, (Yogyakarta: LeutikaPrio, 2016), h.3.

¹⁵ Andi Prastowo, *Metode Penelitian Kualitatif dan Persepektif Rancangan Penelitian*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz, 2014), h. 226



mendeskripsikan kumpulan data atau hasil pengamatan yang telah dilakukan. Data dianalisis dan dijabarkan secara kualitatif, sehingga menggambarkan secara rinci pokok permasalahan Peranan Media Sosial Pada Penjualan Usaha Salad Buah RC Pada Masa Covid 19 di Pekanbaru.

7. Metode Penulisan Data

- a. Deskriptif, yaitu catatan tentang apa yang sesungguhnya sedang diamati, yang benar-benar terjadi menurut apa yang dilihat, didengar dan diamati dengan alat-alat indra penelitian. Dalam metode penulisan ini berisi kutipan-kutipan data (fakta) yang diungkapkan di lapangan untuk memberikan dukungan terhadap apa yang disajikan dalam laporannya.¹⁶
- b. Induktif, yaitu menggabungkan data-data yang bersifat khusus yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, kemudia dianalisa dan ditarik kesimpulan yang bersifat umum.
- c. Deduktif, adalah penulis membuat pendapat yang bersifat komprehensif lalu dicarikan pendukung dari pendapat para pakar.¹⁷

Dalam arti lain yaitu mengemukakan data-data yang bersifat umum yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, kemudian, dianalisa dan ditarik kesimpulan yang bersifat khusus.

¹⁶ Alibu Anggito dan Johan Setiawan, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jawa Barat: CV Jejak, 2018), h. 11

¹⁷ I Wayan Suwendra, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Nilacakra CV, 2018), h. 15

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

F. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah atau memaparkan yang runtun dan sistemik, maka pembahasan masalah itu dibagi lima bab yang akan disusun dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Adapun yang terdapat dalam pendahuluan adalah latar belakan masalah, Batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LOKASI PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan tentang letak geografis, gambaran umum secara singkat sejarah usaha Salad Buah RC Pekanbaru, visi misi usaha Salad Buah RC Pekanbaru serta produk Salad Buah RC Pekanbaru.

BAB III : LANDASAN TEORI

Bab ini membahas tentang pengertian peranan, pengertian media sosial, pengertian penjualan, pengertian usaha, peranan media sosial pada penjualan suatu usaha, peranan media sosial dalam penjualan usaha pada saat Covid 19, manfaat media sosial, macam-macam media sosial untuk melakukan promosi bisnis, pengertian pemasaran online serta konsep mempertahankan pelanggan dan jual beli online dalam pandangan Islam

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV : HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang apa yang terjadi dari peranan Media sosial bagi pengembangan usaha Salad Buah RC pada masa covid 19 di Pekanbaru dan tinjauan ekonomi Islam terhadap peranan media sosial bagi pengembangan usaha Salad Buah RC pada masa covid 19 di Pekanbaru

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab terakhir, dimana penulis akan mengambil kesimpulan yang diperoleh berdasarkan hasil penelitian serta memberikan saran-saran yang diperlukan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Profil Kelurahan Cintaraja

Kelurahan Cintaraja adalah salah satu kelurahan di Kecamatan Sail Pekanbaru Riau. Kelurahan Cintaraja berasal dari kepenghuluan Pekanbaru selatan yang dimekarkan menjadi kepenghuluan Jadierjo dan pada tahun 1965 di bentuk menjadi kepenghuluan Cintaraja dengan penghulu pertama yaitu Muhammad Thaib Kutai.

Tahun 1979 sebagian kepenghuluan Cintaraja wilayahnya dimekarkan menjadi kelurahan Sukamaju, pada tahun 1979 kepenghuluan Cintaraja menjadi Kelurahan Cintaraja dengan jumlah 22 RT dan 5 RW.

Kelurahan Cintaraja sampai sekarang sudah dipimpin oleh 19 orang penghulu/Lurah yang terdiri dari 17 laki-laki dan 3 orang lurah perempuan,

Adapun batas wilayah kelurahan Cintaraja sebagai berikut:

Sebelah utara berbatasan dengan kelurahan Sukamaju.

Sebelah selatan berbatasan dengan kelurahan Tangkerang Utara.

Sebelah Timur berbatasan dengan kelurahan Sukamaju.

Sebelah Barat berbatasan dengan kelurahan Wonorejo.¹⁸

Bila dilihat dari luas wilayah kelurahan Cintaraja Kecamatan Sail lebih kurang 0,965 Km² jumlah penduduk per Desember 2010 adalah 6.676 jiwa dan jumlah kepala keluarga (KK) adalah 1,734 KK dengan penduduk heterogen yang berasal dari berbagai suku bangsa.

¹⁸ Dokumentasi, 14 maret 2020.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

I. Gambaran Umum Keadaan Geografis

Batas-Batas Wilayah

Tabel II.1
Batas-Batas Wilayah Kelurahan Cingtaraja

Batas	Kelurahan	Kecamatan
Sebelah Utara	Sukamaju	Sail
Sebelah Selatan	Tangkerang Utara	Bukitraya
Sebelah Barat	Simpang empat	Pekanbaru Kota
Sebelah Timur	Sukamaju	Sail

Letak & Luas Wilayah

Kelurahan Cingtaraja terletak di Kecamatan Sail Kota Pekanbaru dengan Luas Kelurahan Cingtaraja $\pm 0,965 \text{ KM}^2$, posisi Kelurahan Cingtaraja sangat strategis, karena terletak di Kota Pekanbaru yang merupakan Ibukota Provinsi Riau sekaligus Pusat Pemerintahan Provinsi Riau.¹⁹

Luas Wilayah Menurut Penggunaan

Table II.2
Luas Wilayah Kelurahan Cingtaraja

No.	Indikator	Luas
1	Luas Permukiman	0,535 Km ²
2	Luas Perkarangan	0,016 Km ²
3	Luas Taman/Hutan Buatan	0Km ²
4	Luas Perkantoran	0,241Km ²
5	Luas Prasarana umum	0,173Km ²
6	Luas Kuburan	0Km ²
Total Luas		0,965 Km²

Sumber Data Primer

¹⁹ Dokumentasi, 14 maret 2020.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Iklim

Tabel II.3
Iklim Kelurahan Cintaraja

No.	Indikator	Luas
1	Curah Hujan	66,3 – 392, 4 Mm
2	Jumlah Bulan Hujan	12 Bulan
3	Kelembaban	68 % - 83% °C
4	Ketinggian	-

Sumber Data Primer

Jenis Kesuburan Tanah

Tabel II.4
Jenis kesuburan Kelurahan Cintaraja

No.	Indikator	Luas
1	Warna tanah sebahagian besar	Hitam
2	Tekstur tanah	Pasiran
3	Tingkat Kemiringan tanah	-
4	Lahan Kritis	-
5	Lahan Terlarant	-

Sumber Data Primer

Orbitasi

Tabel II. 5
Orbitasi Kelurahan Cintaraja

No.	Indikator	Keterangan
1	Jarak ke Ibu Kota Kecamatan	300 m
2	Jarak tempuh ke Ibu Kota Kecamatan dengan kendaraan bermotor	3 Menit
3	Lama Jarak tempuh ke Ibu Kota Kecamatan dengan berjalan kaki/kendaraan Non bermotor	10 Menit
4	Kendaraan Umum ke Ibu kota Kecamatan	-
5	Jarak ke Ibu kota Kabupaten/Kota	1,5 Km
6	Jarak tempuh ke Ibu Kota Kabupaten/Kota dengan kendaraan bermotor	20 Menit
7	Lama Jarak tempuh ke Ibu Kota Kabupaten/Kota dengan berjalan kaki/kendaraan Non bermotor	25 Menit
8	Kendaraan Umum ke Ibu kota Kabupaten/Kota	2 Jenis
9	Jarak ke Ibu kota Provinsi	1,5 Km
10	Jarak tempuh ke Ibu Kota Provinsi dengan kendaraan bermotor	20 Menit
11	Lama Jarak tempuh ke Ibu Kota Provinsi dengan berjalan kaki/kendaraan Non bermotor	30 Menit
12	Kendaraan Umum ke Ibu kota Provinsi	2 Jenis

Sumber Data Primer

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Jumlah Penduduk (2 Tahun Terakhir)

Tabel II.6
Jumlah Penduduk Kelurahan Cintaraja

No	Indikator	Jumlah			
		Tahun 2017		Tahun 2018	
		LK	PR	LK	PR
1	Jumlah penduduk	3.265	3.252	3.272	3.292
2	Persentase Peningkatan Jumlah Penduduk	0,86 %	0,86 %	0,97 %	0,97%
Jumlah Penduduk		6.517 Jiwa		6.564 Jiwa	

Sumber Dara Primer

Jumlah Penduduk Menurut Kepala Keluarga (2 Tahun Terakhir)

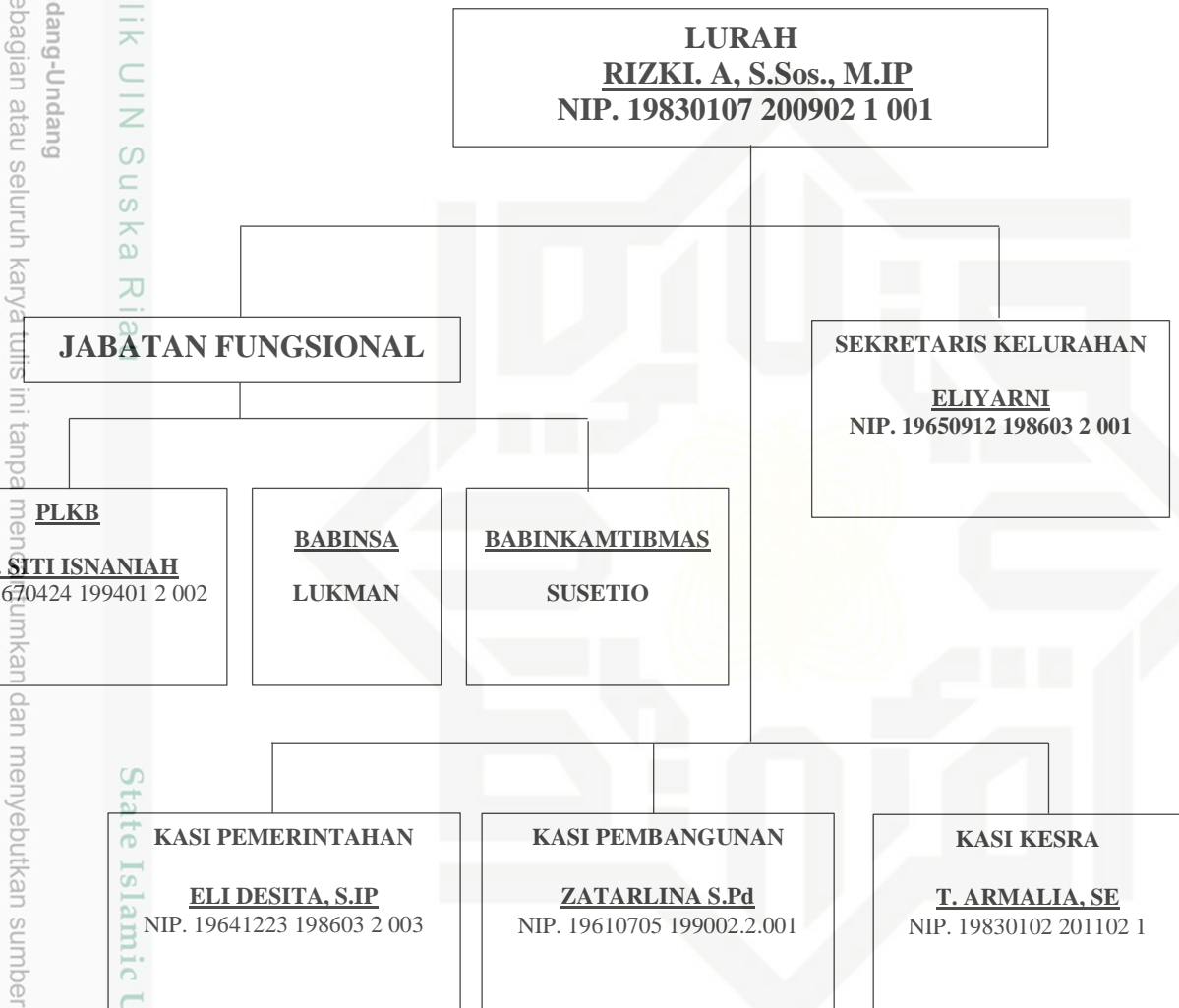
Tabel II.7
Jumlah Penduduk Kelurahan Cintaraja Menurut Kepala Keluarga

No	Indikator	Jumlah			
		Tahun 2017		Tahun 2018	
		LK	PR	LK	PR
1	Jumlah Kepala Keluarga	1617	36	1612	42
2	Persentase Peningkatan Jumlah Kepala Keluarga	0,97 %	0,74 %	0,97 %	0,74 %
Jumlah Total Kepala Keluarga		1.653 KK		1.654 KK	

Sumber Data Primer

2. Struktur Organisasi Pemerintahan Kelurahan Cintaraja Kecamatan Sail Kota Pekanbaru Tahun 2019²⁰

Gambar II.1
Struktur Organisasi Kelurahan Cintaraja Kecamatan Sail



Sumber Data Primer

²⁰ Dokumentasi, 14 maret 2020.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. Profil Usaha Salad Buah RC Pekanbaru

1. Sejarah Usaha Salad Buah Rc Pekanbaru

Salad Buah RC ini adalah usaha jajanan sehat dengan menggunakan berbagai macam buah yang fresh, dan di jual dalam keadaan dingin, dengan harga yang sangat terjangkau. Salad Buah RC ini merupakan singkatan dari nama pemilik toko yaitu salad buah Ryana Calydyda²¹

Usaha salad buah rc ini mulai berjualan pada tahun 2019, awalnya usaha ini hanya berjualan di tepi jalan, di dekat kampus UNRI Gobah. Dan memiliki 2 karyawan. karna orderan semakin bertambah, pendapatan juga jadi meningkat, akhirnya pada tahun awal 2020 membuka toko salad buah di kelurahan Cinta Raja, Kecamatan Sail, Kota Pekanbaru Riau yang bertepatan di jalan Pattimura dan tidak lagi berjualan di tepi jalan.

Dan semenjak berdirinya toko tersebut Salad Buah Rc berniat tidak menjual salad buah saja, namun juga menjual berbagai macam *Frozen Food* seperti Kebab, pempek lenjer, bakso sapi, tahu bakso, pisang gulung. dan juga menjual berbagai minuman seperti kopi, teh, dan berbagai minuman fresh lainnya yang dibuat sendiri di dapur pemilik. Dan pada saat berdirinya toko tersebut usaha salad buah Rc ini hanya memiliki 1 orang karyawan.

Usaha Salad Buah RC ini juga menerima open PO untuk pemesanan pudding atau salad buah hias melalui akun media sosial Instagram, facebook dan WhatsApp Salad Buah RC Pekanbaru.

²¹ Ahmad Jefri. Karyawan Salad Buah RC, *Wawancara*, Pekanbaru. 29 maret 2020.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Mengingat lagi sekarang jaman semakin canggih. Pemilik usaha salad buah Rc ini juga mempromosikan usaha nya melalui akun Instagram salad buah Rc, yang pada awalnya hanya memiliki beberapa followers hingga sekarang menjadi 281 followers dan akan semakin bertambah setiap harinya. Akun Instagram ini sudah di jalan kan sejak tahun 2019. Dengan mempromosikan usaha nya melalui akun Instagram salad buah RC ini membuat makin banyak nya peminat terutama para ibu-ibu.²²

2. Visi, Misi dan Nilai Usaha Salad Buah Rc Pekanbaru

a. Visi

Menghadirkan makanan sehat yg dikemas dalam satu kemasan yang aman dan membuatnya mudah untuk di konsumsi langsung/ menyimpannya di dalam pendingin untuk dimakan nanti, dan yg terpenting harganya yg sangat terjangkau untuk semua kalangan.²³

b. Misi

Memberikan jajanan yang enak, berkualitas dan juga sehat untuk para konsumen dan menghadirkan berbagai rasa agar konsumen tidak mudah bosan.²⁴

c. Tujuan

Menarik minat konsumen untuk belajar hidup sehat dengan mengkonsumsi buah-buahan yang segar dan sehat. Serta mencapai target penjualan.²⁵

²²Ryana Calydy. Pemilik Salad Buah RC, *Wawancara*, Pekanbaru. 29 maret 2020.

²³Ryana Calydy. Pemilik Salad Buah RC, *Wawancara*, Pekanbaru. 29 maret 2020.

²⁴Ryana Calydy. Pemilik Salad Buah RC, *Wawancara*, Pekanbaru. 29 maret 2020.

²⁵Lutfi Lukman. Pengelola Salad Buah RC, *Wawancara*, Pekanbaru. 29 maret 2020.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

3. Produk Usaha Salad Buah Rc Pekanbaru

- a. Salad buah (300ml) 10.000
- b. (400ml) 15.000
- c. (600ml) 20.00
- d. Marmer cake
- e. Untuk harga Pudding/salad buah hias tergantung pesanan konsumen.²⁶

Tabel II. 8
Frozen Food Salad Buah RC

No	Nama Produk	Harga (Rp)
1	Kebab (isi10)	60.000
2	Pisang gulung (10)	30.000
3	Bakso sapi (500g)	60.000
4	Tahu bakso (10)	25.000
5	Pempek Lenjer (20)	60.000

Sumber Data Primer

C. Struktur Organisasi usaha Salad Buah Rc Pekanbaru

Organisasi merupakan sekumpulan orang yang memiliki tujuan, dan teratur secara sistematis. Tujuan dari pengorganisasian adalah untuk mengalokasikan sumberdaya dan pekerjaan kedalam struktur formal yang terintegrasi agar tujuan dapat tercapai secara cepat, tepat, efektif dan efisien.²⁷

Berdasarkan sifatnya organisasi dibedakan menjadi dua macam, yaitu organisasi formal dan informal. Organisasi formal adalah setiap bentuk kerjasama antara dua orang atau lebih yang diatur dan dilaporkan secara resmi dalam rangka mencapai tujuan bersama. Sedangkan organisasi informal merupakan sisi lain yang berada dalam organisasi formal yang mempengaruhi

²⁶ Ahmad Jefri. Karyawan Salad Buah RC, *Wawancara*, Pekanbaru. 29 maret 2020.

²⁷ Dian Ari Nugroho, *Pengantar Manajemen Untuk Organisasi Bisnis Publik dan Nirlaba*, (Malang: UB Press, 2017), h.21.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

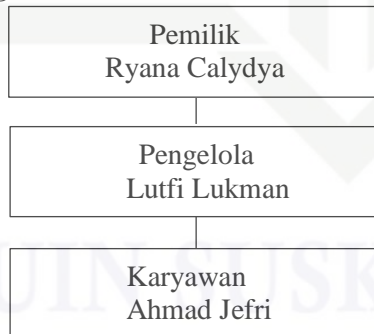
tumbuh kembangnya hubungan dan aktivitas antara orang-orang didalam organisasi yang tidak diatur struktur organisasi. Dilihat dari sisi kepemilikan dan pengelolaannya, terdapat organisasi swasta dan organisasi pemerintah. Dilihat dari bidang kegiatannya dapat dibedakan antara organisasi politik, sosial, pemuda dan lain-lain.²⁸

Struktur organisasi adalah sistem formal tentang hubungan tugas dan wewenang yang mengendalikan bagaimana tiap individu bekerjasama dan mengelola segala sumberdaya yang ada untuk mewujudkan tujuan organisasi.

Bagi semua organisasi, sebuah struktur yang tepat adalah struktur yang mampu merespons banyak masalah koordinasi dan motivasi yang sewaktu waktu bisa muncul baik dibagian lingkungan, tekhnologi, ataupun sumberdaya manusia. Manakala organisasi itu tumbuh dan berkembang pulalah struktur yang ada di dalamnya.²⁹

Berikut merupakan struktur organisasi dan uraian tugas pada usaha Salad Buah Rc kelurahan Cintaraja, kecamatan sail kota Pekanbaru.

Gambar II. 2
Struktur Organisasi Usaaha Salad Buah RC Pekanbaru



Sumber Data Primer

²⁸ Irjus Indrawan, et.al., *Manajemen Perpustakaan Sekolah*, (Pasuruan: CV Penerbit Qiara Media, 2020), h.78-79.

²⁹Dicky Wisnu, *Teori Organisasi Struktur dan Desain*, (Malang: UMM Press, 2019), h. 8-9.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Pengelola Usaha Salad Buah Rc Pekanbaru

Kelangsungan usaha bagi perusahaan kecil sangat tergantung pada peran para pengusaha yang juga sebagai pengelola atau manajer. Dalam teori manajemen yang dikembangkan oleh Mintzberg, terdapat 3 peran manjerial yang dapat diterapkan sebagai seorang manajer dalam suatu organisasi. Yaitu peran antarpribadi, yang dimana peran ini menunjukkan bahwa seorang manajer harus mampu memerankan dirinya sebagai seorang toko figure, manajer dan juga penghubung. Yang ke dua yaitu peran informasiional, dimana mencakup peran pemantauan, peran penyebar informasi, dan peran pembicara. Yang ketiga yaitu peran keputusan, dimana peran keputusan ini mencakup tiga peran penting. Hal ini bahwa peran manejerial yang harus dilakukan oleh pengelola usaha sangat penting untuk dilakukan agar kelangsungan usaha dapat dipertahankan.³⁰

Dari pengertian di atas pemilik serta pengelola harus dapat mengawasi dan mengarahkan karyawan agar melaksanakan tugas dengan baik agar setiap permintaan konsumen dapat dilaksanakan dengan maksimal. Pemilik serta pengelola juga harus memiliki hubungan yang baik terhadap karyawan agar para karyawan tidak merasa dirinya tertekan atas setiap yang diperintahkan yang dapat mempengaruhi penjualan pada usaha Salad Buah Rc Pekanbaru. Selain sebagai pemilik dan juga

³⁰Dedi Mulyadi, *Faktor-Faktor Manajerial dalam Pengelolaan Usaha Penggilingan Padi*, (Bandung : CV Media Sains Indonesia, 2021), h.18.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pengelola juga bertindak sebagai marketing pada usaha Salad Buah Rc Pekanbaru.³¹

Tugas seorang marketing untuk melakukan promosi agar terjadi proses *selling-out* atau penjualan primer. Yaitu pembelian konsumen di outlet yang tersedia.³²

Selain itu pada usaha Salad Buah Rc Pekanbaru ini melakukan promosi/ pemasaran melalui media sosial. Pemasaran melalui media online (E-marketing) merupakan suatu proses pemasaran yang menggunakan internet, dimana dengan menggunakan E- marketing konsumen dapat memperoleh informasi mengenai produk, melakukan transaksi jual beli dengan penjual dan mempromosikan produk yang telah dikonsumsi oleh konsumen bahkan turut mempromosi penjual atau perusahaan yang produknya telah dibeli oleh konsumen.³³

2. Pemilik

Pemilik bertugas mengelola produksi Salad Buah dan juga berbagai macam *Frozen food*. Dari membeli dan memilih buah buahan yang segar. Dan tahap pembuatan berbagai macam *Frozen food*. Segaligus mengawasi karyawan dan juga memberi informasi kepada karyawan. Pemilik usaha ini adalah seorang ibu rumah tangga yang memulai usaha

³¹ Ryana Calyda. Pemilik Salad Buah RC, *Wawancara*, Pekanbaru. 29 maret 2020.

³²Titik wijayanti, *Marketing Plan dalam Bisnis*, (flex media komputindo. 2014), h.164.

³³I'in Endang Mardiani dan Orland Jorge Imanuel, "Analisis Keputusan Pembeli Konsumen Melalui Media Online (E-Marketing)", Volume 4., No. 2., (2013), h. 154.

nya Bersama dengan suami nya pada tahun 2019 hingga saat ini. Juga sebagai owner di akun Instagram salad buah Rc pekanbaru.³⁴

3. Karyawan

Manajer menetapkan 1 karyawan yang dipercayai dalam mengurus toko serta penjualan setiap harinya. Dari menggoreng *frozen food* hingga memberikan pelayanan terhadap konsumen yang datang.³⁵

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

³⁴ Ryana Calydia. Pemilik Salad Buah RC, *Wawancara*, Pekanbaru. 29 maret 2020.

³⁵ Lutfi Lukman. Pengelola Salad Buah RC, *Wawancara*, Pekanbaru. 29 maret 2020.



BAB III

TINJAUAN TEORITIS

A. Pengertian Peranan

Pengertian peran menurut Soerjono Soekanto, yaitu peran merupakan aspek dinamis kedudukan, apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya dengan sesuai, maka ia menjalankan suatu peranan. Dalam sebuah organisasi setiap orang memiliki berbagai macam karakteristik dalam melaksanakan tugas, kewajiban atau tanggung jawab yang telah diberikan oleh masing-masing organisasi atau Lembaga. Sedangkan menurut Gibson Invancevich dan Donelly peran adalah seseorang yang harus berhubungan dengan 2 sistem yang berbeda, biasanya organisasi.³⁶

Kemudian menurut Riyadi peran dapat diartikan sebagai orientasi dan konsep dari bagian yang dimainkan oleh suatu pihak dalam oposisi sosial.

Dengan peran tersebut, sang pelaku baik itu individu maupun organisasi akan berperilaku sesuai harapan orang atau lingkungannya. Peran juga diartikan sebagai tuntutan yang diberikan secara struktural. Dimana didalamnya terdapat serangkaian tekanan dan kemudahan yang menghubungkan pembimbing dan mendukung fungsinya dalam mengorganisasi. Peran merupakan seperangkat perilaku dengan kelompok, baik kecil maupun besar, yang kesemuanya menjalankan berbagai peran.³⁷

³⁶Afif Syarifudin Yahya, et.al., *Kajian Ilmu Manajemen*, (Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2021), h.70.

³⁷Rosramadhana, et.al.. *Menulis Etnografi*, (Yayasan Kita Menulis, 2020),h.87.

Hakekatnya peran juga dapat dirumuskan sebagai suatu rangkaian perilaku tertentu yang ditimbulkan oleh suatu jabatan tertentu. Kepribadian seseorang juga mempengaruhi bagaimana peran itu harus dijalankan. Peran yang dimainkan/diperankan pimpinan tingkat atas, menengah maupun bawah akan mempunyai peran yang sama.

Peran terdiri dari tiga komponen :

1. Konsepsi peran, yaitu: kepercayaan seseorang tentang apa yang dilakukan dengan suatu situasi tertentu
2. Harapan peran, yaitu: harapan orang lain terhadap seseorang yang menduduki posisi tertentu mengenai bagaimana ia seharusnya bertindak.
3. Pelaksanaan peran, yaitu : perilaku sesungguhnya dari seseorang yang berada pada suatu posisi tertentu. Kalau ketiga komponen tersebut berlangsung serasi, maka interaksi sosial akan terjalin kesinambungan dan kelancarannya.

Berdasarkan tiga komponen tersebut dapat disimpulkan peran sebagai berikut:³⁸

1. Peran adalah pengaruh yang diharapkan dari seseorang dalam dan antar hubungan sosial tertentu.
2. Peran adalah pengaruh yang berhubungan dengan status atau kedudukan sosial tertentu.
3. Peran berlangsung bilamana seseorang melaksanakan hak-hal dan kewajiban-kewajibannya sesuai dengan statusnya.

³⁸Syaron Brigitte Lantaeda, et.al., *Jurnal Peran Badan Perencanaan Pembangunan Daerah dalam Penyusunan RPJMD Kota Tomohon*, Volume 04.,No. 048., (2017), h. 2.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

4. Peran terjadi bila ada suatu Tindakan dan bilamana ada kesempatan yang diberikan.

B. Pengertian Sosial Media

Internet merupakan sesuatu yang tidak asing lagi bagi masyarakat modern di Indonesia. Sebelumnya, internet hanya digunakan untuk bertukar informasi melalui e-mail dan chatting dan untuk mencari informasi dengan menelusuri di mesin pencari *google 'browsing'* dan *'googling'*. Namun seiring dengan perkembangannya saat ini, internet mampu melahirkan suatu jaringan baru yang biasa dikenal dengan sebutan media sosial. Media sosial merupakan salah satu media online dimanapun para penggunanya dapat saling berkomunikasi, mencari informasi dan menambah teman baru, dengan beragam fitur yang dimilikinya. Komunikasi dalam media sosial tidak lagi dibatasi oleh jarak ruang dan waktu. Komunikasi bisa terjadi dimanapun, kapanpun tanpa harus bertatap muka dengan dukungan media sosial yang ada seperti, *facebook, whatsapp, Instagram, twitter, path*, dan media sosial lainnya, kehadiran media sosial membawa pengaruh tersendiri terhadap kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat saat ini.³⁹

Media sosial adalah sebuah media online. Dimanapun para penggunanya berada, mereka dapat dengan mudah berpartisipasi. Berpartisipasi dalam arti seseorang akan dengan mudah berbagi informasi, menciptakan konten atau isi yang ingin disampaikan kepada orang lain,

³⁹ Sitti Nurhalimah, et.al., *Media Sosial, Dan Masyarakat Pesisir: Refleksi Pemikiran Mahasiswa Bidikmisi*, (Yogyakarta: Deepublish, 2019), h. 34.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sulthan Syarif Kasim Riau

memberi komentar terhadap masukan yang diterimanya dan seterusnya. Semua dapat dilakukan dengan cepat dan tak terbatas.⁴⁰

Sosial media merupakan sarana dan prasarana atau saluran komunikasi interaksi sosial media yang tersedia di media internet. Pengguna sosial media internet ini disebut dengan User Social Media. Media ini memberikan saluran komunikasi dan interaksi, serta layanan informasi membangun jaringan (networking), dan berbagai pesan (share). Social media atau dalam Bahasa Indonesia disebut media sosial adalah media yang didesain untuk memudahkan interaksi sosial yang bersifat interaktif atau dua arah.⁴¹

Sosial media terdiri dari dua kata, yaitu “sosial” dan “media”, sosial diartikan sebagai kenyataan sosial dimana setiap individu melakukan aksi yang memberi kontribusi kepada masyarakat. Sedangkan media dapat diartikan sebagai alat komunikasi. Dari pengertian masing-masing kata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa sosial media adalah kegiatan manusia untuk saling berinteraksi satu sama lain tanpa dibatasi antara ruang dengan waktu dan menggunakan teknologi informasi sebagai medianya.⁴²

Media sosial memiliki beberapa pengertian, yakni:

1. Media sosial adalah interaksi sosial antara manusia dalam memproduksi, berbagi dan bertukar komunikasi, hal ini mencakup gagasan dan berbagai konten dalam komunitas virtual.

⁴⁰ Sitti Nurhalimah, et.al., *ibid*, h.35.

⁴¹ Salmiah, et.al., *Online Marketing*, (Yayasan Kita Menulis, 2020), h.2.

⁴² *Ibid*.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

2. Media sosial adalah kelompok dari aplikasi berbasis internet yang dibangun atas dasar idiologi dan teknologi web yang memungkinkan terciptanya website yang interaktif.⁴³

Dari kedua pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa media sosial mampu menghadirkan serta menetralkan cara berkomunikasi baru dengan teknologi yang sama sekali berbeda dari media sosial tradisional.⁴⁴

C. Pengertian Penjualan

Sumber pendapatan suatu perusahaan adalah berasal dari penjualan, karena dengan adanya penjualan dapat mengubah posisi harta perusahaan. Penjualan merupakan puncak kegiatan dalam seluruh kegiatan perusahaan. Berikut ini akan dikemukakan definisi penjualan menurut para ahli.⁴⁵

Winardi mengatakan bahwa penjualan (selling) adalah suatu Transaksi hak atas benda-benda, jadi sasaran penjualan yaitu mengalihkan barang-barang dan jasa-jasa dari tangan produsen ketangan konsumen dengan harga yang layak.⁴⁶

Menurut Soemarso yang dimaksud dengan penjualan adalah: “Penjualan adalah jumlah yang dibebankan kepada pembeli karena penjualan barang dan jasa baik secara kredit maupun secara tunai”.⁴⁷

⁴³ Feri Sulianta, *Keajaiban Sosial Media*, (Jakarta: PT Elex Komputindo, 2015), h. 5.

⁴⁴ *ibid.*

⁴⁵ Indra Sasangka dan Rahmad Rusmayadi, “Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap volume penjualan pada mini market minamart’90 Bandung”, Volume 2., No. 1., (2018), h. 133.

⁴⁶ *ibid.*

⁴⁷ Denny Putri Hapsari, “Analisis Penjualan Bersih, Beban Umum Dan Administrasi Terhadap Laba Tahun Berjalan”, Volume 5., No. 1., (2018), h.45.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Menurut Philip Kotler yang dimaksud dengan penjualan adalah memasarkan suatu barang perusahaan dan industri seluruhnya, berdasarkan hasil produksi yang dipasarkan atau dipakai oleh konsumen.⁴⁸

D. Pengertian Usaha

Menurut besar Kamus Besar Bahasa Indonesia, Usaha adalah kegiatan mengerahkan tenaga, pikiran, atau badan untuk mencapai suatu maksud; perbuatan, pekerjaan, prakarsa, ikhtiar, daya upaya untuk mencapai sesuatu.

Usaha merupakan kegiatan di bidang perdagangan dengan mencari untung.

Dalam bahasa Inggris usaha adalah *business*, yang mempunyai beberapa makna, yaitu *effort, mission, maximum, concern, occupation, trade, calling, affair, matter, action by an actor, etc.*⁴⁹

Menurut Wasis dan Sugeng Yuli Irianto, usaha pada umumnya merupakan upayamanusia yang ditujukan untuk bisa mencapai suatu tujuan tertentu.⁵⁰ Usaha merupakan kegiatan manusia untuk meraih keuntungan, dan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Dengan perkembangan masyarakat, usaha terdiri dari usaha kualitatif dan kuantitatif, kualitatif dapat dilihat dari pendidikannya, sedangkan kuantitatif dari perkembangan masyarakat.

Manusia yang unggul adalah manusia yang melakukan usaha dengan didasari ajaran agama Islam, dan taqwa kepada Allah dan membawa keseimbangan

⁴⁸M. Yusuf Sulfarano Barusman, et.al., “Manajemen dan Bisnis”, Volume 5., No. 2., (2015), h.182.

⁴⁹Devi Ganis Prameswari, “Jenis Usaha Terbaik Menurut Hadis (Telaah Ma’ani Hadis *Afhwal al Kasbi Riwayat Ahmad bin Hanbal*”, (Skripsi: Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, 2020), h.10.

⁵⁰Sa Lina, “Pengertian Usaha”, artikel dari <https://id.scribd.com> . Diakses pada 21 desember 2021.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

hidupnya seperti yang sudah diajarkan oleh Rasulullah SAW, yang terdapat dalam Al - Qur'an dan As – Sunnah (Al Hadis).⁵¹

Usaha merupakan jenis yang meningkatkan kesejahteraan hidup manusia, Islam telah memberikan petunjuk untuk berusaha, banyak hadis hadis Nabi Muhammad yang berhubungan dengan usaha, ketika seseorang melakukan aktivitas usaha diawali dengan membaca doa terlebih dahulu, maka muncul kesadaran bahwa Allah Maha Kuasa.⁵²

Usaha adalah kegiatan ekonomi yang memiliki peranan vital untuk memenuhi kebutuhan manusia. Adapun salah satu usahanya antaranya seperti jual beli, memproduksi dan memasarkan, dan interaksi dengan manusia yang lain.⁵³

E. Peran Media Sosial Pada Penjualan Suatu Usaha

Dalam era modern seperti saat ini, banyak bermunculan model-model bisnis dengan menggunakan kecanggihan teknologi modern. Hal ini ditandai dengan perkembangan media elektronik yang mempengaruhi kehidupan manusia, khususnya dalam bertransaksi jual beli melalui media online, yakni internet. Peran internet saat ini bukan hanya untuk aktivitas komunikasi, namun juga sebagai alat untuk pencarian informasi. Alat-alat komunikasi seperti komputer, laptop, smartphone sangat memudahkan masyarakat untuk melakukan koneksi dengan internet untuk melakukan transaksi jual beli.

⁵¹Ariyadi, "Bisnis Dalam Islam", Volume 5., No. 1., (2018), h. 13-14.

⁵² Andi Darussalm, "Pradigma Bisnis Islam Persepektif Hadis", Volume 6., No. 1., (2015), h. 24.

⁵³Norvadewi, "Bisnis Dalam Persepektif Islam", Volume 1., No. 1., (2015), h. 33.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Banyak hal dapat diungkap dalam fenomena merebaknya transaksi jual beli secara online.⁵⁴

Kehadiran media sosial telah mempengaruhi kehidupan sosial dalam bermasyarakat. Perubahan dalam hubungan sosial atau sebagai perubahan dalam keseimbangan hubungan sosial dan segala bentuk perubahan pada Lembaga kemasyarakatan di dalam suatu masyarakat yang mempengaruhi sistem sosialnya, termasuk didalamnya nilai-nilai, sikap dan pola perilaku diantara kelompok-kelompok dalam masyarakat. Perubahan sosial positif seperti kemudahan memperoleh dan menyampaikan informasi. Memperoleh keuntungan secara sosial dan ekonomi. Sedangkan perubahan sosial yang cenderung negatif misalnya munculnya kelompok-kelompok sosial yang mengatasnamakan agama, suku dan pola perilaku tertentu yang terkadang menyimpang dari norma-norma yang ada.⁵⁵

Lalu berkaitan dengan ekonomi kreatif, pengusaha yang menggunakan media sosial sebagai sarana untuk promosi semakin memudahkan konsumennya untuk berintraksi langsung dari lokasi di mana saja. Hal ini merupakan salah satu dampak positif yang dapat ditawarkan oleh media sosial untuk pengguna usaha ekonomi kreatif dalam mengembangkan usahanya dan meningkatkan keunggulan kompetitif diantara pesaingnya. Dengan menggunakan media sosial, pengusaha tidak perlu lagi memiliki fisik bangunan untuk memajang barang dagangannya, namun semuanya sudah

⁵⁴Sitti Nurhalimah, et.al., *op.cit.*, h. 46-47.

⁵⁵Fitria Halim, et.al, 2020, *Marketing dan Sosial Media*. (Bandung: Media Sains Indonesia), h.16.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dapat dilakukan secara online melalui media sosial baik yang gratis maupun yang berbayar. Strategi seperti ini dapat menurunkan biaya operasional bagi para pelaku usaha sekaligus memudahkan konsumen dari berbagai penjuru untuk memberikan umpan balik kepada pelaku usaha.⁵⁶

Media sosial dipilih para pelaku usaha sebagai media pemasaran karena merupakan salah satu cara pemasaran termurah dengan jangkauan yang sangat luas yang bisa mencakup pelanggan maupun calon pembeli. Media sosial dianggap memiliki keberagaman dalam mendukung pemasaran produk yang memiliki karakteristik produk home dan handmade atau produk buatan rumah yang jumlah produksi yang masih terbatas.⁵⁷

F. Peran Media Sosial pada Penjualan Suatu Usaha pada Masa Covid 19

Kemajuan digital yang saat ini berkembang dapat menjadi penunjang pada masa-masa sulit para pelaku usaha dalam menghadapi pandemi covid 19.

Pemasaran yang sulit dilakukan secara langsung dan besar-besaran dapat disiasati dengan melakukan pemasaran melalui jejaring sosial. Berbagai kemudahan diberikan pada pemasaran melalui media sosial. Seperti kemudahan dalam memasang iklan baik yang berbayar maupun yang gratis, kemudahan dalam mencari model untuk melakukan personal banding sehingga kriteria-kriteria orang yang dapat mempromosikan produk dapat diketahui dengan baik serta kemudahan dalam transaksi pembayaran untuk

⁵⁶*ibid.*

⁵⁷Irfan Ardiansah dan Anastasya Maharani, *Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing*, (Bandung: CV Cendikia Press, 2020), h.4.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

biaya iklan. Aplikasi-aplikasi yang kini diciptakan untuk melakukan promosi dan memasang iklan.⁵⁸

Sosial media menjadi sangat penting, baik dalam kehidupan pribadi maupun proses bisnis kita. Seperti telah dikatakan sebelumnya, bahwa cara hidup masyarakat saat ini telah berubah sejak sosial media hadir. Seperti juga pergeseran cara hidup masyarakat, maka cara kita berbisnis maupun melakukan aktivitas pemasaran sebaiknya juga berubah.⁵⁹

Berbagai cara pandang lama yang sudah tidak relevan sebaiknya diperbaharui terutama dalam upaya menyelaraskan strategi pemasaran yang disusun dengan kondisi nyata kehidupan masyarakat saat ini. Sosial media mampu bersaing dengan berbagai media komunikasi lainnya. Bahkan memberi dampak yang tidak pernah dibayangkan sebelumnya.⁶⁰

Pemasaran menggunakan media sosial merupakan suatu bentuk pemasaran produk secara langsung ataupun tidak langsung. Tujuan pemasaran dengan menggunakan media sosial oleh para pelaku usaha antara lain untuk membangun hubungan, membangun merek, promosi serta riset pasar. Pemasaran online banyak dilakukan oleh para pelaku usaha, mulai dari usaha kecil sampai besar karena dapat menyesuaikan dengan karakteristik konsumen yang lebih memilih untuk membeli segala sesuatu yang sesuai dengan pendapatan yang dimiliki para konsumen, dan juga konsumen dapat berbelanja dengan mudah, hemat dan efisien. Berdasarkan survei yang

⁵⁸ Krueger Kristanto Tumiwa, et.al., *Tetap kreatif dan inovatif di Tengah Pandemi Covid 19*, (Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management, 2021), h.154.

⁵⁹ Danis Puntoadi, *Menciptakan Penjualan Melalui Sosial Media*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2011), h. 5.

⁶⁰ *ibid.*



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dilakukan terhadap 1.800 responden di 11 kota besar, didapat hasil bahwa sebanyak 16% dari para pelaku usaha yang memanfaatkan pemasaran secara online menjual produknya di marketplace, dan para pelaku usaha yang berjualan di media sosial mencapai 59%. Selebihnya berjualan di platform lain atau website usahanya sendiri.⁶¹

G. Manfaat Media Sosial

Sosial media memiliki banyak manfaat seperti mempermudah di jarak yang jauh dan waktu yang tak terbatas, penyebaran informasi yang cepat dan salah satunya adalah sebagai media promosi yang murah dan tepat sasaran.⁶² Manfaat media sosial menjadi 6 manfaat, antara lain:

1. Sebagai sarana iklan/promosi yang tercepat, praktis dan gratis
2. Brand awareness dan target audience
3. Memperluas pangsa pasar sehingga menambah pelanggan
4. Sarana pemasaran
5. Interaksi dan komunikasi dengan calon pembeli menjadi lebih mudah
6. Terjadi peningkatan penjualan yang signifikan.

Pemasaran menggunakan digital memiliki pengaruh terhadap kemudahan bersaing secara beruntutan seperti kemudahan pencarian produk, ketersediaan penawaran khusus, mampu mengidentifikasi dan menarik para pelanggan, adanya ketersediaan informasi dan artikel yang mendukung.⁶³

⁶¹Irfan Ardiansah dan Anastasya Maharani, *op.cit.*, h. 2-3.

⁶² Miguna Astuti dan Nuhafifah Matondang, *Manajemen Pemasaran Umkm Dan Digital Sosial Media*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), h. 79.

⁶³*ibid.*



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Media sosial memiliki dampak positif dan negatif pada bidang ekonomi. Dampak positif nya ialah dengan adanya media sosial dapat membuka peluang atau bisnis baru bagi masyarakat, yang tentu dapat memberikan pengaruh pada sektor perekonomian. Dengan adanya media sosial yang semakin berkembang, siapa saja dapat berusaha dengan mudahnya melalui media sosial tersebut. Berdagang melalui media sosial dapat dilakukan oleh siapa saja tanpa harus mengeluarkan biaya yang besar. Dengan adanya media sosial juga orang yang membuka bisnis online dapat mempublikasikan dan mempromosikan bisnis mereka dengan mudah, bahkan mereka dapat mempromosikannya hingga keluar negeri. Usaha bisnis online memang terbukti sangat efektif, hanya mengeluarkan biaya yang sedikit dapat menghasilkan untung yang besar. Hal tersebut dapat menyebabkan pertumbuhan ekonomi semakin maju dan berkembang cepat.⁶⁴

Dampak negatifnya adalah terjadinya persaingan pada dunia dagang yang semakin ketat dan terjadinya tindak kriminal karena adanya kesenjangan sosial. Saat ini sedang terjadinya penipuan melalui media sosial.⁶⁵

H. Macam-macam Media Sosial untuk Melakukan Promosi Bisnis

Sosial media kini memang telah banyak digunakan oleh Sebagian masyarakat. Melalui sosial media, masyarakat menambah relasi ataupun menjalin komunikasi. Namun tidak hanya itu saja ternyata berbagai macam sosial media bisa juga dioptimalkan untuk digital marketing. Misalnya

⁶⁴ Aurelia Tasya Sevira. Dampak Positif dan Negatif Media Sosial Di Bidang Pendidikan Dan Ekonomi, <https://gopublic.com>. Diakses pada 16 Desember 2020.

⁶⁵ *ibid.*



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Instagram, Facebook, Twitter, Youtube, dan lainnya. Kini bisa menjadi media untuk memperkenalkan produk/jasa. Bahkan kini promosi ataupun pemberian review tentang suatu jasa/produk juga dapat dioptimalkan melalui berbagai platform sosial media.⁶⁶

1. Facebook

Facebook didirikan pertama kali pada tanggal 4 februari 2004 oleh Mark Zuckerberg. Telah mencatat lebih dari 37 juta pengguna serta ribuan jejaring bisnis. *Facebook* telah mengembangkan berbagai ragam aplikasi yang dapat diinstal para pengguna. Aplikasi-aplikasi inilah yang memberikan nilai tambah bagi *Facebook*. Aplikasi yang dikembangkan banyak mendukung bisnis dan pekerjaan seperti menjual atau membeli barang.⁶⁷

Memanfaatkan *Facebook* untuk berbisnis itu sangatlah mungkin. *Facebook* merupakan *website social networking* yang menekankan dalam membangun jejaring pertemanan di dunia internet. *Facebook* adalah situs jejaring sosial dimana pengguna dapat memposting komentar, berbagi foto dan memposting tautan ke berita atau konten menarik lainnya di web, berbicara langsung, dan menonton video berdurasi pendek. Pengguna bahkan dapat memesan makanan dan jasa lainnya di *Facebook*. Konten yang dibagikan di *Facebook* dapat diakses publik, atau dapat dibagikan

⁶⁶Didin Hadi Saputra, et.al., *Digital marketing*, (Yayasan Kita Menulis, 2020), h. 6.

⁶⁷ Zainal Muttaqin, "Facebook Marketing Dalam Komunikasi Pemasaran Modern" Volume 1., No.2., (2011), h.105.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

hanya di antara sekelompok teman atau keluarga tertentu, atau dengan satu orang.⁶⁸

Sebagai media iklan *Facebook* mampu melakukan beberapa tugas khusus agar penjualan dapat terlaksana.⁶⁹ Adapun tugas-tugas tersebut adalah

- a. *Personal selling* adalah komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk/jasa kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk/ jasa sehingga mereka kemudian akan mencoba membeli dan menggunakan jasa tersebut.
- b. *Mass selling*, yaitu terdiri atas periklanan dan publisitas. *Mass selling* merupakan pendekatan yang menggunakan media komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada khalayak ramai dalam satu waktu. Metode ini memang tidak sefleksibel *personal selling* namun merupakan alternatif yang lebih murah untuk menyampaikan informasi ke khalayak (pasar sasaran) yang jumlahnya sangat banyak dan tersebar luas. Ada dua bentuk utama *mass selling*.

2. Instagram

Instagram berasal dari kata “*insta*” dan “*gram*”. Kata “*insta*” yang berarti “*instan*” yang artinya dengan menggunakan *Instagram* dapat

⁶⁸Kompas cyber media, “Indonesia pengguna facebook terbanyak ke-4 di dunia”, artikel dari <https://tekno.kompas.com>. Diakses pada 21 Desember 2021.

⁶⁹ Ranti mustika, “*Facebook Sebagai Media Promosi : Studi kasus kualitatif jejaring sosial facebook sebagai media promosi pada manchester language center*”, (Skripsi: Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifudin Jambi, 2019), h.2.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengunggah foto secara instan dengan menggunakan internet. Sedangkan kata “gram” berasal dari kata “telegram” dipergunakan untuk mengirim informasi kepada orang lain secara cepat. Media sosial ini menjadi primadona media bisnis online. Pada media sosial ini dijadikan pendongkrak eksistensi pada kalangan anak muda. Hal ini menjadi kesempatan bagi bisnis online untuk mempromosikan produk dan bisnis dengan mudah.⁷⁰

Instagram adalah salah satu media sosial yang paling populer di Indonesia. Mengutip data survei dari *we are social*. *Instagram* adalah media sosial ke empat yang paling aktif digunakan oleh pengguna internet di Indonesia. Posisi tersebut dibelakang *youtube*, *whatsapp* dan *facebook*.

Banyak perusahaan besar dan juga bisnis mikro dan ukm yang memanfaatkan *Instagram marketing*. Melalui *Instagram* seorang pemilik bisnis dapat menghadirkan profil bisnis mereka. Selanjutnya para costumer ataupun calon *costumer* dapat berinteraksi dengan bisnis tersebut. Melalui *Instagram* juga bisa menampilkan pesan-pesan promosi.⁷¹

Pengguna *Instagram* dapat menggunakan filter untuk mengunggah gambar dan dapat disebarcan melalui link untuk dimedia sosial lainnya.⁷²

Fitur-fitur pada Instagram adalah:

⁷⁰Izza syafira, “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Online Pada Busana Muslim Siva Di Sidoarjo”, (Skripsi: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2020), h. 43.

⁷¹Jefferly Helianthusonfri, *Instagram Marketing Untuk Pemula*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2020), h. 1-2.

⁷²Ita Rahmawati, et.al., *Efektivitas penggunaan media sosial untuk pengembangan UMKM Kabupaten Jombang*, (Jombang: Universitas KH.A Wahab Hasbullah, 2020), h.28.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Unggah foto dan video

Pada fitur unggah foto dan video pengguna *Instagram* dapat memilih foto dan video yang di unggah dari galeri atau album handphone atau bisa juga langsung menggunakan kamera yang tersedia pada fitur tersebut. Gambar atau video tersebut dapat diedit untuk mempercantik tampilannya. Pengguna juga dapat mengunggah foto dengan sekali unggah maksimal 10 foto atau video.

b. *Caption*

Caption adalah keterangan pada tiap-tiap foto atau video yang diunggah. Jika pengguna menulis keterangan yang menarik, pengguna akan menarik minat pengikut untuk membaca keseluruhan *caption* tersebut.

c. Komentar

Fitur ini terletak pada bagian bawah foto atau video. Fungsinya untuk mengomentari setiap unggahan.

d. *Hashtag*

Hashtag pada tanda pagar pada *Instagram* digunakan untuk memudahkan pengguna mengelompokkan foto atau video yang diunggah agar pengguna lainnya dapat dengan mudah menemukan unggahan tersebut sesuai dengan gambar yang diinginkan.

e. *Like*

Dalam fitur *like* pengguna *Instagram* menyukai atau merasa tertarik dengan unggahan foto atau video dengan cara menekan tanda *love* tepat pada bagian bawah unggahan foto atau video tersebut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

f. Tag lokasi

Pada fitur ini memasukkan lokasi foto yang diunggah. Para bisnis online dapat memasukkan lokasi saat mengunggahnya, sehingga foto tersebut dapat dikenal dengan area tertentu dan dapat dari menggunakan lokasi tersebut.⁷³

3. *WhatsApp*

Penggunaan aplikasi *WhatsApp* di Indonesia cukup banyak. Kemudahan penggunaan dan manfaat yang diperoleh dari penggunaan aplikasi ini membuat aplikasi ini sangat populer. Namun jika kita ingin menggunakan bisnis aplikasi whatsapp akan lebih tepat jika menggunakan *whatsapp* bisnis dan bukan *whatsapp* regular.⁷⁴

Fasilitas yang disediakan oleh *whatsaap* bisnis adalah fitur yang disediakan mengenai informasi profil bisnis. Fitur katalog yang memiliki fungsi sebagai etalase produk mulai dari foto produk detail keterangan dan harga produk yang dapat dilihat oleh konsumen pada saat melihan profil. Selain itu ada juga pilihan kategori yang sesuai pada *dropdown list* yang sudah terdaftar ataupun pilihan lain jika tidak tersedia. Kategori bisnis ini tidak tersedia pada *whatsapp messenger* dan berfungsi untuk mempermudah para pelanggan mengetahui bisnis yang akan dijalankan.⁷⁵

⁷³ Affifatus Sholihah, “Pengguna Instagram Sebagai Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Produk The Thailand Pikameame di Yogyakarta”, (Disertasi: Universitas Islam Negri Yogyakarta, 2018), h. 31-31.

⁷⁴ Dicky Nofriansyah, dkk, *Bisnis Online: Strategi Dan Peluang Usaha*, (Yayasan Kita Menulis,2020), h. 51.

⁷⁵ *ibid.*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Adapun Langkah-langkah membuat whatsapp bisnis adalah:⁷⁶

a. Mendaftar akun *whatsapp business*

Whatsapp Business juga membutuhkan nomor ponsel yang aktif. Sebagai catatan, bahwa *whatsapp* bisnis tidak bisa menggunakan nomor yang sudah pernah atau sedang digunakan *whatsapp* standar.

b. Mengubah profil bisnis

Profil bisnis seperti alamat, kategori bisnis, jam buka dan alamat web bisa diubah dan ditambahkan dengan mengakses *menu settings-business settings*.

c. Melihat statistik pesan

Panel statistik telah disiapkan untuk menampung informasi tentang berapa banyak pesan yang diterima dan dikirimkan kepada pelanggan. Caranya, masih menu *settings*, tap menu *statistic*.

d. Membuat *away messege*

Away messege biasanya digunakan untuk membantu pelaku bisnis tetap terhubung ke konsumen ketika mereka tidak sedang di tempat atau layanan sedang tutup. Fitur ini akan memberikan jawaban otomatis ketika seorang pelanggan mengirimkan pesan.

I. Pengertian Pemasaran Online

Pemasaran adalah keseluruhan dari kegiatan perekonomian dengan menawarkan produk yang telah dihasilkan oleh perusahaan untuk memenuhi

⁷⁶ Musnaini, et.al., *UMKM Digital Era New Normal*, (Sumatra Barat: Insan Cendikia Mandiri, 2021), h. 80.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

keinginan dan kebutuhan dalam mencapai kepuasan konsumen. Pemasaran digital atau pemasaran online adalah selimut untuk yang ditargetkan, terukur dan pemasaran barang atau jasa secara inetaktif menggunakan teknologi digital untuk menjangkau dan mengubah prospek menjadi pelanggan dan mempertahankannya. Tujuan utamanya adalah untuk mempromosikan merek, membentuk prefrensi dan meningkatkan penjualan melalui beberapa pemasaran digital teknik.⁷⁷

Penggunaan teknologi digital dalam pemasaran membuka saluran baru dalam menjual produk dan layanan yang sekaligus menempatkan pelanggan sebagai penanggung jawab yang menciptakan perubahan mendasar dalam dinamika pemasaran.⁷⁸

Hal penting yang membedakan lingkungan pemasaran digital dengan lingkungan pemasaran tradisional adalah kemudahan yang didapat oleh pelanggan. Baik kemudahan berupa informasi dari mulut kemulut yang dibagikan oleh teman dekat, sekaligus juga informasi yang dibagikan oleh orang asing di jejaring sosial. Dalam lingkungan pemasaran digital. Pelanggan dapat memosting ulasan mengenai produk, layanan merek, di situs web perusahaan serta situs web pihak ketiga maupun jejaring sosial. Ulasan tersebut dapat menjangkau lebih banyak calon pelanggan maupun pelanggan potensial lainnya.⁷⁹

⁷⁷Sri Lindawati, *Pemasaran Digital*, (Yayasan Kita Menulis, 2020),h. 2.

⁷⁸Astri Rumondang, et.al., *Pemasaran Digital dan Prilaku Konsumen*, (Yayasan Kita Menulis, 2020), h.1.

⁷⁹*ibid.*

State Islamic University of Sultan Sarif Kasim Riau



Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap kepercayaan merek. Kepercayaan merek berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan itu agar dapat bertahan bahkan memenangkan persaingan dalam pasar online harus dapat menjamin kualitas pelayanan, kepuasan dan kepercayaan pelanggan untuk dapat mempertahankan atau bahkan meningkatkan loyalitas pelanggan.⁸⁰

J. Jual beli Online dalam Pandangan Islam

Dalam pandangan Islam jual beli online termasuk dari akad jual beli salam. *Bai'as-Aalam* mempunyai pengertian yang sederhana, yaitu pembelian barang yang diserahkan di kemudian hari, sedangkan pembayarannya dilakukan di muka. *Bai'As-salam* juga disebut dengan akad pesanan. Oleh sebab itu, hukum *Bai'as-Salam* adalah boleh dalam Islam. Jual beli online termasuk *Bai' as-Salam* sebab menggunakan akad pesanan dalam bisnis pada zaman sekarang. di dalamnya, penjual dan pembeli tidak bertemu secara langsung dan hanya melakukan transfer untuk pembayaran dengan menggunakan internet untuk melakukan transaksi antara kedua belah pihak.⁸¹

عِي أَبِي عَبَّاسٍ قَالَ قَدِمَ الْأَبِي صَلَّى هَلَا عَلَيْهِ وَسَلَّ الْوَدِيِّ هِيَ هُنَّ يَسْلَفِي فِي الثَّوَارِ السَّنَةِ وَالسَّنِيَّ فَقَالَ
هِيَ اسْلَفٌ فِي ثَوْرٍ فَلْيَسْلَفْ فِي كَيْلٍ هَعْلَمَ وَوَزَّ وَوَعْلَمَ إِلَى أَجْلِ هَعْلَمَ

⁸⁰Martina Rahmawati Masitoh, et.al., *Jurnal Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Dan Merek Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Aplikasi Mobile Shope*, Volume 5., No. 1., 2019.

⁸¹Sitti Nurhalimah, *loc. cit.*



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sulthan Saifudin Kasim Riau

Artinya: “dari Abdullah bin Abbas, ia berkata, Nabi datang ke Madinah, di (mana masyarakat melakukan transaksi salam (memesan) kurma selama dua tahun dan tiga tahun. Kemudian nabi bersabda, barang siapa melakukan akad salam terhadap sesuatu, hendaklah dilakukan dengan takaran yang jelas, timbangan yang jelas, dan sampai batas waktu yang jelas” .(HR. Muttafaq ‘Alaih)⁸²

Jual beli sendiri masuk kedalam kegiatan muamalah didalam ajaran agama islam. Hukum dasar muamalah adalah Al- Ibahah (boleh) selama tidak ada dalil yang melarangnya. Oleh sebab itu, dasar hukum jual beli online sama seperti jual beli dan akad As-Salam yaitu diperbolehkan dalam agama islam. Dalam jual beli baik online maupun offline ada yang halal dan ada juga yang haram.⁸³

Dalam Islam berbisnis melauai online diperbolehkan selagi tidak terdapat unsur-unsur riba, kezaliman, monopoli dan penipuan. Rasulullah mengisyaratkan bahwa jual beli itu halal selagi suka sama suka. Karna jual beli atau berbisnis seperti melalui online memiliki dampak positif karna dianggap praktis, cepat dan mudah.⁸⁴

Adapun syarat-syarat mendasar diperbolehkannya jual beli lewat online diantaranya:⁸⁵

1. Tidak melanggar ketentuan syari’at agama, seperti transaksi bisnis yang diharamkan, terjadinya kecurangan, penipuan dan monopoli.

⁸²Al- Hafiz Ibnu Hajar Al-Asqalani, *Bulighul Maram*, (Mesir: Maktabah Mushthafa Al-Halabiy, 752 H), h.181.

⁸³Nur Sania Dasopang, ”Jual Beli Online Dalam Persepektif Hukum Islam”, artikel dari iain-padangsidempuan.ac.id. Diakses pada 22 Desember 2021.

⁸⁴ Tira Nur Fitria, *Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) Dalam Hukum Islam Dan Hukum Negara*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, (2017), h. 59-60.

⁸⁵*ibid.*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

2. Adanya kesepakatan perjanjian diantara dua belah pihak (pennjual dan pembeli) jika terjadi sesuatu yang tidak diinginkan antara sepakat atau pembatalan.
3. Adanya control, sanksi dan aturan hukum yang tegas dan jelas dari pemerintah. Untuk menjamin bolehnya berbisnis yang dilakukan transaksinya melalui online bagi masyarakat.

Dalam transaksi online, ijab qabul dapat dilakukan melalui chat via *Whatsapp* atau media lainnya. Bisa jadi mereka tidak berbicara secara lisan, tapi melalui tulisan.⁸⁶

Menurut Imam Syaff*''*i, jual beli bisa terjadi, baik dengan kata-kata (lafadz) yang jelas maupun dengan kinayah (kiasan).⁸⁷ Akad yang dilakukan dengan tulisan dinyatakan sah sebagaimana akad yang dilakukan dengan perkataan, dengan syarat kedua orang yang berakad saling berjauhan atau orang yang berakad dengan tulisan adalah orang bisu yang tidak bisa bicara.

Selanjutnya, akad juga dapat dilakukan dengan cara mengirim utusan, akad ini juga sah dilakukan dengan syarat orang yang menerima utusan harus mengucapkan qabul setelah pesan disampaikan. Jual beli juga sah dilakukan dengan isyarat yang dikenal dari orang bisu karena isyaratnya mengungkapkan apa yang ada dalam hatinya, yang memiliki makna sama dengan perkataan melalui lidah.⁸⁸

⁸⁶ Ammi Nur Baits, *Halal Haram Bisnis Online*, (Bandung :Muamalah Publishing, 2020), h. 3.

⁸⁷ Ibnu Rusyd, *Bidayatul Mujtahid*, alih bahasa oleh Abdurahman dan Haris Abdullah, (Semarang: Asy-Syifa', 1990), h. 95.

⁸⁸ Sayyid Sabiq, *Fiqih Sunnahh 5*, alih bahasa oleh Abdurrahim san Masrukin, (Jakarta: Cakrawala Publishing, 2009), h. 159.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis dapat mengambil kesimpulan, yaitu sebagai berikut:

1. Usaha Kecil Mikro Salad Buah RC Pekanbaru memasarkan produknya dengan media sosial yaitu Instagram, Whatsapp dan juga Facebook. Update status, update foto atau video dengan hasil yang menarik, serta melalui chat atau obrolan dalam menjalankan usahanya.
2. Adapun peran media sosial bagi usaha Salad Buah RC Pekanbaru pada masa pandemi yaitu, meningkatnya penjualan, besarnya peluang, mempermudah konsumen dalam memesan produk, jangkauan yang luas dan juga mudah berbagi informasi mengenai produk yang dijual. Adapun peluang dan tantangan yang dihadapi yaitu, luasnya jaringan, pesanan yang pasti, banyaknya pengguna media sosial. Dan tantangannya banyaknya pesaing yang juga memasarkan produknya melalui media sosial, karakter pelanggan yang beraneka macam, jujur dalam melakukan penjualan online, adanya return barang yang rusak.
3. Penjualan yang dilakukan usaha Salad Buah RC melalui media sosial sudah melakukan penjualan sesuai dengan prinsip Syariah. Seperti penjualan melalui media sosial dengan menggunakan akad as-Salam, menjual produk yang halal, secara keseluruhan jual beli atau bisnis yang dijalankan oleh usaha Salad Buah RC ini sesuai dengan ekonomi syariah



terdiri dari beberapa aspek yaitu aspek persaingan sehat, tidak menyembunyikan barang cacat dan tidak adanya promosi palsu.

B. Saran

1. Penulis menyarankan agar pemasaran melalui media sosial Facebook pada usaha Salad Buah RC Pekanbaru agar lebih dikembangkan seperti menggunakan akun yang dikhususkan untuk memasarkan produk agar lebih mudah dan juga lebih efisien. Tanpa harus menggunakan akun pribadi.
2. Penulis menyarankan kepada pengelola agar membuat caption semenarik mungkin pada postingan yang diunggah hal ini agar menarik calon konsumen untuk mencobanya.
3. Penulis menyarankan agar pengelola mengadakan giveaway atau promo hari hari penting agar dapat meningkatkan penjualan produk.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR PUSTAKA

- Al-Asqalani, Al-Hafiz Ibnu Hajar. *Bulughul Maram*. Mesir: Maktabah Mushthafa Al Halabiy.
- Ad-Darimi, Imam, Sunan Ad-Darimi, Jakarta: Pustaka Azzam, 2007.
- Anggito, Alibu dan Johan Setiawan. *Metode Penelitian Kualitatif*, Jawa Barat: CV Jejak. 2018.
- Ardiansah, Irfan dan Anastasya Maharani. *Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing*. Bandung: CV Cendikia Press, 2020.
- Ari, Nugroho Dian. *Pengantar Manajemen untuk Organisasi Bisnis Publik Dan Nirlaba*, Malang: UB Press, 2017.
- Ariyadi. "Bisnis Dalam Islam". Volume 5. No 1. (2018).
- Astuti, Miguna dan Nurhafifah Matondang. *2Manajemen Pemasaran UMKM dan Digital Sosial Media*. Yogyakarta:Deepublish, 2020.
- Aurelia Tasya Sevira. "Dampak Positif Dan Negatif Media Sosial Di Bidang Pendidikan Dan Ekonomi". Artikel diakses pada 16 Desember 2020 dari <https://gopublic.com>.
- Baits, Ammi Nur. *Halal Haram Bisnis Online*. Bandung: Muamalah Publishing, 2020.
- Barusman, M. Yusuf Sulfarno, et.al. "Manajemen Dan Bisnis ". Volume 5. No 2. (2015).
- Brigette, Lantaeda Syaron. et.all. "Peran Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Dalam Menyusun RPJMD Kota Tomohon". Volume 4. No 048 (2017).
- Darussalam, Andi. "Pradigma Bisnis Islam Persepektif Hadis". Volume 6. No 1. (2015).
- Dwi, Estijayandono Kristianto, et.al. "Bisnis Jual Beli Online Dalam Persepektif Islam ".Volume 03. No 1(2019).
- Endang, I'in Mardiani dan Orland Jorge Imanuel. "Analisis Keputusan Pembeli Konsumen Melalui Media Online (E-Marketing)".Volume 4. No 2(2013).
- Fitria, Tira Nur. "Bisnis Jual Beli Online Dalam Hukum Islam Dan Hukum Negara". (2017).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Harun. *Fiqh Muamalah*. Jawa Tengah: Muhammadiyah University Press, 2017.
- Halim, Fitria, et.al. *Marketing dan Sosial Media*. Bandung: Media Sains Indonesia, 2020.
- Helianthusonfri, Jefferly. *Instagram Marketing untuk Pemula*. Jakarta: PT Elex Media Kompotindo, 2020.
- Hoetoro, Arif dan Dias Satria. *Smart Economy Kewirausahaan UMKM*. Malang: UB Press, 2020.
- Idri. *Hadis Ekonomi: Ekonomi dalam Persepektif Hadis Nabi*. Jakarta: Kencana, 2015.
- Indrawan, Irjus. *Manajemen Perpustakaan Sekolah*. Pasuruan: CV Penerbit Qiara Media, 2020.
- Jatinika, Abror Fauzan. *Kelebihan Facebook Sebagai Media Komunikasi Jual Beli Online*. Yogyakarta. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2015.
- Kristianto, Tumiwa Krueger, et.al. *Tetap Kreatif dan Inovatif di Y Tengah Pnademi Covid 19*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management, 2021.
- Lindawati, Sri. *Pemasaran Digital*. Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Muharto dan Arisandy Ambarita. *Metode Penelitian Sistem Informasi*. Yogyakarta: Deepublish, 2016.
- Mulya Firdausy. Carunia. *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2017.
- Musnaini, et.al. *UMKM Digital Era New Normal*. Sumatra Barat: Insan Cendikia Mandiri, 2021.
- Mustika, Ranti. "Facebook Sebagai Media Promos: Studi Kasus Kualitatif Jejaring Sosial Facebook Sebagai Media Promosi Pada Manchaster Language Center", Skripsi: Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Sarifudin Jambi, 2019.
- Muttaqin, Zainal. "Facebook Marketing dalam Komunikasi Pemasaran Modern. Jurnal". Volume 1. No 2. (2011).
- Nabila. Dhifa, et.al. *Peradaban Media Sosial di Era Industri*. Malang: PT Cita Intrans Selaras, 2020.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Nofriansyah, Dicky, et.al. *Bisnis Online:Strategi dan Peluang Usaha*. Yayasan Kita Menulis, 2020.
- No vadewi. “Bisnis Dalam Persepektif Islam”. Volume 1. No 1. 2015
- Nurdin, Ismail dan Sri Hartati. *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendikia, 2019.
- Nurhalimmah, Siti, et.al. *Media Sosial Dan Masyarakat Pesisir*. Yogyakarta: Deepublish, 2019.
- Puntoadi, Danis. *Menciptakan Penjualan Melalui Sosial Media*. Jakarta: PT Elex Media Kompitindo, 2011.
- Purwiantoro, Moch Hari, et.al. “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM)”. Volume 1. No 1. (2016).
- Puspitaraini, Dinda Sekar dan Reni Nuraeni. “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi”. Volume 3. No 1. (2019).
- Putri, Hapsari Denny. “Analisis Penjualan Bersih, Beban Umum Dan Administrasi Terhadap Laba Tahun Berjalan”. Volume 5. No 1. (2018).
- Prameswari, Devi Ganis. “*Jenis Usaha Terbaik Menurut Hadis*”. Skripsi: Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, 2020.
- Prastowo, Andi. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Persepektif Rancangan Penelitian*. Yogyakarta. Ar. Ruzz. 2014.
- Rahmadi, Arif. *Tips Produktif Berosial Media*”. Jakarta: PT Gramedia, 2016.
- Rahmawati, Ita, et.al. *Efektivitas Penggunaan Media Sosial Untuk Pengembangan UMKM Kabupaten Jombang*, Jombang: Universitas KH.A Wahab Hasbullah, 2020.
- Rahmawati, Masitoh Martina, et.al. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan, Pelanggan, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Aplikasi Mobile Shopee”. Volume 5. No 1. (2019).
- Riyanto, Setyo, et.al. *Selling Your Self*. Bandung: PT MarkPlus Indonesia, 2016.
- Rosi, Sarwo Edi Fandi. *Teori Wawancara Psikodiagnostik*. Yogyakarta: LeutikaPro, 2016.
- Rosmadhana, et.al. *Menulis Etnografi*. Yayasan Kita Menulis. 2020.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Rukin. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surabaya: CV Jakad Media Publishing, 2021.
- Rumondang, Astri, et.al. *Pemasaran Digital Dan Prilaku Konsumen*. Yayasan Kita Menulis, 2020.
- Rusyd, Ibnu. *Bidayatul Mujtahid*. Ahli Bahasa oleh: Abdurrahman dan Haris Abdullah, Semarang: Asy-Syifa, 1990.
- Sabiq, Sayyid. *Fiqh Sunnah 5*. Ahli Bahasa oleh: Abdurrahim San Masrukin, Jakarta: Cakrawala Publising, 2009.
- Safira, Desy dan Arif Ilham Akbar Fatriyansyah. “Bisnis Jual Beli Online Dalam Persepektif Islam”. Volume 5. No 1. (2020).
- Salmiah, et.al. *Online Marketing*. Yayasan Kita Menulis, 2020.
- Saputra, Didin Hadi, et.al. *Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah*. Yayasan Kita Menulis, 2020.
- Sa’ada, Nur ayu, “Peran Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Pariwisata Di Kota Medan”. Skripsi: Universitas Islam Negeri Sumatra Barat, 2019.
- Sasangka, Indra dan Rahmat Rusmayadi. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Pada Minimarket Minimart’90 Bandung”. Volume 2. No 1. (2018).
- Shan’ani, As. *Subulus Salam III*. Alih Bahasa oleh: Abu Bakar Muhammad, Surabaya: Al Ikhlas, 1995.
- Sholihah, Affifatus. “Penggunaan Instagram Sebagai Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi”. Skripsi: Universitas Islam Negri Yogyakarta, 2018.
- Sulianta, Feri. *Keajaiban Sosial Media*. Jakarta: PT Elex Komputindo, 2015.
- Suratman, Bambang, et.al. *Kiat Sukses Pemasaran Online Petani*. Siduarjo: Zifatma Jawa, 2019.
- Syafa, Ahmad Zacky El dan Faizah Ulfah Choiri. *Halal Tapi Dibenci Allah*. Medpress Digital, 2019.
- Syafira, Izza. “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Online Pada Busana Muslim Siva Di Sidoarjo”. Skripsi: Universitas Islam Negri Sunan Ampel, 2020.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Syarifudin, Yahya Alif, et.al. *Kajian Ilmu Manajemen*. Bandung: CV.Media Sains, 2021.
- Tarjo. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish, 2019.
- Tasya, Sevira Aurelia. *Dampak Positif dan Negatif Media Sosial di Bidang Pendidikan Dan Ekonomi*, 2020.
- Wardaya, Anton, et.al. *Strategic Management Of Digital Era: Revisted Concept And Findings*. Surabaya: Artha Karya Pusaka, 2020.
- Wayan Suwendra, I. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Nilacakra CV, 2018.
- Widjaya. *Terjemahan Hadist Shahih Bukhari*. Alih Bahasa oleh: Zainuddin Hamidy, Jakarta: Bumirestu, 1951.
- Wijayanti, Titik. *Marketing Plan Dalam Bisnis*. Flex Media Komputindo, 2014.
- Wisnu, Dicky. *Teori Organisasi Struktur Dan Desain*. Malang: UMM Press. 2019.
- Yanto, Oksidelfa. *Pemidanaan Atas Kejahatan Yang Berhubungan Dengan Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru, 2021.
- Yulianti. “*Analisis Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Online Shop Ditinjau Dari Persepektif Ekonomi Islam*”. Skripsi: Universitas Negeri Raden Intan Lampung, 2019.
- Zulaikha. *Bisnis UMKM di Tengah Pandemi*. Surabaya: Press @ Unitimo . ac. Id. 2020.
- Kompas Cyber Media, “*Indonesia Pengguna Facebook Terbanyak Ke-4 Di Dunia* “. Artikel diakses pada 21 Desember 2021 dari <https://tekno.kompas.com>.
- Mustafa Iman. “*Pengguna Instagram di Indonesia Didominasi Wanita dan Generasi Milenial*”. Artikel diakses pada 21 desember 2021 dari www.goodnewsfromindonesia.id.
- Nur Sania Dasopang. “*Jual Beli Online Dalam Persepektif Hukum Islam*”. Artikel diakses pada 22 Desember 2021 dari iain-padangsidempuan.ac.id.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<https://id.wikipedia.org/wiki/subjekpenelitian>.

Sa Lina. “*Pengertian Usaha*”. artikel diakses pada 21 Desember 2021 dari <https://id.scribd.com>.

Septo Andriyono. “*Instagram*”. Artikel diakses pada 22 Desember 2021 dari <id.m.wikipedia.org>.





Lampiran 1. Pedoman Wawancara

PEDOMAN WAWANCARA

1. Pemilik Salad Buah RC

- a. Bagaimana peran media sosial dalam mengembangkan usaha Salad Buah RC ini?
- b. mengapa anda memilih media sosial sebagai media pemasaran?
- c. Apakah ada perbedaan pemasukan sebelum adanya covid 19?
- d. Bagaimana anda mempertahankan usaha ini pada masa covid 19 sekarang?
- e. Bagaimana usaha Salad Buah RC ini menjalankan usahanya pada masa covid 19?

2. Pengelola Salad Buah RC

- a. Bagaimana proses anda memasarkan produk ke media sosial?
- b. Siapa sasaran konsumen usaha Salad Buah RC ini di media sosial?
- c. Media sosial apa saja yang digunakan pada usaha Salad Buah RC ini dalam memasarkan produk?

3. Karyawan Salad Buah RC

- a. Apakah ada kendala saat menjalankan usaha ini pada masa covid 19 sekarang?
- b. Semenjak covid 19 apakah penjualan produk bisa dijangkau keluar kota?

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Lampiran 2. Daftar Informan

DAFTAR INFORMAN

Nama	Ryana Calydyda
Umur	42 Tahun
Jabatan	Pemilik Usaha Salad Buah RC
Hari/Tanggal Wawancara	8 Juni 2021

Nama	Lutfi Lukman
Umur	47 Tahun
Jabatan	Pengelola Usaha Salad Buah RC
Hari/Tanggal Wawancara	8 Juni 2021

Nama	Ahmad Jefri
Umur	21 Tahun
Jabatan	Karyawan di toko Usaha Salad Buah RC
Hari/Tanggal Wawancara	8 Juni 2021

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Lampiran 3. Data Hasil Penelitian

1. Pemilik Salad Buah RC

- a. Bagaimana peran media sosial dalam pengembangan usaha Salad Buah RC ini?

“Media sosial ini sangat berperan penting dalam usaha saya ini. Apalagi ini merupakan usaha kecil. Dengan begitu media sosial berperan sebagai media promosi, wadah mengshare informasi produk dan dapat menarik konsumen. Dari awal berdirinya usaha ini saya iseng membuat akun sosial media khusus untuk usaha saya ini. Dan alhamdulillah berjalan seiringnya waktu followers saya bertambah”

- b. Mengapa anda memilih media sosial sebagai media pemasaran?

“saya memilih media sosial sebagai media pemasaran dikarenakan media sosial merupakan salah satu tempat pemasaran yang terbilang cukup mudah karna jaman sekarang tu media sosial makin canggih dan sudah pasti banyak yang menggunakan media sosial jadi lebih memudahkan orang orang berkomunikasi tanpa harus bertemu secara langsung. Apalagi dimasa pandemi sekarang orang-orangan gak mau keluar rumah apalagi hanya sekedar membeli makanan. Dengan begitu mereka bisa memesan salad buah atau menu lainnya melalui media sosial seperti whatsapp atau di dm instagram.”

- c. Apakah ada perbedaan pemasukkan sebelum adanya covid 19?

“sudah jelas ada namun tidak terlalu turun secara drastis namun itu juga terjadi pass di awal awal corona. Namun sebulan dua bulan masuknya corona berjalan seperti biasa lagi bahkan pendapatan makin meningka”

- d. Bagaimana anda mempertahankan usaha ini pada masa covid 19 sekarang?

“cara saya mempertahankan usaha ini adalah dengan keyakinan dan juga gigih dalam berusaha. Semampu saya, saya kan tetap membuatkan menu yang spesial untuk para konsumen saya karna menurut saya cita rasa adalah nomor 1. Dimana jika makanan yang kita rasa enak dilidah otomatis kita bakalan berfikir nanti beli lagi. Jadi harga dan rasa itu insyaallah sesuai.”



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

e. Bagaimana usaha Salad Buah RC ini menjalankan usahanya pada masa covid 19?

“selain memasarkan produk di media sosial kita juga memasarkan produk di toko Salad Buah RC di jalan Pattimura daerah gobah depan kantor polisi. Dimana buka jam 10 tutup jam 6 sore atau sehabisnya aja. Karna biasanya sebelum jam 6 sore itu udah habis duluan. “

2. Pengelola Salad Buah RC

a. Bagaimana proses anda memasarkan produk ke media sosial?

“Proses saya memasarkan produk dengan cara memposting foto dengan kualitas yang bagus seperti menambahkan background yang aestetik jadi hasil foto nya juga aestetik. Karna memasarkan melalui media sosial harus dengan mengunggah foto yang menarik dan juga aestetik dong agar menarik konsumen untuk membeli. Terus saya juga rajin mengupload instastory di ig terus di whatsapp dan juga facebook. Dan juga terkadang banyak konsumen yang ngetag saya di Instagram dengan mengreview makanan yang dibeli dari situ juga followers di Instagram bisa naik. Otomatis jika followers bertambah konsumen atau calon konsumen juga bakalan nambah. Terkadang juga saya meminta temen temen saya untuk mengreview jualan saya.”

b. Siapa sasaran konsumen usaha Salad Buah RC ini di media sosial?

“awalnya sih untuk ibu ibu aja ya, karna secara saya punya banyak teman yang ibu ibu. Tapi makin banyak nya followers saya liat liat ternyata bukan ibu ibu aja. Namun juga semua kalangan, seperti remaja, para pekerja kantoran terutama orang orang rumah sakit. Karna saya banyak membuat makanan dengan bahan buah buahan segar jadi orang-orang rumah sakit banyak banget yang memesan. Terus juga anak anak sih karna yang awalnya mereka gak suka buah jadi suka mungkin selain rasa juga bentuk nya sehingga bisa menarik anak anak untuk merasakan nya.”

c. Media sosial apa saja yang digunakan pada usaha Salad Buah RC ini dalam memasarkan produk?

“Dengan menggunakan Instagram, whatsapp dan juga facebook. Dan yang paling sering saya gunakan adalah Instagram dan juga whatsapp.”

3. Karyawan Salad Buah RC

- a. Apakah ada kendala saat menjalankan usaha ini pada masa covid 19 sekarang?

“kendala nya adalah sepi pengunjung di toko, karna covid jadi gak ada yang berani jajan di luar. Tapi menurut saya itu berlaku pass awal-awal corona aja. Dua sampai tiga bulan corona pengunjung rame lagi walaupun gak serame sebelum adanya covid tapi masih lumayan disbanding awal-awal corona.”

- b. Semenjak covid 19 apakah penjualan produk bisa dijangkau keluar kota?

“bisa, karna ketahanan seperti pudding ini bisa nyampe 1 hari di suhu ruangan. Namun untuk mengirimnya melalui jasa pengiriman luar kota belum bisa. Jadi biasanya yang beli itu kek lagi pulang kampung tanpa harus menggunakan jasa pengiriman terus mau bawa oleh oleh pudding buah.”

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

SURAT KETERANGAN RISET

Yang bertanda tangan dibawah ini pemilik (UKM) Salad Buah RC Jalan Pattimura no. 16, Kelurahan Cintaraja, Kecamatan Sail, Gobah menerangkan bahwa:

Nama : Tri Selvi Maulana
 NIM : 11725202816
 Jurusan : Ekonomi syariah
 Fakultas : Syariah dan Hukum

Dengan ini diberitahukan kepada mahasiswa dengan nama tersebut bahwa kami tidak keberatan dengan permohonan izin yang dimaksud. Selanjutnya mahasiswa disetujui untuk melakukan penelitian pada perusahaan kami dengan judul skripsi: "Peranan media sosial bagi pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM) salad buah RC pada masa covid 19 di Pekanbaru persepektif Ekonomi syariah (Studi Kasus UKM Salad Buah RC jl. Pattimura no 16. Kelurahan Cintaraja kecamatan Sail.Gobah)"

Demikian surat ini kami sampaikan dan atas kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Pekanbaru, 25 Oktober 2021

Karyawan UKM Salad Buah RC Pekanbaru

Ahmad Jefri



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tri Selvi Maulana
 NIM : 11725202816
 Lembaga Pendidikan : Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
 Lembaga Penelitian : Salad Buah RC Pekanbaru
 Alamat : Jalan Pattimura no. 16, Kelurahan Cintaraja,
 Kecamatan Sail, Gobah
 No. HP : +62 821-7235-5955

Dengan ini menyatakan bahwa akan meneliti dan tidak melanggar ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku berkaitan dengan penerbitan Rekomendasi Riset/Penelitian dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DMPMTSP Provinsi Riau).

Demikian Surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, Oktober 2021

Yang membuat pernyataan

(Tri Selvi Maulana)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“PERANAN MEDIA SOSIAL DALAM PENJUALAN USAHA SALAD BUAH RC PADA MASA COVID 19 DI PEKANBARU DALAM PERSEPEKTIF EKONOMI SYARIAH”**, yang ditulis oleh:

Nama : **TRI SELVI MAULANA**

NIM : : 11725202816

Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 21 Desember 2021 M

TIM PENGUJI MUNAQASYAH,

Ketua

Dr. Nurnasrina, SE, M. Si

Sekretaris

Zuraidah, MAg

Penguji I Metodologi

Bambang Hermanto, MA

Penguji II Materi

Dr. Drs. Heri Sunandar, MCL



Mengetahui,

Dekan Fakultas Syaria'ah Dan Hukum

Jalinus, S.Ag

NIP.19750801 200701 1 023



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
 FAKULTAS SYARI'AH & HUKUM

كلية الشريعة و القانون
 FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Tuahmadani Tampar - Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp / Fax. 0761-562052
 Web. www.fasih.uin-suska.ac.id Email : fasih@uin-suska.ac.id

Pekanbaru, 15 Februari 2021

Nomor : Un.04/F.I/PP.01.1/1914/2021
 Sifat : Penting
 Temp. : -
 Hal : **Pembimbing Skripsi**

Kepada
 Yth. Nuryanti, SE., M.Sy
 Dosen Fakultas Syari'ah dan Hukum
 UIN Sultan Syarif Kasim Riau
 Pekanbaru

Assalamu 'alaikum warhmatullahi wabarakatuh

Bersama ini kami minta kesediaan Saudara untuk membimbing mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dalam menyusun Skripsi :

Nama : TRI SELVI MAULANA

NIM : 11725202816

Jurusan : Ekonomi Syariah S1

Kepada Saudara diharapkan membimbing metodologi dan materi skripsi. Sebagai bahannya kami kirimkan proposal penelitian dimaksud dengan judul : "Peranan media sosial bagi pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM) salad buah RC pada masa covid 19 di Pekanbaru persepektif ekonomi syariah"

Demikian disampaikan, terima kasih.

a.n. Dekan

Wakil Dekan I



Dr. Drs. Heri Sunandar, Mcl

NIP. 19660803 199303 1 004

Tembusan:
 Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 a. Pengutipan untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 Dilarang menyalin atau sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 Diilindungi Undang-Undang



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARI'AH & HUKUM

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Tuahmadani Tampan - Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp / Fax. 0761-562052
Web. www.fasih.uin-suska.ac.id Email : fasih@uin-suska.ac.id

Nomor : Un.04/F.I/PP.00.9/2725/2021
Sifat : Biasa
Lamp. : 1 (Satu) Proposal
Hal : **Mohon Izin Riset**

Pekanbaru,02 Maret 2021

Kepada
Yth.Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
Provinsi Riau

Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Disampaikan bahwa salah seorang mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum
Universitas Sultan Syarif Kasim Riau :

Nama : TRI SELVI MAULANA
NIM : 11725202816
Jurusan : Ekonomi Syariah S1
Semester : VIII (Delapan)
Lokasi : Salad buah RC Jln Pattimura Pekanbaru.

bermaksud akan mengadakan riset guna menyelesaikan Penulisan Skripsi yang berjudul
:Peranan media sosial bagi pengembangan usaha kecil menengah (UKM) salad buah RC
pada masa covid 19 di Pekanbaru persepektif ekonomi syariah

Pelaksanaan kegiatan riset ini berlangsung selama 3 (tiga) bulan terhitung mulai
tanggal surat ini dibuat. Untuk itu kami mohon kiranya kepada Saudara berkenan
memberikan izin guna terlaksana riset dimaksud.

Demikian disampaikan, terima kasih.

a.n. Rektor
Dekan

Dr. Drs. H. Hajar., M.Ag
89580712 198603 1 005

Tembusan :
Rektor UIN Suska Riau

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PEMERINTAH PROVINSI RIAU
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau
 Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 PEKANBARU
 Email : dpmpstp@riau.go.id

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPSTP/NON IZIN-RISET/39287
 TENTANG



**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET
 DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**

1.04.02.01
 Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat
 Permohonan Riset dari : Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, Nomor :
 Un.04/F.I/PP.00.9/2724/2021 Tanggal 2 Maret 2021, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

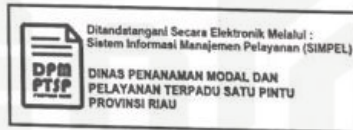
- | | |
|----------------------|--|
| 1. Nama | : TRI SELVI MAULANA |
| 2. NIM / KTP | : 11725202816 |
| 3. Program Studi | : EKONOMI SYARIAH |
| 4. Jenjang | : S1 |
| 5. Alamat | : PEKANBARU |
| 6. Judul Penelitian | : PERANAN MEDIA SOSIAL BAGI PENGEMBANGAN USAHA KECIL MENENGAH (UKM) SALAD BUAH RC PADA MASA COVID 19 DI PEKANBARU PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH |
| 7. Lokasi Penelitian | : SALAD BUAH RC JALAN PATTIMURA PEKANBARU |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
 Pada Tanggal : 4 Maret 2021



Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Walikota Pekanbaru
 Up. Kaban Kesbangpol dan Linmas di Pekanbaru
3. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**PEMERINTAH KOTA PEKANBARU
KECAMATAN SAIL**

Jalan Mulyorejo Nomor 6 Telp. (0761) 35840 Pekanbaru

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Nomor : 800/KS-KUP/SKP/14 /2021

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **FACHRUDDIN PANGGABEAN, S.Sos, M.Ap**
 Lembaga : Pemerintahan Kota Pekanbaru
 Jabatan : Camat Sail Kota Pekanbaru

Dengan Ini menyatakan bahwa mahasiswa bernama :

Nama : **TRI SELVI MAULANA**
 No Induk Mahasiswa : **11725202816**
 Fakultas : **SYARI'AH DAN HUKUM**
 Jurusan : **EKONOMI SYARI'AH**
 Jenjang : **S1**
 Alamat : **PEKANBARU**
 Judul Penelitian : **PERANAN MEDIA SOSIAL BAGI PENGEMBANGAN USAHA KECIL MENENGAH (UKM) SALAD BUAH RC PADA MASA COVID 19 DI PEKANBARU PERSPEKTIF EKONOMI SYARI'AH**
 Lokasi kegiatan : **SALAD BUAH RC JALAN PATTIMURA KEL. CINTARAJA**

Bahwa nama tersebut benar terdaftar melakukan kegiatan Sesuai dengan Judul Penelitian dengan mengikuti petunjuk teknis yang telah ditetapkan.

Demikian Surat Keterangan Penelitian ini dibuat, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

DITETAPKAN : PEKANBARU
 PADA TANGGAL : 10 Maret 2021

CAMAT SAIL,

FACHRUDDIN PANGGABEAN, S.Sos
 Pembina (IV.a)
 NIP. 19720305 199308 1 002



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARIAH AND LAW

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. 0761-561645
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: rektor@uin-suska.ac.id

**PENGESAHAN PERBAIKAN SEMINAR PROPOSAL
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

Proposal dengan judul **Peranan Media Sosial Bagi Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) Salad Buah RC Pada Masa Covid 19 Di Pekanbaru Persepektif Ekonomi Syariah**, ditulis oleh saudara:


Nama	: Tri Selvi Maulana
NIM	: 11725202816
Program Studi	: Ekonomi Syariah
Diseminarkan pada :	
Hari / Tanggal	: Selasa, 29 Desember 2020
Narasumber	: Kamiruddin, M. Ag

Telah diperbaiki sesuai dengan saran narasumber seminar proposal mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

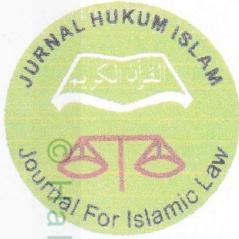
Kepala Sub. Bagian Akademik


Jalinus, S.Ag.
NIP. 19750801 200701 1 023

Pekanbaru, 18 Januari 2021
Narasumber


Kamiruddin, M. Ag
NIP. 19771018 200501 1 002

UIN SUSKA RIAU



JURNAL HUKUM ISLAM

مجلة الأحكام الشرعية

Journal For Islamic Law

JL. H.R. Soebrantas No. 155 KM 18 Simpang Baru, Panam Pekanbaru 28293

Po. Box 1004 Telp. (0761) 561645 Fax. (0761) 562052

www. Jurnalhukumislam.com email. admin@jurnalhukumislam.com

HP. 081275158167 – 085213573669

SURAT KETERANGAN

Pengelola Jurnal Hukum Islam dengan ini menerangkan bahwa:

NAMA : TRI SELVI MAULANA
NIM : 11725202816
JURUSAN : EKONOMI SYARIAH
JUDUL : PERANAN MEDIA SOSIAL PADA PENJUALAN USAHA SALAD BUAH RC PADA MASA COVID 19 DI PEKANBARU DALAM PERSEPEKTIF EKONOMI SYARIAH

Pembimbing: Nuryanti, S.E.L.,M.E.Sy

Nama tersebut diatas telah menyerahkan jurnal Skripsi sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan.

Pekanbaru, 07 Januari 2022

Pimpinan Redaksi



Dr. M. ALPISYHRIN, SH., MH., CPL.

NIP. 19880430 201903 1 010

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

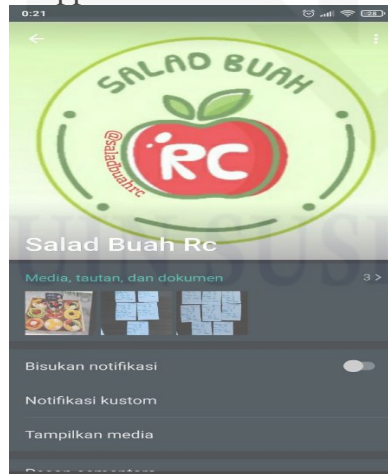
Akun Facebook Pemilik Usaha Salad Buah Rc Pekanbaru



Akun Instagram Usaha Salad Buah RC Pekanbaru



Akun Whatsapp Usaha Salad Buah RC Pekanbaru



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Promosi Usaha Salad Buah RC Pekanbaru Melalui Whatsapp



Promosi Melalui Hashtag



Review Konsumen Salad Buah RC Pekanbaru





© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

RIWAYAT PENULIS



Tri Selvi Maulana, lahir di Teluk Pinang, pada tanggal 21 Juni 2000, merupakan anak ke tiga dari tiga bersaudara, ayahanda bernama Haris dan ibunda bernama Rahmatan, memiliki seorang abang laki-laki bernama Tava, dan seorang kakak perempuan bernama Santi Sardi.

Penulis menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar di SDN 004 Teluk Pinang, Sekolah Menengah Pertama di SMPN 01 Teluk Pinang, sampai dengan Sekolah Menengah Atas di SMAN 1 Teluk Pinang. Pada tahun 2017 penulis di terima sebagai mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah di Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau melalui jalur UMPTKIN.

Pada masa perkuliahan, dalam proses perkuliahan penulis menjalani magang di Dompot Dhuafa Riau dan mendapatkan nilai sangat memuaskan (**A**). Kemudian penulis juga menjalani Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Kelurahan Teluk Pinang Kecamatan Gaung Anak Serka Indragiri Hilir dengan nilai sangat memuaskan (**A**).

Pada tanggal 30 Desember 2020 penulis telah melakukan seminar Proposal penelitian. Kemudian Ujian Munaqasah pada tanggal 6 Desember 2021 dan dinyatakan lulus ujian sarjana dibawah bimbingan Ibu Nuryanti, SE.I.ME,Sy dan di uji oleh bapak Bambang Hermanto, MA, bapak Dr. Drs. Heri Sunandar, MCL, ibu Zuraidah, MAg, dan Ibu Dr. Nurnasrina, SE, M.Si. dan penulis mendapatkan nilai (**B**)