



NO:6865/PMI-D/SD-S1/2024

**STRATEGI IBU RUMAH TANGGA DALAM MENGEMBANGKAN
USAHA UNTUK MENAMBAH PENDAPATAN KELUARGA DI DESA
MUMANTI KECAMATAN PERANAP KABUPATEN INDRAGIRI HULU**



UIN SUSKA RIAU

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Melengkapi Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Strata (S1) Pengembangan Masyarakat Islam (S.Sos)

Oleh:

ROSLINA FITRIANI
NIM. 11840122534

PROGRAM STRATA I (S1)
PROGRAM STUDI PENGEMBANGAN MASYARAKAT ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

2024**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 DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul: **“Strategi Ibu Rumah Tangga dalam Mengembangkan Usaha untuk Mengambah Pendapatan Keluarga di Desa Gumanti Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu”** yang ditulis oleh :

Nama : Roslina Fitriani
NIM : 11840122534
Jurusan : Pengembangan Masyarakat Islam (PMI)

Telah dimunaqasahkan dalam ujian sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Hari / tanggal : Senin, 15 Juli 2024

Sehingga skripsi ini dapat diterima Fakultas Dakwah dan Komunikasi sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 29 Juli 2024

Dekan Fakultas Dakwah Dan Komunikasi
UIN Suska Riau



Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd., MA
NIP. 19811118 200901 1 006

Panitia Sidang Munaqasah

Ketua / Penguji I

Yelni, M.Si
NIP. 19700914 201411 2 001

Penguji III

Dr. Daruśman, M.Ag
NIP. 19700813 199703 1 001

Sekretaris / Penguji II

Muhammad Soim, S.Sos.I, MA
NIP. 19830622 202321 1 014

Penguji IV

Dr. Kodarni, S.ST, M.Pd, CIIQA
NIP. 19750927 2023211 005

© Hal cipta milik UIN Suska Riau
 Diilindungi Undang-Undang
 a. Menghindari pelanggaran hak cipta
 b. Perjudian tidak merugikan kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 c. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

ROSLINA FITRIANI

11840122534

“Peran Media Sosial Sebagai Sarana Promosi (Bisnis Online) Bagi Ibu Rumah Tangga Dalam Membantu Perekonomian Keluarga Di Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu”

Diseminarkan Pada:

: Rabu

: 19 Januari 2024

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Pengembangan masyarakat Islam di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 19 Januari 2024

Penguji Seminar Proposal,

Penguji I

H. Darusman, M.Ag

NIP. 197008131997031001

Penguji II

Muhammad Soim, M.A

NIP/NIK: 19830622202321 1 014



PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Setelah melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya

terhadap penulis skripsi saudara:

: Roslina Fitriani

: 11840122534

Skripsi : “ Strategi Ibu Rumah Tangga Dalam Mengembangkan Usaha Untuk Menambah Pendapatan Keluarga Di Desa Gumanti Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu”

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasahkan dan melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Sosial (Sos)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat, yang bersangkutan dapat dipanggil untuk hadir dalam sidang ujian munaqasah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu’alaikum Wr Wb

Pembimbing Skripsi

Rosmita, M.Ag
NIP. 1974113200501 2 005

Mengetahui

Ketua Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam

Dr. Titi Antin, S.Sos, M.Si
NIP. 19700301 199903 2 002



Pekanbaru, 4 juni 2024

: Nota Dinas
: **Pengajuan Ujian Skripsi**
Kepada Yth
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Di
Tempat
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan Hormat,

Setelah membaca, meneliti dan memberi petunjuk serta melakukan perubahan seperlunya, maka kami selaku Dosen Pembimbing menyetujui bahwa skripsi saudara **Roslina Fitriani, 11840122534.** dengan judul **“Strategi Ibu Rumah Tangga Dalam Mengembangkan Usaha Untuk Menambah Pendapatan Keluarga Di Desa Gumanti Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu”**

Telah dapat diajukan untuk mengikuti **Ujian Skripsi/Munaqasah** guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam bidang Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Harapan kami semoga dalam waktu dekat, yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian Surat Pengajuan Ini kami buat atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wasalamu'alaikum Wr Wb

Mengetahui,
Pembimbing Skripsi

Rosmita, M.Ag
NIP. 1974113200501 2 005

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Diarangi menyalin, 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. Diarangi 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 : Roslina Fitriani
 NIM : 11840122534
 Tempat/Tgl.Lahir : Napal, 20 Maret 2000
 Fakultas : Dakwah Dan Komunikasi
 Jurusan : Pengembangan Masyarakat Islam
 Judul Skripsi : **Strategi Ibu Rumah Tangga Dalam Mengembangkan Usaha Untuk Menambah Pendapatan Keluarga Di Desa Gumanti Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu**

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Penulisan Skripsi 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 Skripsi saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Skripsi saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai perundang-undangan.

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

Pekanbaru, 30 Juli 2024
 Yang membuat pernyataan,



Roslina Fitriani
 Roslina Fitriani
 NIM. 11840122534

STRATEGI IBU RUMAH TANGGA DALAM MENGEMBANGKAN USAHA UNTUK MENAMBAH PENDAPATAN KELUARGA DI DESA MUMANTI KECAMATAN PERANAP KABUPATEN INDRAGIRI HULU

ABSTRAK

Nama : Roslina Fitriani

NIM : 11840122534

Teknologi Komunikasi beberapa waktu kebelakang mengalami pengembangan yang signifikan. Beberapa platform media sosial juga turut berkembang dan tidak bisa dipisahkan dari kehidupan masyarakat. Platform tersebut bukan hanya digunakan sebagai media berkomunikasi namun juga bisa sebagai strategi bisnis baru di era digital saat ini. Dorongan ekonomi untuk menambah pemasukan keluarga turut membawa ibu rumah tangga untuk menangkap peluang tersebut melalui aktivitas berjualan online. Penelitian ini menggunakan teori strategi pengembangan usaha menurut Agustina dengan 4 indikator utama strategi produk, strategi harga, strategi pasar, dan strategi distribusi. Penelitian ini termasuk kedalam penelitian kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ibu rumah tangga yang berprofesi sebagai pedagang onlineshop, melakukan beberapa strategi untuk pengembangan usahanya. Strategi ini dibagi dalam 2 bentuk yaitu langsung dan tidak langsung, strategi promosi langsung dilakukan dengan face to face menawarkan produk secara langsung dan memberikan potongan harga, sementara untuk strategi yang tidak langsung diantaranya melalui sosial media, menggunakan jasa influencer, live dan berbagai akun sosial media. Dengan adanya strategi ini dinilai mampu mengembangkan usaha menjadi lebih besar sehingga bisa menambah pemasukan keluarga lebih banyak.

Kata Kunci : Strategi Usaha, Ibu Rumah Tangga , Perekonomian Keluarga

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.

HOUSEWIFE'S STRATEGY IN DEVELOPING A BUSINESS TO INCREASE FAMILY INCOME IN GUMANTI VILLAGE, PERANAP DISTRICT, INDRAGIRI HULU DISTRICT

ABSTRACT

Name : Roslina Fitriani

Nim : 11840122534

Communication technology has recently experienced significant development. Several social media platforms are also developing and cannot be excluded from people's lives. This platform is not only used as a communication medium but can also be used as a new business strategy in the current digital era. The economic drive is to increase family income and encourage housewives to seize this opportunity through online selling activities. This research uses the theory of business development strategy according to Agustina with 4 main indicators of product strategy, price strategy, market strategy and distribution strategy. This research is included in qualitative descriptive research. The research results show that housewives who work as online shop traders carry out several strategies to develop their business. This strategy is divided into 2 forms, namely direct and indirect, direct promotional strategies are carried out face to face, offering products directly and giving price discounts, while indirect strategies include through social media, using influencer services, live on various social media accounts. . With this strategy, it is considered possible to develop the business into a larger one so that it can increase the family's income even more.

Keywords: Business Strategy, Housewife, Family Economy

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi 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.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillahirobbil'alamin, penulis mengucapkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis. Kemudian Shalawat beriring salam kepada junjungan alam Nabi Besar Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Strategi Ibu Rumah Tangga Dalam Pengembangan Usaha Untuk Menambah Pendapatan Keluarga Di Desa Gumanti Kecamatan Peranap Indragiri Hulu”**. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian persyaratan akademis menyelesaikan pendidikan Program Studi S1 Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Teristimewa ucapan terima kasih kepada kedua orang tua penulis ayah Badrus Amin dan Ibu Welas Sri yang telah bersusah payah membesarkan, mendidik, dan memberikan kasih dan sayang yang tulus serta memberikan segala yang terbaik untuk penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan pendidikan, semoga kita selalu diberikan kesehatan dan dilindungi setiap langkah baik dan kemurahan rezeki oleh Allah SWT “Aamiin Ya Rabbal’Alamin”.

Pada penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan dan dorongan serta bantuan dari berbagai pihak yang telah memberikan motivasi, semangat, dan nasehat sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. DR. Khairunnas Rajab, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang memfasilitas dengan kebijakan-kebijakannya.
2. Bapak Prof. Dr. Imron Rosadi, S.Pd.,M.A selaku Dekan Fakultas Dakwah Dan Komunikasi, yang memfasilitas dengan kebijakan-kebijakannya.
3. Bapak Prof. Dr. Masduki, M.Ag Wakil Dekan 1 Fakultas Dakwah Dan Komunikasi yang memfasilitas dengan kebijakan-kebijakannya.
4. Bapak Dr. Toni Hartono, M.Si selaku Wakil Dekan 2 Fakultas Dakwah Dan Komunikasi, yang memfasilitas dengan kebijakan-kebijakannya.
5. Bapak Dr. H. Arwan, M.Ag selaku Wakil Dekan 3 Fakultas Dakwah Dan Komunikasi, yang memfasilitas dengan kebijakan-kebijakannya.
6. Ibuk Dr. Titi Antin, S.Sos., M.Si selaku Ketua Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam, yang memfasilitas dengan kebijakan-kebijakannya.
7. Ibuk Yefni, M.Si selaku Sekretaris Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam, yang memfasilitas dengan kebijakan-kebijakannya.



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.

8. Ibu Rosmita, M.Ag selaku dosen pembimbing Skripsi dan Penasehat Akademik Penulis yang telah banyak sekali membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian dan mempermudah segala urusan selama bimbingan serta peduli terhadap penulis semoga segala kebaikan ibu dibalas oleh Allah swt nantinya “aamiin”.
9. Saudara Kandung Mas Rudi Irawan, Yang telah mensuport penulis baik segi finansial ataupun non finansial dari awal kuliah, hingga saat ini. kemudian adek kandung Rindu Aurell dan Rangga Kurniawan, yang selalu memberikan semangat untuk penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini
10. Ibu Wati, Siti, Eka, Dan Ibu-ibu lainnya yang telah membantu penulis dalam pengumpulan data penelitian
11. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang Sangat berjasa dalam memberikan ilmu dan pengetahuan, mengajari dan menasehati penulis selama perkuliahan.
12. Keluarga Besar Penulis yang tidak bisa disebutkan satu-persatu yang tidak hentinya memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Sahabat dan teman-teman seperjuangan: Elvi Yanti, Sri Ayani, Cindy Rawidiah, serta teman-teman yang tidak bisa disebutkan satupersatu. Yang telah saling bertukar pikiran, yang telah menjadi saudara selama perkuliahan, berbagi keluh kesah perkuliahan dan telah banyak membantu penulis baik secara materi maupun non materi penulis ucapkan banyak terimakasih.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, dikarenakan keterbatasan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis dengan tulus berharap menerima segala bentuk saran, masukan, dan kritikan yang membangun dari berbagai pihak sebagai pembelajaran bagi penulis di masa depan.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pekanbaru, 2 Juli 2024

Penulis

Roslina Fitriani
NIM. 11840122534

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 BAHASA INDONESIA.....	i
ABSTRAK BAHASA INGGRIS	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Penegasan Istilah	3
1.3. Rumusan Masalah Penelitian	4
1.4. Tujuan Penelitian	4
1.5. Manfaat Penelitian	5
1.6. Sistematika Penulisan	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Terdahulu.....	7
2.2 Kajian Teori	12
2.3 Konsep Operasional	34
2.4 Kerangka Pikir	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Metode Dan Pendekatan Penelitian	35
3.2 Lokasi Penelitian.....	37
3.3 Sumber Data.....	37
3.4 Informan Penelitian.....	38
3.5 Teknik pengumpulan Data	39
3.6 Teknik Analisis Data.....	42
BAB IV LOKASI PENELITIAN	
4.1. Profil Desa	43
BAB V PEMBAHASAN	
5.1 Hasil Penelitian	49
5.2 Pembahasan.....	59
BAB VI PENUTUP	
6.1. Kesimpulan	64
6.2. Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

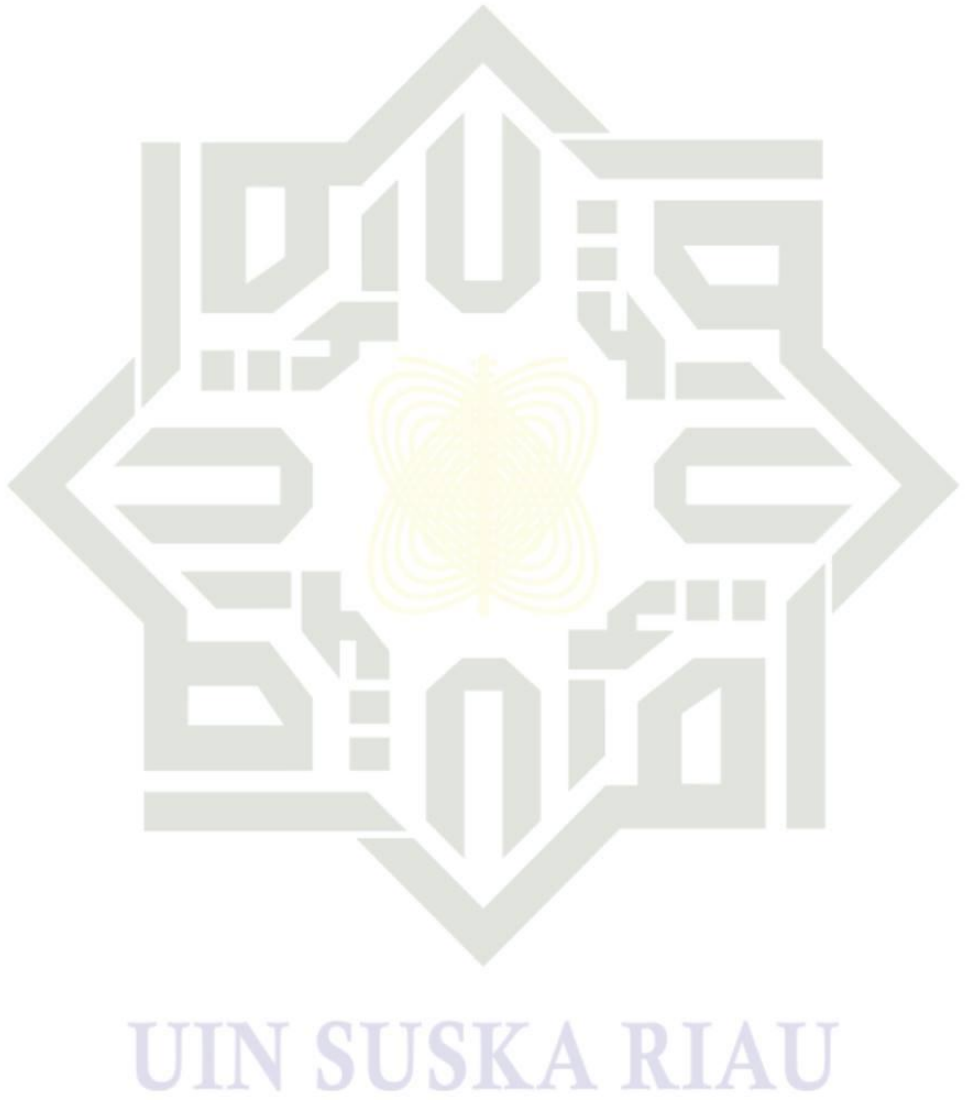
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

Tabel 3.1 Jumlah Informan.....	40
Tabel 4.1 Jumlah Penduduk desa gumanti kecamatan Peranap	49
Tabel 4.2 Mata Pencaharian Masyarakat desa gumanti kecamatan Peranap	50
Tabel 4.3 Tingkat Pendidikan Masyarakat desa gumanti kecamatan Peranap	51
Tabel 4.4 Sarana Pendidikan	52
Tabel 4.5 Jumlah Penduduk Berdasarkan Agama	52
Tabel 4.6 Jumlah Rumah Ibadah	53
Tabel 4. Kepala Suku Masyarakat desa gumanti kecamatan Peranap..	54

DAFTAR GAMBAR

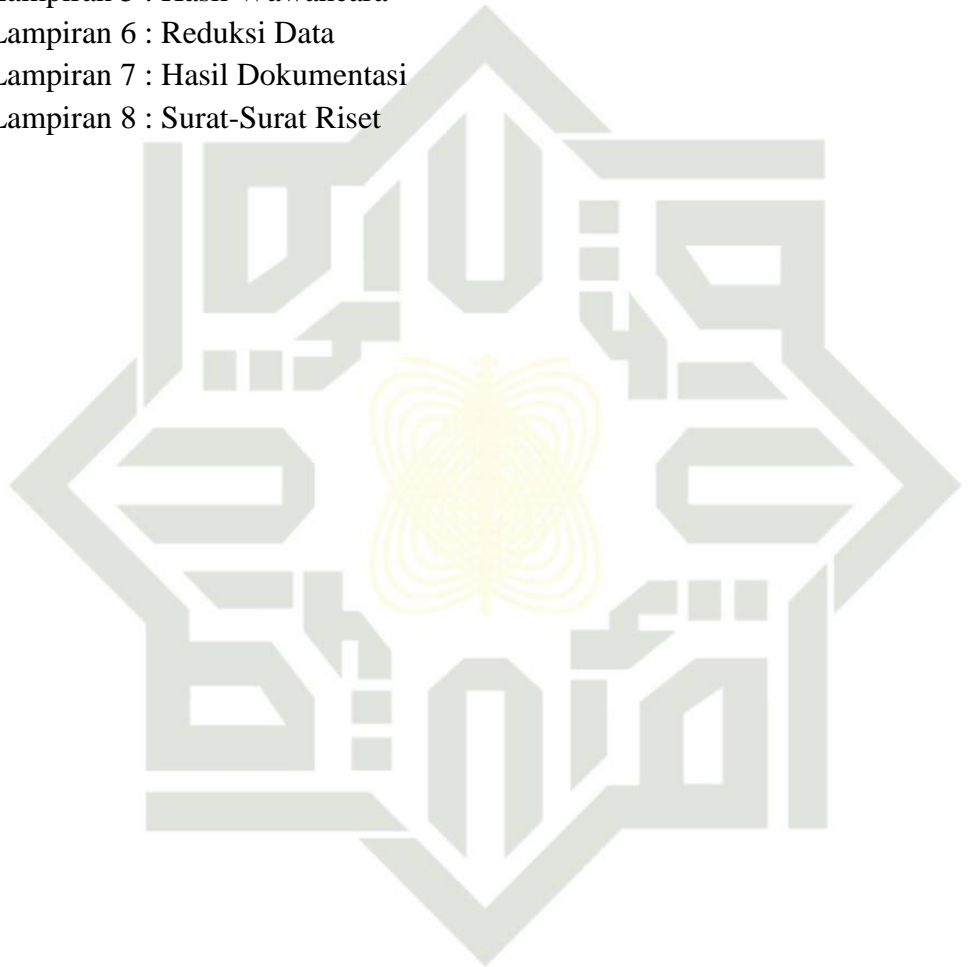
Gambar 2.1 Kerangka Pikir 37



- 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 LAMPIRAN

1. Lampiran 1 : Instrumen Penelitian
2. Lampiran 2 : Pendoman Observasi
3. Lampiran 3 : Pedoman Wawancara
4. Lampiran 4 : Hasil Observasi
5. Lampiran 5 : Hasil Wawancara
6. Lampiran 6 : Reduksi Data
7. Lampiran 7 : Hasil Dokumentasi
8. Lampiran 8 : Surat-Surat Riset



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 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.

Perkembangan usaha masyarakat di Indonesia masih tergolong rendah. Masyarakat pada umumnya ingin mendapatkan kehidupan yang layak setiap harinya. Masyarakat selalu berusaha mengerjakan pekerjaan yang dapat memenuhi dan mencukupi kehidupan mereka. Lapangan kerja yang menjadi wadah bagi penduduk untuk meningkatkan kesejahteraan belum mampu untuk menampung seluruh angkatan kerja yang ada. Pendapatan yang layak sangat diharapkan oleh seluruh masyarakat, sebab dengan pendapatan yang baik maka setiap kebutuhan keluarga dapat dipenuhi. Menurut SK Menteri Keuangan No. 316/KMK.016/1994 tanggal 5 juni 1994 adalah “perorangan atau badan usaha yang melakukan kegiatan usaha dengan nilai penjualan atau omzet setinggi-tingginya Rp 66 juta atau aset setinggi-tingginya Rp 600 juta di luar tanah dan bangunan yang ditempati”. Apabila kita mengacu dari UU NO. 9 tahun 1995 yang digunakan oleh Departemen Koperasi menetapkan kriteria “usaha kecil sebagai usaha yang memiliki kekayaan bersih maksimum Rp 200 juta di luar tanah dan bangunan dan memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 1 milyar dan dimiliki oleh warga Indonesia” tentang usaha kecil. Lebih lanjut UU No. 9 tahun 1995 di dalamnya juga menjelaskan tentang pengertian industri kecil “ industri kecil adalah industri yang memiliki kekayaan bersih maksimal Rp 200 juta, tidak termasuk tanah dan bangunan usaha. Hasil penjualan tahunan kurang lebih Rp 4 milyar. Usaha sendiri, bukan anak perusahaan dari bentuk usaha perseorangan. Usaha kecil merupakan usaha informal oleh individu seperti usaha rumah tangga, pedagang kecil, kaki lima, maupun asongan”. Peran industri rumah tangga akan semakin penting apabila di sektor perdagangan (bisnis online) terjadi pergeseran dan mekanisme di bidang usaha industri, keadaan ini akan memungkinkan sebagai alternatif yang dapat diambil adalah memasuki industri kecil atau industri rumah tangga. Pilihan tersebut sesuai dengan kenyataan yang ada bahwa industri kecil tidak membutuhkan pendidikan dan keterampilan tinggi serta modal yang dibutuhkan relatif kecil.³

Pertumbuhan industri kecil menengah di Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau khususnya desa Gumanti terus mengalami pertumbuhan. Kecamatan Peranap itu sendiri merupakan salah satu dari 12 kecamatan di wilayah Kabupaten Indragiri Hulu. Kecamatan Peranap termasuk daerah beriklim tropis, dan mempunyai aktifitas perekonomian yang baik, serta cocok untuk daerah perindustrian. Salah satu desa di Kecamatan Peranap ini yaitu desa Gumanti adalah salah satu desa yang mempunyai penghasilan mayoritas usaha rumah tangga seperti Usaha offline yang terdiri dari Usaha Kuliner (Warung Makan, Usaha Kue atau gorengan, Usaha Jus Buah/minuman), usaha laundry pakaian, jual pulsa, usaha baju sedangkan usaha bisnis online seperti

³ Ibid.vol.2 hal.1

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.

usaha publisher adserve, usaha toko online (e-commerce), dan usaha Affiliasi marketer. Desa Gumanti ini juga sudah semakin maraknya usaha rumahan (bisnis online), tidak terkecuali di desa gumanti kecamatan peranap. Berdasarkan data awal penelitian dilapangan bersama aparaturnya desa gumanti dijelaskan bahwa jumlah ibu di desa gumanti sebanyak 120 orang, 20 orang diantaranya berprofesi sebagai pedagang online. Dimana para ibu rumah tangga tidak perlu mengeluarkan kerangat keluar rumah untuk mencari uang atau untuk menambah pendapatan keluarga. Para ibu rumah tangga yang melakukan bisnis online tersebut masih memiliki anak dan keluarga. Dengan demikian ibu rumah tangga mampu menangkap peluang usaha tersebut sehingga dapat dijadikan sebagai pekerjaan utama ibu rumah tangga yang ada Desa Gumanti Tersebut. Dengan adanya peluang tersebut maka diharapkan akan menambah pendapatan perekonomian keluarga guna mencapai keluarga yang sejahtera.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis berkeinginan meneliti lebih lanjut tentang usaha rumahan (bisnis online) tersebut apakah usaha rumahan berperan dalam membantu perekonomian keluarga maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “ **Strategi Ibu Rumah Tangga Dalam Mengembangkan Usaha Untuk Menambah Pendapatan Keluarga Di Desa Gumanti Kecamatan Pernap Kabupaten Indragiri Hulu**”.

1.2 Penegasan Istilah

Untuk memahami penelitian ini dan supaya tidak terjadi kesalahan didalam melakukan sebuah penelitian, maka penulis merasa perlu untuk menjelaskan istilah-istilah yang ada pada judul penelitian ini, dengan menguraikan setiap istilah kata-kata yang ada dalam judul penelitian ini. Adapun istilah-istilah tersebut sebagai berikut:

1. Strategi Usaha

Strategi menurut istilah ini mengandung gagasan tentang tujuan yang ingin dicapai dan rencana tindakan yang akan dilakukan dalam berbagai skenario. strategi merupakan rencana kerja manajemen untuk menjalankan bisnis. Hal ini mengandung makna bahwa strategi perusahaan merupakan tindakan yang diambil dalam menghadapi persaingan dan pendekatan bisnis yang digunakan oleh manager untuk mengembangkan bisnis, menarik, dan memuaskan pelanggan, bersaing dengan sukses serta mencapai target kinerja perusahaan yang telah ditetapkan.⁴

⁴ Moh. Erfan Arif And Rila Anggreani. “*Strategi Bisnis*”, Universitas Bramawijaya, (April 2023). Hlm. 3

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.

2. Media Sosial

Social media merupakan tempat berkumpulnya berbagai macam individu maupun kelompok dan melakukan aktifitas komunikasi. Sejak kemunculannya, sosial media telah berkembang pesat, salah satu contoh adalah perkembangan facebook, instgram, tiktok dan whatsapp.

3. Strategi Pengembangan Usaha

Suatu cara atau proses yang menggerakkan pikiran, tenaga, dan tubuh untuk mengembangkan usaha, meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi dari kegiatan ekonomi, serta meningkatkan lapangan pekerjaan saat ini dan yang akan datang⁵

4. Pengertian Perekonomian Keluarga

Ekonomi keluarga adalah suatu kajian tentang upaya manusia dalam memenuhi kebutuhan-kebutuhannya melalui aktivitas- aktivitas yang dilakukan oleh seseorang yang bertanggung jawab atas kebutuhan dan kebahagiaan bagi kehidupannya. Dalam ekonomi dijelaskan bahwa “Unsur-unsur yang ada dalam ekonomi keluarga adalah penghasilan, pengeluaran dan cara mengatur ekonomi keluarga”.Penghasilan keluarga merupakan sumber untuk memenuhi kebutuhan anggota keluarga yang dapat diperoleh dari bekerja

1.3 Batasan Masalah

Beberapa hipotesis awal peneliti terkait strategi ibu rumah tangga dalam pengembangan usaha sebagai berikut :

1. Ibu rumah tangga tidak memiliki penghasilan selain dari kepala keluarga
2. Kebutuhan rumah tangga semakin bertambah setiap harinya
3. Usaha bisnis online dipilih karena efektif dan efisien tidak memiliki lapak khusus namun mampu dijangkau banyak pelanggan
4. Usaha bisnis online yang dijalani tidak cukup berkembang dibuktikan dari sedikitnya pelanggan yang dimiliki
5. Strategi yang digunakan kurang tepat karna belum mampu menjangkau banyak orang.

Agar tidak terjadinya luasnya permasalahan dan keterbatasan waktu serta untuk mendapatkan hasil dan kepuasan yang dalam maka peneliti membatasi pada pembahasan Strategi Ibu Rumah Tangga Dalam mengembangkan usaha untuk menambah pendapatan keluarga Di Desa Gumanti Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu.”

⁵ John A.Pearce II, Manajemen strategik, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 7.

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.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang maka penelitian merumuskan masalah yang akan dibahas yaitu: Bagaimana Strategi Ibu Rumah Tangga Dalam Mengembangkan Usaha Untuk Menambah Pendapatan Keluarga Di Desa Gumanti Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu ?

1.5 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.5.1 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah Mengetahui Strategi Ibu Rumah Tangga Dalam Mengembangkan Usaha Untuk Menambah Pendapatan Keluarga Di Desa Gumanti Kecamatan Peranap Kabupaten Indargiri Hulu.”

1.4.2 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

- a. Penelitian ini bertujuan sebagai bahan informasi ilmiah terkait dengan prosedur strategi ibu rumah tangga dalam mengembangkan usaha untuk menambah pendapatan keluarga.
- b. Memperkaya kajian ilmu tentang peranan media sosial, khususnya yang berhubungan dengan lapangan.
- c. Sebagai bahan bacaan Prodi Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

2. Kegunaan Praktis

- a. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi kelancaran Bisnis Online bagi Ibu Rumah Tangga.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi pengkajian dan pembelajaran pada Prodi Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
- c. Sebagai syarat untuk menyelesaikan program sarjana Strata Satu (S1) Pengembangan Masyarakat Islam guna memperoleh gelar Sarjana Pengembangan Masyarakat Islam (S.Sos).

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh pembahasan yang sistematis, maka penulis perlu menyusun sistematika penulisan sehingga memudahkan untuk memahami. Adapun sistematika penulisan tersebut adalah :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini penulis mengemukakan latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penulisan, serta sistematika penulisan.

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 : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini penulis mengemukakan kajian terdahulu, landasan teori, dan kerangka berfikir yang digunakan dalam penulisan.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini penulis mengemukakan jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penulisan, sumber data, informan penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data dan teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM

Bab Ini Menjelaskan Gambaran Umum Tentang Lokasi media sosial sebagai Strategi Ibu Rumah Tangga Dalam Mengembangkan Usaha Untuk Menambah Pendapatan Di Desa Gumanti Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang hasil penelitian dan pembahasan dari hasil wawancara yang telah dilakukan dan data-data mengenai Strategi Ibu Rumah Tangga Dalam mengembangkan usaha untuk menambah pendapatan keluarga Di Desa Gumanti Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu.

BAB VI : PENUTUP

Dalam bab ini, penulis akan menyampaikan kesimpulan berdasarkan hasil penelitian dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

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 TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Terdahulu

Berdasarkan kajian penelitian terdahulu yang relevan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Dinda sekar puspitadini, reni nuraeni, judul penelitian *Pemanfaat Media Sosisal Sebagai Media Promosi (Deskriptif Pada Happy Go Lucky Haouse)*. Dalam penelitian ini untuk mengetahui sejauh mana pemanfaatan media sosial sebagai kegiatan promosi apa saja yang dilakukan oleh Happy Go Lucky house dalam akun media sosial instagram, dan mengetahui faktor-faktor apa yang membuat instagram dipilih sebagai media promosi yang aktif. Peneliti menarik kesimpulan bahwa Happy Go Lucky house melakukan pemanfaatan instagram dengan baik, dilihat dari kegiatan promosi yang dilakukan sangat beragam dan juga dapat memanfaatkan berbagai fitur yang tersedia.⁶ Perbedaan dengan penelitian ini, terletak di tujuan penelitian, jika penelitian terdahulu bertujuan untuk melihat pemanfaatan media sosial sebagai media promosi sementara tujuan penelitian penulis peranan media sosial sebagai sarana promosi (bisnis online) dalam membantu perekonomian keluarga.
2. Penelitian dilakukan oleh Rachmat Destrana, M. Didin Rafiudin dengan judul penelitian *Efektivitas E-Commerce Pada Umkm Ridho Cemerlang Di Desa Popalo Kabupaten Gorontalo Utara*. Dalam penelitian ini untuk mengetahui sejauh mana peran e-commerce sebagai jalur promosi dan penjualan dalam peningkatan penjualan dan pemasaran produk (UMKM) industri rumahan di desa popalo kabupaten gorontalo utara. Dalam rangka meningkatkan nilai jual produk, usaha UMKM ridho cemerlang menggunakan media e-commerce sebagai media informasi dan komunikasi. Umkm ridho cemerlang memanfaatkan berbagai jenis media sosial untuk memasarkan dan mengiklankan produknya. Usaha umkm ridho cemerlang menggunakan media sosial sejak tahun 2015. Penggunaan e-commerce sangatlah penting bagi peningkatan penjualan dan pemasaran produk (UMKM) usaha kuliner dalam pemasaran secara online khususnya usaha-usaha kuliner yang tergolong relatif masih kecil. Perbedaan dengan penelitian ini, terletak di tujuan penelitian, jika penelitian terdahulu bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh peran e-commerce dalam mempromosikan jualan UMKM (industri rumahan)

⁶Dinda Sekar Puspitadini, Reni Nuraeni. "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi" (Jurnal Common, Vol.3 No.1 Juni 2019)

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.

sementara tujuan penelitian penulis peranan media sosial sebagai sarana promosi (bisnis online) dalam membantu perekonomian keluarga.⁷

3. Penelitian dilakukan oleh **PENINGKATAN KESEJAHTERAAN USAHA KECIL MENENGAH (UKM) MELALUI E-COMMERCE DAN PROMOSI JEJARING SOSIAL MEDIA (STUDI KASUS: KELURAHAN GUNUNG SINDUR KABUPATEN KABUPATEN BOGOR)**. Di era digital, pengguna internet untuk perdagangan semakin bertambah, sehingga munculnya bisnis baru sebagai start up. Bisnis tersebut bergerak dalam bidang perdagangan dan jasa yang memenuhi kebutuhan sehari-hari. Mayoritas dari pemasaran yang mengubah cara konvensional ke arah e-commerce. Keterbatasan latar belakang pendidikan dan pengetahuan yang dimiliki oleh memasarkan produk mereka. Selama ini, pemasaran produk kerajinan tangan dan olahan kebun, hanya memulai pasar tradisional atau menitipkan ke warung atau promosi dari mulut ke mulut. Cara konvensional itu membuat penghasilan atau menggunakan teknologi informasi. Melihat situasi seperti ini, untuk mengarahkan usaha kecil menengah (UKM) agar dapat meningkatkan penghasilannya, perlu diadakan pelatihan pemanfaatan e-commerce sebagai solusi alternatif dalam inovasi pemasaran dengan tujuan untuk menjangkau potensi pasar yang lebih besar.⁸ Perbedaan penelitian ini, terletak di tujuan penelitian, jika peneliti terdahulu bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh kesejahteraan usaha kecil menengah (UKM) melalui e-commerce serta jejaring sosial media. Sementara penelitian penulis peranan media sosial sebagai sarana promosi (bisnis online) dalam membantu perekonomian keluarga.
4. Jurnal yang berjudul *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Di Pantai Ngurbloat Maluku Tenggara*. Yang disusun oleh Abraham Johanis Jalmaf, Stevie Sahusilawane dan Geradin Rehatta mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Pattimura 2022. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran yang mendalam yang mana memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi pariwisata di kawasan wisata pantai Ngurbloat Desa Ngilngof. Hasil penelitian menunjukkan bahwa memanfaatkan media sosial sebagai media promosi di Pantai

⁷Muh. Dandy Putra Thohir, Rizan Mahmud, Agus Hakri Bokingo, Valentina Monoarfa, "Efektivitas E-Commerce Pada UMKM Ridho Cemerlang Di Desa Popalo Kabupaten Gorontalo Utara", (Gorontalo: Universitas Gorontalo, 2023)

⁸ Ratna Sari, Enjah Pipit Fitriyadi, Budi Aprianto, Joko Trianto, Ahmad Fikri Zulfikar, "Peningkatan Kesejahteraan Usaha Kecil Menengah (Ukm) Melalui E-Commerce Dan Promosi Jejaring Sosial Media", Jurnal: Abdi Masyarakat, (Pamulang: universitas Pamulang, Vol.1 Hlm.1)

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.

Ngurbloat, adalah kelengkapan fitur yang dimiliki oleh media sosial, dalam proses menampilkan produk (pantai Ngurbloat) kepada calon pelanggan / wisatawan dan media sosial sangat hemat biaya dalam melakukan sebuah promosi salah satu hasilnya banyak pengunjung yang mengetahui tentang Pantai Ngurbloat dan datang ke Pantai Ngurbloat untuk menikmati layanan dan fasilitas wisata di Pantai Ngurbloat. Penelitian ini menggunakan pendekatan Kualitatif Studi Kasus.⁹

5. Jurnal yang berjudul ***Pemanfaatan Media Sosial Untuk Promosi Pariwisata Dan Potensi Kearifan Lokal Di Kelurahan Batu Putuk, Kecamatan Teluk Betung Barat Kota Bandar Lampung***. Yang disusun oleh Alya Samira Rahmaputri, Anisa Raden dkk mahasiswa Prodi Ilmu Komputer, Teknik Sipil, Fisika, Teknik Informatika Universitas Lampung 2021. Pemanfaatan media sosial dalam era digital sangat memudahkan penyebaran informasi dan promosi dari berbagai sektor kehidupan. Media sosial yang berada di tengah masyarakat terbukti dapat mempromosikan pariwisata menjadi lebih interaktif, informatif, dan juga fleksibel dalam penyampaian informasi yang dapat menarik wisatawan. Metode dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Berdasarkan hasil pembahasan dari kegiatan yang telah dilakukan dapat disimpulkan dengan memanfaatkan media sosial dan pemberhentian Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) terjadi peningkatan pada beberapa tempat wisata yang ada di Kelurahan Batu Putuk. Meningkatnya pemahaman masyarakat terhadap kearifan lokal yang dimiliki Kelurahan Batu Putuk. Masyarakat mulai mempunyai sikap peduli lingkungan untuk menjaga keindahan alam yang ada di Kelurahan Batu Putuk. Telah dibuat dan terpublikasinya video promosi untuk peningkatan daya tarik wisatawan untuk berkunjung.¹⁰
6. Jurnal yang berjudul ***Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Promosi Layanan Perpustakaan Institut Seni Indonesia Surakarta***. Yang disusun oleh M. Ali Nurhasan Islamy dan Ika Laksmiwati mahasiswa Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta 2020. Tujuan penelitian untuk mengetahui media sosial (facebook) dapat memberikan kemudahan dalam mengenalkan berbagai layanan, memberikan informasi kepada pemustaka. Selain itu, untuk mengetahui facebook dapat digunakan untuk promosi informasi layanan dan kegiatan perpustakaan

⁹ Abraham Johanis Jalmaf, Stevie Sahusilawane, and Geradin Rehatta, 'Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Di Pantai Ngurbloat Maluku Tenggara', *Jurnal Bisnis & Kewirausahaan*, 1.1 (2022), 1–9.

¹⁰ Aristoteles and others, 'Pemanfaatan Media Sosial Untuk Promosi Pariwisata Dan Potensi Kearifan Lokal Di Kelurahan Batu Putuk Kecamatan Teluk Betung Barat Kota Bandar Lampung', *Buguh: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1.4 (2021), 31–38

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.

dengan efektif. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif. Peneliti beranggapan bahwa facebook dapat dijadikan pengganti sarana promosi layanan perpustakaan dalam bentuk *online* atau *softcopy* dan secara serentak kepada banyak orang dan cepat bahkan terkadang langsung mendapat respon. Selain itu, promosi dengan media sosial dapat menarik minat pemustaka memanfaatkan fasilitas perpustakaan dan mengikuti kegiatan yang diselenggarakan perpustakaan serta sebagai media dokumentasi berbagai aktivitas di perpustakaan. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi institusi, yakni bagaimana mempromosikan layanan perpustakaan melalui facebook di era modern ini sehingga civitas akademika memanfaatkan layanan perpustakaan.¹¹

7. Jurnal yang berjudul ***Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Dalam Pemasaran Produk Pada Koperasi Tahu Dan Tempe***. Yang disusun oleh Diana Novita, Agus Herwanto dan Meiyanti Nurchaerani mahasiswa Universitas Esa Unggul 2019. Kesimpulannya setiap anggota koperasi belum memiliki tingkat pemahaman yang memadai untuk menggunakan media sosial sebagai sarana promosi produk – produk mereka. Minimnya pengetahuan tentang teknologi terkini merupakan salah satu kendala yang cukup signifikan dalam penggunaan media sosial tersebut. Selain itu pula, dibutuhkan kualitas produk yang mumpuni agar produk yang ditawarkan tidak mendapatkan komplenn dari konsumen. Masih luasnya pasar digital saat ini harusnya mampu memberikan peluang bagi para pengrajin tahu dan tempe ini. Para pengrajin haus mampu juga menciptakan bentuk olahan baru agar terus berkembang dan berinovasi sehingga menimbulkan ketertarikan konsumen untuk membelinya. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis.¹²
8. Jurnal yang berjudul ***Pemanfaatan Sosial Media Sebagai Sarana Promosi Musik dan Personal Branding Penyanyi Vionita Sihombing***. Yang disusun oleh Zul Hazmi Harahap mahasiswa Prodi Pengkajian Seni, Magister Seni, Pascasarjana ISI Yogyakarta 2022. Perkembangan media sosial memberikan beberapa manfaat dalam industri musik. Adapun media sosial dapat dimanfaatkan untuk mempromosikan karya musik dan membangun personal branding. Vionita aktif memanfaatkan media sosialnya untuk mempromosikan lagu-lagunya dan juga dalam

¹¹ M. Ali Nurhasan Islamy and Ika Laksmiwati, 'Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Layanan Perpustakaan Institut Seni Indonesia Surakarta', *Nusantara - Journal of Information and Library Studies*, 3.1 (2020), 75

¹² Diana Novita, Agus Herwanto, and Meiyanti Nurchaerani, 'Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Dalam Pemasaran Produk Pada Koperasi Tahu Dan Tempe', *Majalah Ilmiah Bijak*, 16.2 (2019), 142–45

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.

membangun personal branding. Untuk mengetahui bagaimana cara Vionita Sihombing memanfaatkan media sosial dalam promosi musik, maka peneliti menggunakan teori media sosial dan pendekatan media sebagai industri budaya dari Mieke, 1989 guna menganalisis bagaimana kreativitas produk (musik) dipasarkan. Peneliti juga menggunakan konsep personal branding dari Montoya, 2008 yaitu : *You, Promise* dan *Relationship*. Penelitian dilakukan dengan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Vionita Sihombing memanfaatkan fitur-fitur pada media sosial Youtube, Instagram dan Tiktok untuk mempromosikan karya musiknya. Aktivitas personal branding melalui media sosial dalam konteks *You*: ditunjukkan Vionita dengan cara mendefinisikan dirinya sebagai seorang penyanyi profesional jebolan The Voice Indonesia yang aktif berkarya dan populer melalui lagu-lagunya. *Promise*: dalam konteks ini Vionita bertanggung jawab atas profesinya sebagai penyanyi dengan aktif merespon permintaan penggemarnya melalui karya dan aktivitas bermusiknya. *Relationship*: dalam konteks ini Vionita memiliki relasi yang luas dengan musisi dan artis terkenal serta mampu mempengaruhi para penggemarnya.¹³

9. Jurnal yang berjudul ***Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Alat Promosi Bagi Usaha Binatu ‘Spray Away’ Yang Terkena Dampak COVID-19***. Yang disusun oleh Ervina Taviprawati, Anis Darsiah dan Nurisya Akhsa Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti 2021. Promosi media atau jejaring sosial pada dasarnya tetap harus mempertimbangkan banyak poin antara lain kenali pangsa pasar, tujuan pembuatan konten dan sebagainya dan untuk memulai pembuatan konten promosi media sosial disesuaikan dengan produk yang akan di jual. Beberapa yang menjadi program usaha binatu ‘Spray Away’ selanjutnya adalah menindak lanjuti saran yang diberikan oleh tim pelatihan dan akan merencanakan penyelarasan konten akun media sosial yang akan dibuat. Serta akan ditunjuk beberapa karyawan yang akan membuat dan bertanggung jawab mengenai media sosial yang akan dibuat dan digunakan sebagai alat promosi. Pada saat pembuatan konten, sesuaikan dengan produk yang akan dijual, nantinya akan membuat informasi yang akan dijadikan sebagai promosi dan lebih mudah viral hingga akhirnya dikenal oleh orang banyak.¹⁴

¹³ Zul Hazmi Harahap, ‘Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Musik Dan Personal Branding Penyanyi Vionita Sihombing’, *Grenk Music Journal*, 11.2 (2022), 81

¹⁴ Ervina Taviprawati, Anis Darsiah, and Nurisya Akhsa, ‘Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Alat Promosi Bagi Usaha Binatu “Spray Away” Yang Terkena Dampak COVID-19’, *Jurnal Pemberdayaan Pariwisata*, 3.2 (2021), 72–77

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.

10. Jurnal yang berjudul *Pemanfaatan Sebagai Sarana Digital Marketing Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umk) Di Kelurahan Banjarmati*. Yang disusun oleh Diski Nia Levi Yani dan Nurul Huda Purnomo mahasiswa Program Sarjana Institut Agama Islam Negeri Kediri 2021. Perkembangan teknologi dewasa ini menjadikan media sosial salah satu sarana mempermudah dalam beberapa kebutuhan sosial, tak terkecuali kegiatan promosi bagi pelaku usaha. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini memberikan tambahan pengetahuan mengenai manfaat media sosial sebagai sarana digital marketing bagi pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Metode pengabdian yang digunakan dalam penulisan karya tulis ilmiah ini adalah Participatory Action Research (PAR). Selain melalui partisipasi dengan masyarakat, data dan informasi di dapat melalui wawancara in-depth dan pendampingan terhadap pelaku UMKM selama masa pengabdian. Berdasarkan hasil penelitian, hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa pelaku usaha secara aktif menggunakan media sosial sebagai alat promosi dan dapat memperluas jangkauan usaha mereka sehingga mereka dapat meningkatkan penjualan dan laba usaha mereka.¹⁵

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Konsep Strategi

a. Pengertian Strategi

Strategi berasal dari kata Yunani *strategos*, yang berarti Jenderal. Oleh karena itu kata strategi secara harfiah berarti “Seni dan Jenderal”. Kata ini mengacu pada apa yang merupakan perhatian utama manajemen puncak organisasi. Secara khusus, strategi adalah penempatan misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi dengan mengikat kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan strategi tertentu mencapai sasaran dan memastikan implementasinya secara tepat, sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai.¹⁶

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan gagasan, perencanaan, dan eksekusi, sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Di dalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema mengidentifikasi faktor pendukungnya sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisiensi dalam pendanaan dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif.¹⁷

¹⁵ Diski Nia Levi Yani and Nurul Hudha Purnomo, ‘Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Digital Marketing Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Banjarmati’, *Opinia De Journal*, 1.2 (2021), 127–44.

¹⁶ Syafi’i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, Cet. 1 (Jakarta: GemaInsani, 2001), hal: 153-157

¹⁷ Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Cet. Ke-II (Yogyakarta: Andi, 2000) hal: 17

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.

Strategi menunjukkan arahan umum yang hendak ditempuh oleh organisasi untuk mencapai tujuannya. Strategi ini merupakan rencana besar dan rencana penting. Setiap organisasi untuk mencapai tujuannya. Strategi ini merupakan rencana besar dan rencana penting. Setiap organisasi yang dikelola secara baik memiliki strategi, walaupun tidak dinyatakan secara eksplisit. Mengenai definisi strategi berikut ini akan disebutkan beberapa definisi:

Menurut Alfred Chandler strategi adalah penetapan sasaran dan arahan tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan. Menurut Kenneth Andrew strategi adalah pola sasaran, maksud atau tujuan kebijakan serta rencana. Rencana penting untuk mencapai tujuan itu yang dinyatakan dengan cara seperti menetapkan bisnis yang dianut dan jenis atau akan menjadi apa jenis organisasi tersebut.

Menurut Buzzel dan Gale strategi adalah kebijakan dan keputusan kunci yang digunakan untuk manajemen, yang memiliki dampak besar pada kinerja keuangan. Kebijakan dan keputusan ini biasanya melibatkan sumber daya yang penting dan tidak dapat diganti dengan mudah.¹⁸

Menurut Konichi Ohinea strategi bisnis adalah keunggulan bersaing satusatunya maksud perencanaan memperoleh, seefisien mungkin, kedudukan paling akhir yang dapat dipertahankan dalam menghadapi pesaing-pesaingnya. Jadi, strategi perusahaan merupakan upaya mengubah kekuatan perusahaan yang sebanding dengan kekuatan pesaing-pesaingnya, dengan cara yang paling efisien.

Menurut Griffin strategi adalah rencana komprehensif untuk mencapai tujuan organisasi. (Strategi is a comprehensive plan for accomplishing an organization's goals).¹⁹

b. Jenis-Jenis Strategi

Terdapat lima jenis strategi, yaitu:

1) Strategi penetrasi pasar

Penetrasi pasar atau penerobosan pasar merupakan usaha perusahaan meningkatkan jumlah nasabah baik secara kuantitas maupun kualitas pada pasar saat ini melalui promosi dan distribusi secara aktif. Strategi ini cocok untuk pasar yang sedang tumbuh dengan lamban.

2) Strategi pengembangan produk

Strategi pengembangan produk merupakan usaha meningkatkan jumlah konsumen dengan cara mengembangkan atau memperkenalkan produk-produk baru perusahaan. Inovasi dan kreativitas dalam

¹⁸ Agustinus Sri Wahyudi. Manajemen Strategi, (Jakarta: Binarupa Aksara, 1996) hal:19

¹⁹ Pandji Anoraga. Manajemen Bisnis, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009) hal:339 5

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.

penciptaan produk menjadi salah satu kunci utama dalam strategi ini. Perusahaan selalu berusaha melakukan pembaharuan atau pengenalan produk baru kepada konsumen. Perusahaan tiada henti terus melakukan eksplorasi terhadap kebutuhan pasar dan berupaya untuk memenuhi kebutuhan pasar tersebut.

3) Strategi pengembangan pasar

Strategi pengembangan pasar merupakan salah satu untuk membawa produk kearah pasar baru dengan membuka atau mendirikan atau anak-anak cabang baru yang dianggap cukup strategis atau menjalin kerjasama dengan pihak lain dalam rangka untuk menyerap konsumen baru. Manajemen menggunakan strategi ini bila mana pasar sudah padat dan peningkatan bagian pasar sudah sangat besar atau pesaing kuat.

4) Strategi intergrasi

Strategi integrasi merupakan strategi pilihan akhir yang biasanya ditempuh oleh para perusahaan yang mengalami kesulitan likuiditas sangat parah. Biasanya yang akan dilakukan adalah strategi diversifikasi horizontal, yaitu penggabungan perusahaan-perusahaan.

5) Strategi diversifikasi

Strategi diversifikasi baik konsentrasi maupun diversifikasi konglomerat. Diversifikasi yang dimaksud disini adalah perusahaan memfokuskan pada suatu segmen pasar tertentu dengan menawarkan berbagai varian produk perusahaan dimiliki. Sementara diversifikasi konglomerat adalah perusahaan memfokuskan dirinya dalam memberikan berbagai varian produk perusahaan kepada kelompok konglomerat (korporat).²⁰

2.2.2 Konsep Strategi Usaha

a. Pengertian strategi pengembangan usaha

Istilah strategi (strategy), diartikan sebagai rencana skala besar dengan jangka panjang untuk berinteraksi dengan lingkungan yang kompetitif guna mencapai tujuan perusahaan. Strategi adalah sebagai suatu rencana dan tindakan yang menguraikan alokasi sumber daya dan kegiatan lain dalam membantu organisasi mencapai tujuannya.²¹ Strategi adalah bakal tindakan yang menuntun keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan yang banyak merealisikannya. Disamping itu, strategi juga berpengaruh terhadap kehidupan organisasi dalam jangka panjang, paling tidak selama lima tahun. Strategi mempunyai konsekuensi multifungsional atau

²⁰ Hari Suminto, Pemasaran Blak-blakan, (Batam: Inter Aksara, 2002), hal: 20

²¹ Lawrence R, Manajemen strategis dan kebijakan perusahaan, (Jakarta: Erlangga, 2010),

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.

multidivisional dan dalam perumusannya perlu mempertimbangkan factor - faktor internal maupun eksternal yang dihadapi perusahaan.²²

Pengembangan adalah upaya terstruktur oleh organisasi yang digunakan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan karyawannya. Usaha adalah pengejaran terus menerus dari kegiatan yang bertujuan untuk menghasilkan keuntungan, baik yang diselenggarakan oleh orang perseorangan maupun orang perseorangan atau dalam bentuk badan hukum. Usaha adalah melakukan kegiatan secara tetap dan secara terus menerus dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan, baik yang diselenggarakan oleh perorangan maupun badan usaha yang berbentuk badan hukum atau tidak berbentuk badan hukum, yang didirikan dan berkedudukan disuatu daerah dalam suatu negara.²³

Strategi usaha adalah alat untuk mencapai tujuan jangka panjang, mengidentifikasi kesempatan dan ancaman yang akan dihadapi dimasa depan serta menggali kemampuan sumberdaya dan keahlian yang dimiliki organisasi sehingga tujuan organisasi dapat tercapai. strategi pengembangan usaha adalah suatu cara atau proses yang menggerakkan pikiran, tenaga, dan tubuh untuk mengembangkan usaha, meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi dari kegiatan ekonomi, serta meningkatkan lapangan pekerjaan saat ini dan yang akan datang Strategi usaha sangat penting dilakukan dengan maksud mendapatkan keuntungan, kemampuan bersaing dengan segmentasi dan pangsa pasar yang diharapkan.²⁴

b. Indikator Strategi Pengembangan Usaha

Beberapa indikator strategi pengembangan usaha adalah sebagai berikut :

1. Strategi Produk

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan. Strategi produk merupakan penyediaan produk dan penetapan cara yang tepat untuk pasar yang dituju, yang dapat dilakukan dengan menyempurnakan produk atau memodifikasi produk yang memiliki tujuan untuk memuaskan pelanggan dan sekaligus dapat meningkatkan keuntungan suatu usaha dalam jangka waktu panjang.

2. Strategi Harga

Harga adalah elemen penting dari strategi pemasaran dan harus selalu dilihat dalam konteks strategi pemasaran. Salah satu keputusan tersulit yang dihadapi bisnis adalah penetapan harga.

²² Rachmat, Manajemen Strategik (Bandung: CV Pustaka Setia, 2014), 14.

²³ Harmaizar, Menangkap Peluang Bisnis (Bekasi: CV Dian Anugerah Prakasa, 2003), 14

²⁴ Rita Januarwati dan Eddy Poernomo, "Analisis Strategi Bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah Toko Bunga Cindy di Jalan Kayoon Utara Nomor 12 Gentengkali Surabaya", Jurnal Bisnis Indonesia, 2 (Oktober 2014), 155

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.

Harga yang wajar adalah harga yang sepadan dengan kualitas produk dan merupakan harga yang memuaskan pelanggan, namun saat kondisi mendukung untuk

3. Strategi Promosi

Strategi promosi adalah aktivitas yang dilakukan dengan memberikan informasi tentang barang atau produk yang bertujuan untuk menambah nilai suatu barang atau produk. Informasi yang disampaikan berupa jenis produk, harga, dan yang lainnya dapat membuat pelanggan mengerti tentang kebutuhan dan keinginannya dan akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sehingga terjadi pertukaran yang memuaskan. Selain keuntungan promosi dalam hal memperkenalkan produk, penting juga untuk menjaga selera konsumen terhadap produk

4. Strategi Distribusi

Distribusi adalah aktifitas membagikan atau mengirimkan kepada orang atau beberapa tempat.⁸ Strategi distribusi adalah aktifitas penyaluran atau menyampaikan produk atau jasa ke konsumen pada waktu yang tepat. Strategi distribusi memiliki peran penting bagi sebuah usaha yang menentukan bagaimana untuk mencapai target pasar atau pelanggan serta bagaimana untuk melaksanakan fungsi-fungsi distribusi dalam usaha yang berbeda-beda.²⁵

c. Teori Strategi Usaha Menurut Porter

Teori yang melatarbelakangi pengaruh strategi bisnis terhadap kinerja usaha adalah teori strategi Porter (1980). Strategic thinking yang mulai berkembang pada tahun 1980an dikemukakan pertama kali oleh Porter. Strategic thinking merupakan suatu alternatif bagi setiap orang yang beranggapan bahwa strategic planning sudah usang²⁶ Bila penyusunan strategic planning didasarkan pada peramalan, strategic thinking lebih didasarkan terutama pada konsep keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing bukan merupakan ide baru, tetapi penekanannya pada bidang pemasaran baru menjadi trend pada dekade 1980an. Keunggulan bersaing adalah sesuatu yang memungkinkan perusahaan untuk memperoleh laba lebih tinggi daripada laba rata-rata²⁷

d. Strategi Usaha Dalam Perspektif Islam

Bekerja adalah bagian ibadah dan jihad jika sang pekerja bersikap konsisten terhadap peraturan Allah, suci niatnya dan tidak melupakan Nya. Dengan

²⁵ Agustina, Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan UMKM, (Bandung: Pustaka Belajar, 2016), 47

²⁶ Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran, Andi, Yogyakarta, 2010, hal. 13.

²⁷ 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.

bekerja, manusia dapat melaksanakan tugas kekhalifahannya, menjaga diri dari maksiat, dan meraih tujuan yang sangat besar. Demikian pula, dengan bekerja manusia bisa memenuhi kebutuhan hidupnya, mencukupi kebutuhan keluarganya, dan berbuat baik dengan tetangganya.

Dalam firman Allah SWT: QS. Al Ahqaf (46): 19

وَلِكُلِّ دَرَجَةٌ مِّمَّا عَمِلُوا وَلِيُؤْفِقِيَهُمْ أَعْمَالَهُمْ وَهُمْ لَا يُظْلَمُونَ

Artinya : *Dan setiap orang memperoleh tingkatan sesuai dengan apa yang telah mereka kerjakan, dan agar Allah mencukupkan balasan perbuatan mereka, dan mereka tidak dirugikan.*"

2.2.3 Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)

a. Pengertian Pengembangan

Pengembangan merupakan suatu upaya yang dilakukan oleh pemerintah, pemerintah daerah, dunia usaha, dan masyarakat untuk memberdayakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah melalui pemberian fasilitas, bimbingan, pendampingan, dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan dan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.²⁸

Pengembangan juga dapat didefinisikan sebagai suatu usaha yang terencana dari organisasi untuk meningkatkan pengetahuan, ketrampilan, dan kemampuan pegawai/karyawan. Pengembangan lebih ditekankan pada peningkatan pengetahuan untuk melakukan pekerjaan pada masa yang akan datang, yang dilakukan melalui pendekatan yang terintegrasi dengan kegiatan lain untuk mengubah perilaku kerja.²⁹

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pengembangan merupakan suatu upaya atau usaha yang telah direncanakan sebelumnya oleh organisasi terkait untuk meningkatkan pengetahuan, ketrampilan, serta kemampuan para pelaku usaha dan pegawai/karyawan. Dengan cara memberikan fasilitas, bimbingan, pendampingan, dan bantuan perkuatan dengan harapan dapat mengubah perilaku kerja sehingga daya saing UMKM juga meningkat.

b. Pengertian Usaha

Dalam kamus bahasa Indonesia usaha adalah kegiatan dengan mengerahkan tenaga, pikiran atau badan untuk mencapai suatu maksud atau mencari keuntungan, berusaha bekerja giat untuk mencapai sesuatu.³⁰

²⁸ Republik Indonesia, Undang-Undang RI No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, Bab 1, Pasal 1

²⁹ Marihot Tua Efendi Hariandja, Manajemen Sumber Daya Manusia, (Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2002), hal. 168

³⁰ Ety Rachaety dan Raih Tresnawati, Kamus Istilah Ekonomi, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), cet. ke-1, hal. 159

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.

Dalam Undang-Undang tentang wajib daftar perusahaan, usaha adalah setiap tindakan, perbuatan atau kegiatan apapun dalam bidang perekonomian yang dilakukan oleh setiap pengusaha atau individu dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan atau laba.³¹

Menurut Hughes dan Kapoor, Business is the organized effort of individuals to produce and sell for a profit, the goods and services that satisfy society's needs. Maksudnya usaha atau bisnis adalah suatu kegiatan individu untuk melakukan sesuatu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.³²

Berdasarkan definisi-definisi tersebut diatas dapat diambil kesimpulan bahwa pengembangan usaha adalah kegiatan yang dilakukan oleh sekelompok orang atau organisasi yang bertujuan untuk memperoleh laba dengan cara memproduksi atau menjual barang atau jasa berdasarkan permintaan masyarakat atau konsumen guna memenuhi kebutuhannya.

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan usaha

Faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan usaha kecil menengah agar mampu berdaya saing tinggi harus dilihat dari kondisi usaha kecil menengah saat ini. Daya saing ditentukan oleh kemampuan SDM untuk memproduksi kualitas barang, harga, desain dan faktor lingkungan yang memberikan faktor kondusif agar usaha kecil menengah mampu bersaing secara ketat. Saingan atau kompetitor usaha kecil menengah di Provinsi Sumatera Utara menurut permasalahan di atas adalah maraknya produk produk luar negeri seperti pakaian jadi baik yang baru maupun yang bekas, yang mendapat respon meningkat dari masyarakat karena kualitas, harga terjangkau dan desain yang disenangi. Untuk mengimbangi produk tersebut perlu ditingkatkan kemampuan usaha kecil menengah agar usaha kecil menengah dapat atau mampu memproduksi bahan-bahan yang dibutuhkan tersebut. Karena persyaratan globalisasi adalah mutu, disain, efisiensi yang tinggi sehingga harga terjangkau masyarakat.

Dengan demikian menurut Irfan Syauqi Beik faktor yang mempengaruhi pengembangan usaha terdiri dari faktor internal dan eksternal,

Faktor internal yaitu:

- 1) Kemampuan diri untuk memproduksi kualitas barang
- 2) Total penjualan
- 3) Harga
- 4) Modal usaha

³¹ Ismail Solihin, Pengantar Bisnis: Pengenalan Praktis dan Studi Kasus, (Jakarta: Kencana, 2006), hal. 27

³² Buchari Alma, Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam, (Bandung: Alfabeta, 2003), hal. 89

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi 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.

- 5) Desain
- 6) Kemampuan bersaing
- 7) Kemampuan memilih jenis usaha.

Sedangkan faktor eksternal yang diduga mempengaruhi adalah

- 1) Kran impor yang harus dibatasi,
- 2) Harga bahan baku,
- 3) Biaya transportasi,
- 4) Jumlah pembeli,
- 5) Ongkos produksi,
- 6) Teknologi peralatan
- 7) Daerah pemasaran dan diversifikasi produk.

d. Indikator Pengembangan Usaha

Teori pengembangan usaha diantaranya adalah:³³

1) Produksi dan Pengolahan

Pengembangan dalam bidang produksi dan pengolahan bertujuan untuk meningkatkan teknik produksi dan pengolahan serta kemampuan manajemen bagi usaha mikro, memberikan kemudahan dalam pengadaan sarana dan prasarana, produksi dan pengolahan, bahan baku, bahan penolong, dan kemasan bagi produk usaha mikro, dan mendorong penerapan standarisasi dalam proses produksi dan pengolahan.

2) Pemasaran

Pengembangan dalam bidang pemasaran dapat dilakukan dengan cara melaksanakan penelitian dan pengkajian pemasaran, menyebarluaskan informasi pasar, meningkatkan kemampuan manajemen dan teknik pemasaran, menyediakan sarana dan prasarana yang meliputi penyelenggaraan uji coba pasar, lembaga pemasaran, penyediaan rumah dagang, dan promosi usaha mikro, memberikan dukungan promosi, jaringan pemasaran, distribusi, dan menyediakan tenaga konsultan profesional dalam bidang pemasaran.

3) Sumber Daya Manusia

Pengembangan dalam bidang sumber daya manusia dapat dilakukan dengan cara memasyarakatkan dan membudayakan kewirausahaan, meningkatkan keterampilan teknis dan manajerial, dan membentuk serta mengembangkan lembaga pendidikan dan pelatihan, penyuluhan, motivasi dan kreativitas bisnis, dan penciptaan wirausaha baru.

4) Desain dan Teknologi

Pengembangan dalam bidang desain dan teknologi bertujuan untuk meningkatkan kemampuan usaha mikro dibidang desain dan teknologi

³³ Noviyanti Supardi, Pengaruh Pembiayaan terhadap Pengembangan Usaha Mikro (Studi: Nsabah Bank Syariah Mandiri Cabang Kendari) IAIN Kendari 2018, 14-15

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.

serta pengendalian mutu, meningkatkan kerja sama dan alih teknologi, memberikan insentif kepada usaha mikro yang mengembangkan teknologi dan melestarikan lingkungan hidup, dan mendorong usaha mikro untuk memperoleh sertifikat kelayakan intelektual.³⁴

2.4 Konsep Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)

Sesuai dengan Undang Undang nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. UMKM didefinisikan sebagai berikut:³⁵

- a. Definisi Umkm
 - 1) Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
 - 2) Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
 - 3) Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Secara praktik UMKM sering dikaitkan dengan usaha yang memiliki keterbatasan modal. Tidak jarang pula jenis usaha ini sering kali dikaitkan dengan bisnis ala rakyat kecil atau wong cilik. Namun tidak sedikit berawal dari UMKM kemudian berubah menjadi perusahaan yang maju. UMKM mampu menjadi dinamisator dan stabilitator perekonomian Indonesia. Sebagai negara berkembang, Indonesia sangat penting memperhatikan UMKM. Alasannya, UMKM mempunyai kinerja lebih baik dalam tenaga kerja yang produktif, meningkatkan produktivitas tinggi, dan mampu hidup di sela-sela usaha besar.

UMKM mampu menompang usaha besar, seperti menyediakan bahan mentah, suku cadang, dan bahan pendukung lainnya. UMKM

³⁴ Muhammad, Manajemen Pembiayaan Bank Syariah, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2005), Edisi I, 304

³⁵ Mariana Kristiyanti dan Lisda Rahmasari, Website sebagai Media Pemasaran Produk Unggulan UMKM di Kota Semarang, Jurnal Aplikasi Manajemen (JAM), Vol. 13 No. 2, Juni 2015, hal. 188.

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.

juga mampu menjadi ujung tombak bagi usaha besar dalam menyalurkan dan menjual produk dari usaha besar ke konsumen. Kedudukan UMKM ini sangat mantap, selain mampu menyerap tenaga kerja cukup banyak, UMKM ini bersifat lincah sehingga mampu bertahan di dalam kondisi yang tidak menguntungkan, seperti terjadinya krisis global seperti saat ini. Umumnya, UMKM memiliki strategi dengan membuat produk unik dan khusus sehingga tidak bersaing dengan produk unik dan khusus sehingga tidak bersaing dengan produk dari usaha besar. Pengurusan izin UMKM pun dipermudah oleh pemerintah, dengan kondisi tersebut UMKM harus tumbuh dan berkembang, pelaku usaha dapat membuka usaha, baik itu dirumah, menyewa kios, kontrak ruko, berjualan di pasar, atau membuat gerobak dorong.³⁶

b. Karakteristik Umkm

UMKM yang ada di Indonesia berpotensi untuk semakin berkembang dikarenakan beberapa hal seperti pasar yang luas, bahan baku yang mudah diperoleh, dan sumber daya manusia yang besar. Hal ini merupakan variabel yang dapat melengkapi pengembangan UMKM tersebut meskipun tetap perlu diperhatikan beberapa hal lain yang berhubungan seperti: pengelolaan manajemen yang baik untuk perkembangan usaha, meminimalisir kegagalan dengan perencanaan yang baik, menunjukkan keberlanjutan usaha dengan penguasaan ilmu pengetahuan, serta melakukan beberapa pembeda dengan pesaing seperti terobosan dan inovasi baru. Beberapa hal itulah yang mampu membawa keberhasilan dalam pengelolaan usaha.³⁷

Pandji Anoraga menerangkan dalam bukunya bahwa beberapa karakteristik yang dimiliki oleh sektor usaha adalah sebagai berikut:

Pembukuan administrasinya cenderung sederhana dan tidak mengikuti standar kaidah pembukuan yang ada. Justeru terkadang administrasi pembukuan ini belum diperbarui sesuai perkembangan yang ada, sehingga akan menghambat pada penilaian kinerja.

- 1) Persaingan yang sangat tinggi namun margin usaha tipis.
- 2) Terbatasnya modal.
- 3) Terbatasnya pengalaman manajerial dalam mengelola perusahaan.
- 4) Kecilnya skala ekonomi sehingga biaya demi tercapainya titik efisiensi jangka panjang diharapkan dapat ditekan.

³⁶ Gatut Susanta dan M. Azrin Syamsuddin, (2009), hlm.6

³⁷ Pandji Anoraga, Ekonomi Islam Kajian Makro dan Mikro, (Yogyakarta: PT. Dwi Candra Wacana, 2010), 32.

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.

5) Terbatasnya kemampuan memasarkan, bernegosiasi, serta inovasi pasar

Beberapa penjabaran karakteristik tersebut menggambarkan kekurangan-kekurangan sehingga mampu menyebabkan timbulnya permasalahan potensial dalam struktur internal UMKM utamanya dalam hal pendanaan, dimana titik solusi yang tepat juga belum ditemukan mengenai permasalahan ini.³⁸

2.2.5 Konsep Ibu Rumah Tangga Dalam Ekonomi

- a. Pengertian Ibu Rumah Tangga
- b. Peran Ibu Rumah Tangga Dalam Ekonomi

Dalam melaksanakan kegiatan-kegiatan ekonomi yang terdiri dari produksi, distribusi, dan konsumsi tentunya diperlukan pelaku-pelaku ekonomi, dengan demikian pelaku ekonomi adalah perseorangan, kelompok, atau badan usaha yang melakukan atau terlibat langsung dalam kegiatan-kegiatan ekonomi. Adapun peran Ibu Rumah tangga dalam ekonomi keluarga diantaranya sebagai berikut :

2.2.6 Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.

Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif.

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content”.

Jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat web page pribadi, kemudian terhubung dengan teman - teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jejaring sosial terbesar antara lain Facebook, Myspace, dan Twitter. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media broadcast, maka media sosial menggunakan internet. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka,

³⁸ Ibid, 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.

memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.³⁹

Kotler dan Ketler mendefinisikan media sosial sebagai alat atau cara yang dilakukan oleh konsumen untuk membagikan informasi berupa teks, gambar, audio dan video kepada orang lain dan perusahaan atau sebaliknya. Dapat dipahami bahwa media sosial adalah sarana komunikasi yang digunakan untuk membagikan informasi kepada penggunanya. Media sosial yang meliputi Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, dan website merupakan salah satu bentuk media promosi yang saat ini paling banyak digunakan.⁴⁰ Terdapat beberapa bagian atau kategori media sosial, yaitu:

a. *Social Networking*

Social Networking atau jejaring sosial adalah sarana yang paling populer dalam media sosial. Sarana ini bisa digunakan pengguna untuk melakukan hubungan sosial, termasuk konsekuensi atau efek dari hubungan sosial tersebut di dunia virtual. Karakter utama dari situs jejaring sosial adalah penggunanya membentuk jaringan pertemanan baru. Kehadiran situs jejaring sosial ini seperti *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* dan lainnya.

b. *Blog*

Blog merupakan media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk mengunggah aktivitas keseharian, saling mengomentari, dan berbagi, baik melalui tautan web lain, informasi, dan sebagainya. Jenis sosial media ini dibagi menjadi dua: pertama, kategori personal *homepages*, yaitu pemilik menggunakan nama domain sendiri seperti .com atau .net. kedua, dengan menggunakan fasilitas penyedia halaman *weblog* gratis, seperti *Wordpress* (www.wordpress.com) atau *Blogspot* (www.blogspot.com).

c. *Microblogging*

Microblogging merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan mempublikasikan aktivitas serta pendapatnya. Jenis media sosial ini seperti *Twitter*. Di *Twitter* pengguna disediakan ruang tertentu maksimal 140 karakter.

d. *Media Sharing*

Media sharing atau media berbagi merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi penggunanya untuk berbagi media, mulai dari

³⁹ Anang Sugeng Cahyono, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Indonesia" hlm.142

⁴⁰ Muhammad Fahmi Syahrizal, 'Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Dalam Strategi Pemasaran (Studi Kasus Objek Wisata Ledok Sambi Ecoplayground Dalam Menarik Minat Pengunjung Sebelum Pandemi Covid-19 Dan Pada Masa Pandemi Covid-19 Tahun 2021)' (Universitas Islam Indonesia, 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.

dokumentasi (*file*) video, audio, gambar dan sebagainya. Beberapa contoh media berbagi adalah *Youtube*, *Flickr*, *photo bucket*, atau *snafish*.

e. *Social Bookmarking*

Social Bookmarking atau penanda sosial merupakan media sosial yang bekerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan mencari informasi atau berita tertentu secara *online*. Informasi yang diberikan media sosial ini bukan informasi yang utuh. Artinya, pengguna hanya disediakan informasi bisa teks, foto atau video singkat. Beberapa situs *social bookmarking* yang populer adalah *Delicious.com*, *StumbleUpon.com*, *Digg.com*, *Reddit.com*, dan di Indonesia ada *LintasMe*.

f. *Wiki*

Wiki merupakan media atau situs web yang secara program memungkinkan para penggunanya berkolaborasi untuk membangun konten bersama. *Wiki* membagi dua jenis media sosial ini, yakni publik dan privasi. *Wikipedia* merupakan gambaran *wiki* public dimana konten bisa diakses oleh pengguna secara bebas. Sementara *wiki* jenis yang bersifat privasi atau terbatas hanya bisa disunting dan dikolaborasi dengan terbatas.⁴¹

Media sosial yang digunakan pada penelitian ini yaitu *Instagram*. Dan *Instagram* termasuk dalam jenis media sosial kategori *Social Networking*. Adapun menurut Puntodi penggunaan atau pemanfaatan social media sebagai berikut :

- a. Keunggulan membangun personal branding melalui social media adalah tidak mengenal trik atau popularitas semu, karena audienslah yang akan menentukan. Berbagai social media dapat menjadi media untuk orang berkomunikasi, berdiskusi, bahkan mendapatkan popularitas di social media.
- b. Media sosial memberikan kesempatan untuk berinteraksi lebih dekat dengan konsumen. Media sosial menawarkan bentuk komunikasi yang lebih individual. Melalui media sosial para pemasar dapat mengetahui kebiasaan konsumen mereka dan melakukan interaksi secara personal serta membangun keterikatan yang lebih dalam.⁴²

1. Pengertian *Instagram*

Instagram merupakan aplikasi berbagi foto yang dapat dilihat oleh *Followers* dari peng-*upload* foto tersebut dan dapat

⁴¹ Nasrullah, Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Socioteknologi, h. 40-46

⁴² Dewi Untari and Dewi Endah Fajariana, 'Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik)', *Widya Cipta*, 2.2 (2018), 271-78

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.

saling berkomentar antar sesama pengguna. Nama instagram berasal dari *insta* dan *gram*, “*insta*” yang berasal dari kata instant, dan “*gram*” yang berasal dari Telegram, dapat disimpulkan dari namanya yang dapat diartikan menginformasikan atau membagikan foto kepada orang lain dengan cepat dan praktis. Pengguna aplikasi ini semakin berkembang pesat karena keunggulan yang ditawarkan dari berbagai fitur instagram. Manfaatnya berupa kemudahan mengunggah gambar. Instagram memiliki kemampuan untuk menerapkan efek secara langsung, untuk membuat pewarnaan foto yang diinginkan. Sesuatu yang unik dari *Instagram* adalah foto yang berbentuk persegi, terlihat seperti kamera *Polaroid* dan *Kodak Instamatik* buka seperti foto umumnya yang menggunakan rasio.⁴³

Instagram adalah sebuah aplikasi dari *Smartphone* yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan *Twitter*, perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya. Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreativitas, karena instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistic dan menjadi lebih bagus.⁴⁴ Orang-orang yang telah bekerja di bidang fotografi pasti akan mendapat manfaat dari aplikasi ini. Instagram memiliki daya tarik tersendiri bagi penggunanya karena banyaknya fungsi aplikasi Instagram untuk mengolah foto. Adapun kelebihan dan kekurangan Instagram, sebagai berikut:

a. *Kelebihan Instagram yaitu :*

1. Bersifat privasi maksudnya jika kita ingin orang lain tidak bisa melihat apa isi instagram kita, maka kita bisa mengunci instagram tersebut.
2. Instagram memiliki beragam fitur untuk mengedit foto kita.
3. Instagram menyantumkan Follower dan Following kita.
4. Instagram banyak digunakan dibandingkan dengan media sosial lainnya.
5. Instagram bisa follow tanpa batas.
6. Promosi yang sangat mudah.
7. Mudah digunakan.

⁴³ A. Hanggono, ‘Analisis Atas Praktek TAM (Technology Acceptance Model) Dalam Mendukung Bisnis Online Dengan Memanfaatkan Jejaring Sosial Instagram’, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Universitas Brawijaya*, 26.1 (2015), 1–9.

⁴⁴ Bambang Dwi Atmoko, “Instagram Handbook”, Jakarta: Media Kita (2012), h. 10.

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.

8. Jika kita ingin membuka bisnis, orang banyak menggunakan instagram.
9. Kita bisa melihat foto orang-orang maupun artis dengan mudah.
10. Bisa koneksi dengan media sosial lainnya.

b. Kelemahan Instagram yaitu :

1. Instagram hanya mempunyai 2 kontes saja yaitu foto dan video.
 2. Durasi video maksimal hanya 1 menit.
 3. Foto yang di share berukuran kecil, sehingga foto terlihat kurang jelas.
 4. Instagram tidak menampilkan cover picture, hanya menampilkan profile picture.
 5. Persaingan yang sangat ketat, karena banyak yang menggunakan intagram ini.
 6. Jika kita melakukan tansaksi maka kurang praktis.
 7. Instagram harus diupdate secara berkala.⁴⁵
2. Sejarah *Instagram*

Instagram memiliki dua pendiri. Kevin Systrom adalah yang pertama, dia terkenal di bisnis aplikasi. Beliau memiliki gelar ganda di bidang teknik dan manajemen dari Universitas Standford pada tahun 2006. Selain itu, bekerja untuk Google selama dua tahun, pertama mengelola *Gmail* dan kemudian di tim pengelola perusahaan. Karna ingin mencapai sesuatu yang unik dengan banyak minatnya di ranah media sosial Kevin mendirikan perusahaan teknologi pertama yang berhasil dia kelola berkat keterampilan pemrogramannya. Dia menyadari janji seluler dan perluasan luar biasa dari aplikasi check-in berbasis lokasi. Setelah itu, dia terlibat dalam berbagai hal dengan situs web bernama Burbn.com.

Mike Krieger adalah pendiri lainnya, meski kurang dikenal bagi Kevin, Mike adalah ruh dari *App*-nya. Pada tahun 2004 Mike mengejar gelar di bidang teknik di Stanford University. Dia seorang insinyur yang lebih konservatif, namun dia memiliki rasa desain dan daya cipta yang kuat. Ia bergabung dengan Startup Superhot Meeb, sebuah jaringan obrolan berbasis mesin pesamban yang popularitasnya melejit setelah ia lulus Universitas Stanford. Disisi

⁴⁵ Riska Ariana And Nandang Rahmat, 'Pemahaman Kala Dan Aspek Di Dalam Bahasa Jepang', 2016, 1–23.

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.

lain, ia ingin berkembang dan melakukan sesuatu yang baru dan berbeda. Akibat keinginan bersama ini, mereka berkumpul.

Berasal dari Universitas yang sama memudahkan mereka berdua. Kevin sangat menyadari Mike sekarang sudah bergabung dengan tim, mereka akan melakukan sesuatu yang berbeda. Kevin tidak tau apa yang ingin ia capai dengan Burn.com, aplikasi yang telah ia buat beberapa waktu lalu. Pikiran Nicole kemudian dibantu kekasihnya. Pada 6 Oktober 2010, Instagram di luncurkan. Itu memiliki sekitar 25.000 pengguna pada hari pertama. Totalnya mencapai 3,75 juta hanya dalam beberapa bulan, pada Mei 2011. Kevin Systrom dan Mike Kreiger mempertahankan eksekusi dan fokus yang sangat baik. Mereka hanya menggunakan satu platform, iPhone, dan mereka hanya melakukan satu hal, yaitu berbagi foto. Kebangkitan Instagram sedang ditonton dengan rasa ingin tahu dan perhatian di *Twitter* dan *Facebook*. Jika dibiarkan, pertumbuhan seperti itu menimbulkan kekhawatiran. Hal-hal mulai memanas untuk Instagram pada April 2011. Basis penggunanya telah meningkat menjadi 30 juta dalam tiga bulan sebelumnya, dan versi Android akan segera dirilis.⁴⁶

Karena instagram mengalami perkembangan yang sangat luar biasa dan telah di akses oleh banyak orang di dunia, akhirnya pada 9 April 2012 *Instagram* diambil alih oleh *Facebook* dengan nilai hamper \$ 1 miliar dalam bentuk tunai dan saham. Dulunya aplikasi Instagram ini hanya bisa didownload dari App Store, tetapi seiring dengan berkembangnya aplikasi ini akhirnya Instagram hadir di Play Store dan tentunya para pengguna android telah bisa menggunakan aplikasi Instagram ini. Setelah setahun peluncurannya, pengguna Instagram semakin banyak bahkan telah mencapai 10 juta pengguna.⁴⁷

3. Pemanfaatan *Instagram*

Instagram mempunyai berbagai fitur yang banyak di tawarkan sebagai layanan yang dapat dimanfaatkan oleh pengguna dalam rangka memudahkan berinteraksi. Fitur-fitur tersebut adalah:

a. Foto

Kegunaan utama instagram adalah sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto. Pengguna kamera

⁴⁶ Juli Anggraini, 'Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Islam Negeri Sumatera Utara Juli Anggraini Program Studi Ilmu Perpustakaan', 2021, 1–103

⁴⁷ Dwi Syahnaz Hazisah, *Pengaruh Instagram Stories Terhadap Eksistensi, Instagram for Business*, 2018

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 dapat langsung menggunakan efek-efek yang ada, untuk mengatur pewarnaan dari foto yang dikehendaki oleh pengguna. Foto-foto yang akan diunggah melalui instagram tidak terbatas atas jumlah, tapi memiliki terbatas ukuran foto. Ukuran foto rasio 3:2 atau hanya sebatas berbentuk kotak saja. Terdapat fitur tambahan pada unggahan foto, yakni *Tilt-shift* merupakan fitur lainnya yang ada pada bagian penyuntingan yang fungsinya sama dengan efek kamera melalui instagram, yaitu untuk memfokuskan satu titik pada sebuah foto dan sekelilingnya menjadi buram. Aplikasi *Tilt-Shift* memiliki 2 bentuk yaitu: persegi panjang dan bulat dan dapat di perkecil ataupun diperbesar. *Tit-Shift* juga mengatur rupa foto di sekeliling titik fokus tersebut sehingga para pengguna dapat mengatur tingkat keburaman pada sekeliling titik fokus di dalam foto tersebut.

b. Video

Video memiliki fungsi sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi video-video kepada pengguna lainnya. Video yang diunggah dapat diperoleh melalui *Smartphone* atau video-video yang ada di album video di *Smartphone*. Namun, pada video instagram menambahkan beberapa fitur lainnya, yaitu:

1. Sampul

Fungsinya untuk memilih gambar dalam video yang digunakan menjadi sampul depan pada saat video telah di unggah. Pemilihan gambar menjadi daya tarik *Followers* untuk menontonnya dan membuat rasa penasaran. Dalam hal ini pengunggah harus pintar memanfaatkan peluangnya agar banyak yang menonton.

2. *Sound or Not Use Sound*

Pada pengunggahan file video Instagram terdapat pemilihan fitur akan menggunakan suatu atau tidak menggunakan suara.

3. *Live Video Instagram*

Fitur terbaru adalah *Go Live* di Instagram. Pengguna akan melakukan siaran langsung dan pengguna akan mendapatkan notifikasi jika akun tertentu mereka ikuti mulai *Live Streaming* di aplikasi. Fitur ini tidak ada alat untuk memberi judul video anda sebelum memulai dan video lenyap begitu anda selesai menyiarkannya.

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.

4. Pengikut (*Followers*) dan Pengikut (*Following*)

Sistem sosial di dalam *Instagram* adalah dengan mengikuti akun pengguna lainnya dan memiliki pengikut *Instagram*. Dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna *Instagram* sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka (*like*) dan juga mengomentari foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya. *Follower* juga menjadi salah satu unsur yang penting, dan jumlah tanda suka dari para *Follower* sangat mempengaruhi apakah foto tersebut dapat menjadi sebuah foto yang populer atau tidak.

5. Tanda suka (*Like*)

Like merupakan ikon di mana pengguna dapat menyukai video atau foto yang telah unggah, dengan cara menekan tombol *like* dibagian bawah keterangan foto yang bersebelahan dengan kolom komentar atau dengan mengetuk dua kali pada foto.

6. *Arroba*

Instagram memiliki fitur yang dimana para penggunanya dapat menyinggung pengguna lainnya, dengan menambahkan tanda *arroba* (@) dan memasukkan akun *instagram* dari pengguna tersebut. Para pengguna tidak hanya dapat menyinggung pengguna lainnya di dalam judul foto maupun bagian komentar foto. Dikarenakan semua pengguna *instagram* memiliki *arroba*-nya masing-masing.

7. *Geotagging*

Bagian ini akan muncul ketika para pengguna mengaktifkan GPS mereka di *Smartphone*-nya. Dengan demikian *Smartphone* tersebut dapat mendeteksi lokasi dimana para pengguna *instagram* tersebut berada. Dengan *geotagging* para pengguna dapat terdeteksi dimana mereka telah mengambil foto tersebut atau dimana foto tersebut telah diunggah.

8. *Hashtag*

Fitur *Hashtag* fungsinya mengelompokkan foto dalam satu label artinya sebuah kode yang memudahkan para pengguna untuk mencari foto tersebut dengan menggunakan “kata kunci”. Bila pengguna memberikan label pada sebuah foto, maka foto tersebut akan lebih mudah untuk ditemukan.

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.

9. Terhubung dengan media sosial lain

Dalam membagi foto tidak hanya ke instagram saja, melainkan foto atau video dapat dibagi juga melalui media sosial lainnya seperti *Facebook*, *Twitter* yang tersedia di halaman untuk membagi foto tersebut.

10. *Instagram Stories*

Ini merupakan fitur terbaru yang di tawarkan Instagram. Pengguna dapat mengunggah foto atau video secara langsung dan setelah di unggah foto maupun video tersebut akan bertahan dalam waktu 24 jam. Setelah 24 jam foto maupun video tersebut akan hilang dengan sendirinya. Dalam *instagram Stories* terdapat fitur tambahan yang membuat tampilan menjadi lebih menarik yaitu:

- a. Normal, yaitu jika pengguna ingin mengunggah foto maupun video dengan apa adanya.
- b. *Boomerang*, yaitu jika pengguna ingin mengunggah foto maupun video dengan efek maju-mundur.
- c. *Rewind*, yaitu jika pengguna ingin mengunggah foto maupun video dengan efek mundur saja.
- d. *Hand-sfree*, yaitu pengguna mengunggah hanya perlu menekan tombol *instagram stories* sekali saja tanpa perlu menekan sampai batas waktu yang ditentukan habis.

11. *Upload* Foto (Mengunggah Foto)

Kegunaan utama dari Instagram adalah sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto-foto kepada pengguna lainnya. Foto yang hendak ingin diunggah dapat diperoleh melalui kamera *iDevice* ataupun foto-foto yang ada di album foto di *iDevice* tersebut.

12. Komentar

Komentar memudahkan untuk menjaga tali silaturahmi dengan komunikasi di dalamnya, karena komentar tidak hanya kritik dan saran dan pujian tetapi masukan sesuai konten apa yang kita bagikan. Komentar adalah wujud dari respon pengguna Instagram terhadap konten yang dilihat dan dinikmati.

13. *Caption*

Caption atau judul foto berfungsi sebagai pemberi keterangan pada foto yang telah disunting dan siap untuk diunggah ke dalam Instagram. Selain itu dalam *caption* juga

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 mencantumkan lokasi dan menandai pengguna lain dengan mencantumkan nama akun penggunanya.⁴⁸

1. Pengertian *Whatsapp*

Whatsapp adalah aplikasi berbasis pesan yang memudahkan untuk bertukar pesan tanpa dikenai biaya sms, karena *whatsapp* memanfaatkan akses internet. Sehingga dengan *whatsapp* dapat mengirim file dokumen, file foto, video call, lokasi GPS dan lain-lain. Aplikasi ini juga memiliki fasilitas *Broadcast* dan *Group* sehingga memudahkan kita untuk mengkonfirmasi atau mengirim pesan kepada seseorang dalam satu grup. *Whatsapp*, juga memiliki status pesan yang berupa tanda yang fungsinya untuk mengetahui status pesan tersebut, membaca atau belum sama sekali.⁴⁹ *Whatsapp* juga pesan lintas *platform* yang menjadi salah satu alat alternatif atau media komunikasi yang banyak digubakan oleh mahasiswa saat ini ditambah aplikasi *whatsapp* juga menyediakan fitur grup chat untuk memudahkan berdiskusi atau memberikan informasi melalui grup. Sebagaimana orang memanfaatkan aplikasi *whatsapp* untuk saling memberi kabar, saling bertukar pikiran, diskusi tentang berbagai informasi dunia perkuliahan ataupun informasi di luar kampus ataupun sekedar saling bercanda antar teman.

a) Kelebihan dan kekurangan *whatsapp*

1. Kelebihan *whatsapp*

Kondisi telepon otomatis tersinkron, mudah digunakan cara kerja aplikasi *chatting* ini sangat mudah, mudah *di-setting*, dapat di *back-up*, dan berkomunikasi dengan menggunakan koneksi internet.

2. Kekurangan *whatsapp*

Harus saling terhubung dengan layanan internet, mengirim video, gambar dan file yang berukuran besar berpengaruh pada penggunaan data dan lain sebagainya.

⁴⁸ Muhison Salafudin, 'Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Pada Taman Baca Widya Pustaka Kabupaten Pematang', *Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah*, 2019, h. 31-39

⁴⁹ Rani Suryani, *Fungsi Whatsapp Grup Sholihah Cabang Bandar Lampung Sebagai Pengembangan Media Dakwah Dalam Membentuk Akhlakul Karimah: 2017*

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.

2.7 Konsep pendapatan

a. Pengertian pendapatan

Dalam kamus besar bahasa Indonesia pendapatan adalah hasil kerja (usaha atau sebagainya).⁵⁰ Sedangkan pendapatan dalam kamus manajemen adalah uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos dan laba.⁵¹

Pendapatan seseorang juga dapat didefinisikan sebagai banyaknya penerimaan yang dinilai dengan satuan mata uang yang dapat dihasilkan seseorang atau suatu bangsa dalam periode tertentu. Reksoprayitno mendefinisikan “pendapatan dapat diartikan sebagai total penerimaan yang diperoleh pada periode tertentu”. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah sebagai jumlah penghasilan yang diterima oleh anggota masyarakat untuk jangka waktu tertentu sebagai balas jasa atau faktor-faktor produksi yang telah disumbangkan.⁵²

Soekartawi menjelaskan pendapatan akan mempengaruhi banyaknya barang yang dikonsumsi, bahwa sering kali dijumpai dengan bertambahnya pendapatan maka barang yang dikonsumsi bukan saja bertambah tetapi kualitas barang tersebut ikut menjadi perhatian. Misalnya sebelum adanya penambahan pendapatan beras yang dikonsumsi adalah kualitas yang kurang baik, akan tetapi setelah adanya penambahan pendapatan maka konsumsi beras menjadi kualitas yang lebih baik.⁵³

Tingkat pendapatan merupakan salah satu kriteria maju tidaknya suatu daerah. Bila pendapatan suatu daerah relatif rendah dapat dikatakan bahwa kemajuan dan kesejahteraan tersebut akan rendah pula. Kelebihan dari konsumsi maka akan disimpan pada bank yang tujuannya adalah untuk berjaga-jaga apabila baik kemajuan dibidang pendidikan, produksi dan sebagainya juga mempengaruhi tingkat tabungan masyarakat. Demikian pula hanya bila pendapatan masyarakat suatu daerah relatif tinggi maka tingkat kesejahteraan dan kemajuan daerah tinggi pula.⁵⁴

Tinggi rendahnya pengeluaran sangat tergantung kepada kemampuan keluarga dalam mengelola penerimaan atau pendapatannya. Selain itu pengalaman berusaha juga mempengaruhi pendapatan. Semakin baiknya pengalaman berusaha seseorang maka semakin berpeluang dalam

⁵⁰ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Balai Pustaka, 1998),185

⁵¹ BN Marbun, Kamus Manajemen, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2003),230

⁵² Reksoprayitno, Sistem Ekonomi dan Demokrasi Ekonomi, (Jakarta : Bina Grafika, 2004), hlm.79

⁵³ Soekartawi, Faktor-faktor Produksi, (Jakarta:Salemba Empat,2002), hlm.132

⁵⁴ Mahyu Danil, “Pengaruh Pendapatan Terhadap Konsumsi pada Pegawai Negeri Sipil di Kantor Bupati Kabupaten Bireuen”, Jurnal Ekonomika Universitas Almuslim Bireuen Aceh, Vol.IV No. 7:9

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.

meningkatkan pendapatan. Karena seseorang atau kelompok memiliki kelebihan keterampilan dalam meningkatkan aktifitas sehingga pendapatan turut meningkat. Usaha meningkatkan pendapatan masyarakat dapat dilakukan dengan pemberantasan kemiskinan yaitu membina kelompok masyarakat dapat dikembangkan dengan pemenuhan modal kerja, ketepatan dalam penggunaan modal kerja diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan usaha sesuai dengan yang diharapkan sehingga upaya peningkatan pendapatan masyarakat dapat terwujud dengan optimal.

Seperti halnya yang dikemukakan oleh Toweulu bhwa “Untuk memperbesar pendapatan, seseorang anggota keluarga dapat mencari pendapatan pendapatan dari sumber lain atau membantu pekerjaan kepala keluarga sehingga pendapatannya bertambah”.⁵⁵

Menurut Syafi’i Antonio, pendapatan adalah kenaikan kotor dalam aset atau penurunan dalam liabilitas. Selain itu dapat juga diartikan sebagai gabungan dari keduanya selama periode yang dipilih oleh pernyataan pendapatan. Hal tersebut merupakan akibat dari investasi yang halah, perdagangan, memberikan jasa atau aktivitas lain. Tujunnya adalah meraih keuntungan.⁵⁶

Kemudian Sofyan Syafi’i Harahap juga mengemukakan pendapatnya mengenai revenue (pendapatan). Menurutnya, pendapatan dianggap sebagai seluruh hasil dari perusahaan dan kegiatan investasi. Pengertian lainnya yang disebutkan, pendapatan ialah seluruh perubahan net asset yang timbul dari kegiatan produksi dan laba rugi yang berasal dari penjualan aktiva dan investasi.⁵⁷

b. Jenis-Jenis Pendapatan

Pendapatan setiap rumah tangga akan berbeda-beda, sesuai dengan kegiatan perekonomian yang mereka lakukan. Ada beberapa jenis pendapatan rumah tangga, yaitu :

1) Pendapatan Pokok

Pendapatan pokok dapat berbentuk pendapatan persemester atau semi semester bergantung pada mata pencaharian pokok anggota rumah tangga.

2) Pendapatan Tambahan

Pendapatan tambahan adalah pendapatan yang dihasilkan anggota rumah tangga yang sifatnya tambahan, seperti bonus atau pemberian dana bantuan.

⁵⁵ Sudarman Toweulu, *Ekonomi Indonesia*, (Jakarta:Raja Grafindo,2001), hlm.3

⁵⁶ Syafi’i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*,(Jakarta:Gema Insani,2001),

hlm.204

⁵⁷ Sofyan Syafi’i Harahap, *Akutansi Islam*, (Jakarta:Bumi Aksara, 2003), hlm.50

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) Pendapatan Lain-lain

Pendapatan lain-lain dapat berupa bantuan atau hibah dari orang lain atau hasil dari perputaran harta. Bantuan istri kepada suaminya dalam masalah keuangan keluarga dianggap sebagai pendapatan lain-lain karena hal ini dapat membantu pembelanjaan rumah tangga.⁵⁸

c. Sumber Pendapatan

Pendapatan seseorang harus dapat digunakan untuk menentukan tingkat kesejahteraan sebab dengan pendapatan seseorang akan dapat memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari baik secara langsung maupun tidak langsung. Sumber pendapatan masyarakat terdiri dari:⁵⁹

- 1) Di sektor formal berupa gaji dan upah yang diperoleh secara tetap dan jumlah yang telah ditentukan.
- 2) Di sektor informal berupa pendapatan yang bersumber dari perolehan atau penghasilan tambahan seperti: penghasilan dagang, tukang, buruh, dan lain-lain
- 3) Di sektor subsisten merupakan pendapatan yang bersumber dari hasil usaha sendiri berupa tanaman, ternak, kiriman dan pemberian orang lain.

Pendapatan sektor informal adalah segala penghasilan yang berupa uang maupun barang yang diterima, biasanya sebagai balas jasa dari sektor informal. Sumber pendapatan ini berupa:⁶⁰

- 1) Pendapatan dari usaha, meliputi: hasil bersih dari hasil usaha sendiri, komisi dan penjualan
- 2) Pendapatan dari investasi
- 3) Pendapatan dari keuntungan sosial.

2.3 Konsep Operasional

Konsep operasional adalah langkah dari rumusan konsep. Perumusan konsep operasional ditunjuk dalam upaya tranpormatif konsep dalam dunia nyata sehingga konsep-konsep penelitian dapat diobservasi. Operasional konsep berarti menjadi konsep yang semula yang bersifat statis menjadi dinamis. Selanjutnya penulis merumuskan konsep operasional yang memberi batasan terhadap kerangka teoritis agar tidak terjadi kesalahan pemahaman dalam penulisan. Dalam konsep operasional ini penulis merumuskan konsep operasionalnya yaitu: strategi bisnis ibu rumah tangga (pedagang online) dalam mempromosikan produk guna

⁵⁸ Kasmir. Analisis Laporan Keuangan. Edisi Pertama Cetakan Kelima Jakarta: Raja Grafindo Persada (2012),hlm.46

⁵⁹ Michell Rinda Nursandy, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pengusaha Tape di Desa Sumber Tengah Kecamatan Binakal Kabupaten Bondowoso, skripsi tidak diterbitkan.

⁶⁰ Rosy Pradipta Angga Purnama, Analisis Pengaruh Modal, Tenaga Kerja, Lama Usaha, dan Teknologi Proses Produksi terhadap Produksi Kerajinan Kendang Jimbe di Kota Blitar,(Malang: Universitas Brawijaya, 2014), jurnal ilmiah.

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.

membantu perekonomian keluarga dengan menggunakan teori Agustina, Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan UMKM, 2016, diantaranya :

1. Strategi Produk
2. Strategi Usaha
3. Strategi Promosi
4. Strategi Distribusi

2.4 Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir adalah penjelasan tentang variabel yang akan dijadikan tolak ukur penelitian di lapangan yang disesuaikan dengan rumusan masalah. Kerangka berfikir berisi penjelasan teoritis digunakan untuk mengdiagnosis masalah. Dari diagnosis ini, kemudian dilanjutkan dengan memodelkan penelitian yang kita buat. Kerangka berfikir juga bisa dibantu dengan menampilkan bagan yang akan membantu mempermudah pembaca mengetahui arah penelitian dan bagi peneliti biasanya sebagai petunjuk pengurangan variabel.

Gambar 2.1 Kerangka Pikir



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 III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian

3.1.1 Pendekatan

Jenis dan pendekatan penulisan yang digunakan pada penulisan ini adalah pendekatan kualitatif, yaitu menggambarkan atau memaparkan secara sistematis, factual dan akurat mengenai fenomena-fenomena yang diangkat dalam penulisan ini.

Jenis penelitian ini menggunakan metode pendekatan penulisan kualitatif. Penulisan kualitatif adalah penulisan yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penulisan misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll. Dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.⁶¹

Pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu secara holistik (utuh). Jadi dalam hal ini tidak boleh mengisolasi individu atau organisasi ke dalam variable atau hipotesis. Pendekatan kualitatif memiliki karakteristik alami (*natural serfing*) sebagai sumber data langsung, deskriptif, proses lebih di pentingkan dari pada hasil. Analisis dalam penelitian kualitatif cenderung dilakukan secara analisa induktif dan makna merupakan hal yang esensial.

Kriteria dalam penelitian kualitatif adalah data yang pasti. Data yang pasti adalah data yang sebenarnya terjadi sebagaimana adanya, bukan data yang sekedar terlihat, terucap, tetapi data yang mengandung makna dibalik yang terlihat dah terucap tersebut.⁶² Untuk itu penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran yang objektif, faktuar, akurat dan sistematis mengenai masalah-masalah yang ada di penelitian ini. Sesuai dengan fokus penelitian, maka masalah yang dihadapi dalam penelitian ini adalah *strategi ibu rumah tangga dalam mengembangkan usaha untuk menambah pendapatan keluarga di desa gumanti kecamatan peranap kabupaten indragiri hulu.*

3.1.2 Jenis Penelitian

Penelitian ini yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian deskriptif yaitu penelitian yang diarahkan untuk memberikan gambaran mengenai gejala-gejala, fakta-fakta, atau kejadian secara sistematis dan akurat, mengenai sifat-sifat dan populasi daerah

⁶¹ Kuntjojo, *Metode Penulisan*, (Kediri: Universitas Nusantara PGRI, 2009), 15

⁶² Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Penerbit CV Alfabeta, 2008),

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.

tertentu.⁶³ Tujuan dari penelitian ini untuk mendapatkan informasi yang jelas mengenai strategi ibu rumah tangga dalam mengembangkan usaha untuk menambah pendapatan keluarga.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Gumanti Kecamatan Peranap, Kabupaten Indragiri Hulu, Provinsi Riau.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini berlangsung dari awal bulan Januari – Maret 2024 hingga kini.

3.3 Sumber Data Penelitian

Ada dua macam sumber data penulisan yang penulis ambil sebagaimana dalam penulisan-penulisan kualitatif yaitu data primer dan data sekunder. Adapun sumber data tersebut sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer yaitu sumber data yang langsung dikumpulkan oleh penulis dari sumber pertamanya. Terkait dengan penulisan ini, data primer didapatkan dengan wawancara langsung kepada para informan penelitian.

2. Data Sekunder

Sumber data sekunder yaitu data yang diperoleh dari lokasi penelitian terkait melalui dokumentasi yang berbentuk laporan-laporan, foto, dan dengan lainnya yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan. Informan dalam penelitian ini adalah:

Table 3.1
Daftar Informan

NO	NAMA	POSISI
1	Wati	Owner Bisnis <i>Online</i>
2	Siti	Owner Bisnis <i>Online</i>
3	Juniarti	Owner Bisnis <i>Online</i>
4	Mesti Noprillah	Owner Bisnis <i>Online</i>
5	Wendra	Owner Bisnis <i>Online</i>
6	Wulandara	Owner Bisnis <i>Online</i>

Sumber Data: Observasi

⁶³ Yatim Riyanto, *Metodologi Penelitian Pendidikan* (Surabaya: SIC, 2010) Hlm.3.

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.

Alasan memilih informan diatas yaitu dilihat dari waktu mereka memulai usaha online yaitu informan tersebut termasuk orang-orang awal memulai bisnis online , selain itu mereka juga sudah memiliki customer dari berbagai desa di sekitaran kecamatan peranap.

3. Subjek dan objek penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah ibu rumah tangga di desa gumanti kecamatan peranap yang memiliki usaha (bisnis online). Sedangkan objek penelitian ini adalah peningkatan pendapatan bagi usaha rumahan (bisnis online).

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Ada beberapa macam teknik dalam pengumpulan data, dalam penulisan ini teknik pengumpulan data yang digunakan, yaitu:

1. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data secara sengaja sistematis mengenal fenomena sosial dengan gejala-gejala psikis untuk kemudian dilakukan pencatatan. Teknik observasi digunakan untuk melihat atau mengamati perubahan sosial yang tumbuh serta berkembang dan kemudian dapat dilakukan penelitian atas perubahan tersebut.⁶⁴ Beberapa informasi yang diperoleh dari hasil observasi adalah ruang (tempat), pelaku kegiatan, objek, perbuatan, kejadian atau peristiwa, waktu dan perasaan. Alasan peneliti melakukan observasi adalah untuk menyajikan gambar realistik perilaku atau kejadian untuk menjawab pertanyaan.

Melalui observasi penulis dapat mendokumentasikan dan merefleksi secara sistematis terhadap kegiatan dan interaksi subjek penulisan. Semua yang dilihat dan di dengar dalam observasi dapat di catat, di rekam dengan teliti jika itu sesuai dengan tema dan masalah yang dikaji dalam penulisan.⁶⁵ Metode ini penulis gunakan untuk memperoleh data tentang pemanfaatan Media Sosial sebagai Wadah Promosi Imuz Photography di Kecamatan Tapung Kabupaten Kampar.

2. Wawancara

Wawancara adalah suatu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu, ini merupakan proses tanya jawab secara lisan, dimana dua orang atau lebih berhadapan-hadapan secara fisik. Wawancara atau *interview* adalah suatu proses memperoleh keterangan untuk tujuan

⁶⁴ P. Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), 63.

⁶⁵ Farida Nugraha, *Metode Penulisan Kualitatif Dalam Penulisan Pendidikan Bahasa*, (Solo: Cakra Book, 2014), 132.

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.

penelitian dengan cara tanya jawab sambil tatap bertatap muka antara pewawancara dengan informan.⁶⁶

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan mencari data mengenai hal atau variabel yang berupa buku, majalah, transkrip dan sebagainya.⁶⁷ Jadi pengumpulan data bisa dilakukan dengan mengutip atau menyalin serta mencatat secara langsung hal yang ada dalam objek penelitian terutama data yang bersifat documenter.

Validasi Data

Validasi data adalah untuk memperoleh keabsahan data maka diperlukannya metode. Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lainnya, sehingga dapat dengan mudah dipahami, dan temuannya dapat di informasikan kepada orang lain. Analisis data kualitatif adalah pengujian sistematis dari suatu untuk menetapkan bagian-bagiannya, hubungan antar kajian dan hubungannya terhadap keseluruhannya.⁶⁸

Dalam penelitian kualitatif peneliti harus berusaha mendapatkan data yang valid untuk itu dalam pengumpulan data peneliti perlu mengadakan validitas data agar data yang diperoleh tidak invalid (cacat). Untuk menetapkan keabsahan data diperlukan teknik pemeriksaan. Pelaksanaan teknik pemeriksaan data didasarkan atas sejumlah kriteria tertentu. Ada 4 (empat) kriteria yang dapat digunakan, yaitu derajat kepercayaan (*credibility*), keteralihan (*transferability*), kebergantungan (*dependability*), dan kepastian (*confirmability*).

1. Kepercayaan (*credibility*) merupakan teknik yang dilakukan untuk memberikan derajat akan kepercayaan akan data yang diperoleh penulis. Pada dasarnya kepercayaan data dilakukan dengan cara: (1) keikutsertaan penulis dalam objek penulisan, (2) ketekunan pengamatan dalam memperoleh data dan, (3) melakukan triangulasi.
2. Keteralihan (*transferability*) seorang penulis hendaknya memberi gambaran secara jelas terkait latar penulisan, sehingga memberi *transferability* dengan cara memperkaya deskripsi tentang konteks dan fokus penulisan. Dengan demikian penulis bertanggung jawab untuk

⁶⁶ Burhan Bugin, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Kencana, 2010), 11.

⁶⁷ Suharsimi dan Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 231.

⁶⁸ Muhammad Idrus, *Metodologi Penelitian Ilmu Sosial, Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*, (Yogyakarta: Erlangga, 2009), 101.

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.

menyediakan data deskriptif secukupnya. Untuk keperluan itu penulis harus melakukan penulisan mendalam.

3. Kebergantungan (*dependability*) kriterium kebergantungan merupakan substitusi irriabilitas dalam penulisan yang non kualitatif reabilitas ditunjukkan dengan jalan mengadakan replikasi studi. Dua atau beberapa kali pengulangan studi, jika dalam suatu kondisi yang sama, maka dikatakan reabilitasnya tercapai. Dalam hal ini penulis harus konsisten akan seluruh proses penulisan agar dapat memenuhi syarat yang berlaku dan untuk mempertanggung jawabkan semua aktivitas.
4. Kepastian (*confirmability*) kepastian berasal dari konsep objektivitas menu. Pada penulisan kualitatif menetapkan objektivitas adalah kesepakatan antara subjek. Pemastian sesuatu data objektif atau tidak bergantung pada persetujuan beberapa orang terhadap pandangan, pendapat dan pertemuan seseorang tapi disepakati oleh beberapa orang maka barulah data tersebut dikatakan objektivitas.⁶⁹

Dalam penulisan kualitatif, temuan atau data dapat dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan penulis dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Salah satu metode yang digunakan adalah metode triangulasi. Istilah triangulasi dalam kegiatan penulisan secara umum banyak dipahami oleh sebagian kalangan hanya dapat dijumpai dalam penulisan kualitatif sebagai salah satu teknik validasi sebuah penulisan.⁷⁰

Triangulasi yaitu informasi yang diperoleh dari beberapa sumber diperiksa silang antara data wawancara dengan data pengamatan dan dokumen yang terkait dengan fokus dan subjek penulisan.

Tujuan menggunakan metode triangulasi, pertama adalah menggabungkan dua metode dalam satu penulisan untuk mendapatkan hasil yang lebih baik apabila dibandingkan dengan menggunakan satu metode saja dalam suatu penulisan. Triangulasi lebih banyak menggunakan metode alam level mikro, seperti bagaimana menggunakan beberapa metode pengumpulan data dan analisis data sekaligus dalam sebuah penulisan, termasuk menggunakan informan sebagai alat uji keabsahan dan analisis hasil penulisan. Asumsinya bahwa informasi yang diperoleh penulis melalui pengamatan akan lebih akurat apabila juga digunakan *interview* atau menggunakan bahan dokumentasi untuk mengoreksi keabsahan informasi yang telah diperoleh dengan kedua metode tersebut. Kedua, tujuannya ialah membandingkan informasi tentang hal yang sama yang diperoleh dari berbagai pihak, agar ada

⁶⁹ Eri Barlian, *Metodologi Penulisan Kualitatif dan Kuantitatif*, 71.

⁷⁰ Warul Walidin, Dkk, *Metodologi Penulisan Kualitatif & Grounded Theory*, 139.

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.

jaminan tentang tingkat kepercayaan data. Cara ini juga mencegah bahaya-bahaya subjektif.⁷¹

Sehingga untuk menguji validitas penulisan ini maka penulis menggunakan alat uji triangulasi, antara lain:

- a. Triangulasi Sumber Data (*Data Triangulation*), triangulasi sumber data adalah menggali kebenaran informasi tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data.⁷² Teknik triangulasi sumber data dapat menggunakan satu sumber data misalnya informan, tetapi beberapa informan atau narasumber yang digunakan perlu diusahakan posisinya dari kelompok atau tingkatan yang berbeda-beda. Teknik triangulasi sumber data dapat pula dilakukan dengan menggali informasi dari sumber-sumber data yang berbeda jenisnya. Model penulisan triangulasi sumber data yang mengarahkan penulis dalam mengambil data harus menggunakan beragam sumber data yang berbeda. Oleh karena itu triangulasi sumber data sering pula disebut sebagai triangulasi sumber.
- b. Triangulasi Antar-Penulis (*Investigator Triangulation*) triangulasi antar-penulis dilakukan dengan cara menggunakan lebih dari satu orang dalam pengumpulan dan analisis data. Pelibatan beberapa penulis berbeda dalam proses analisis. Teknik ini diakui memperkaya pengetahuan mengenai informasi yang digali dari subjek penulisan.⁷³
- c. Triangulasi Metode (*Methodological Triangulation*) dilakukan dengan cara membandingkan informasi atau data dengan cara yang berbeda. Sebagaimana dikenal, dalam penulisan kualitatif penulisan menggunakan metode wawancara, observasi, dan survei. Untuk memperoleh kebenaran informasi yang handal dan gambaran yang utuh mengenai informasi tertentu, penulis bisa menggunakan metode wawancara bebas dan wawancara terstruktur. Atau penulis menggunakan wawancara dan observasi atau pengamatan untuk mengecek kebenarannya.
- d. Triangulasi Teori (*Theoretical Triangulation*) hasil akhir penulisan kualitatif berupa sebuah rumusan informasi atau thesis statement. Informasi tersebut selanjutnya dibandingkan dengan perspektif teori yang relevan untuk menghindari bias individual penulis atas temuan atau kesimpulan yang dihasilkan. Selain itu, triangulasi teori dapat meningkatkan kedalaman pemahaman asalkan penulis mampu

⁷¹ Ibid. 139

⁷² Ibid. 142

⁷³ Warul Walidin, Dkk, *Metodologi Penulisan Kualitatif & Grounded Theory* (2015), 143

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.

menggali pengetahuan teoritik secara mendalam atas hasil analisis data yang telah diperoleh.⁷⁴

Teknik yang digunakan metode penelitian kualitatif untuk menjamin akurasi dan kredibilitas hasil penelitian yaitu:

Triangulasi sumber data adalah menggunakan bermacam-macam data, menggunakan lebih dari satu teori, beberapa teknik analisa data dan melibatkan lebih banyak peneliti. Tujuan triangulasi adalah untuk meningkatkan kekuatan teoritis, metodologis, maupun interpretative dari penelitian kualitatif. Triangulasi diartikan juga sebagai kegiatan pengecekan data melalui beragam sumber, teknik, dan waktu. Dalam penelitian ini nantinya peneliti akan menggunakan Triangulasi sumber data, yang membandingkan hasil data penelitian informan satu dengan informan lainnya.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah sebuah cara atau metode yang digunakan untuk mengumpulkan hasil dari wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk mengambil hal-hal yang dirasa penting untuk menjadi suatu kesimpulan. Setelah data dari lapangan terkumpul dan disusun secara sistematis, maka langkah selanjutnya penulis akan menganalisa data yang didapat tersebut.⁷⁵

Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data kedalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data. Analisis data dalam hal ini ialah mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberikan kode dan mengkategorikannya. Analisis data kualitatif berkaitan dengan data berupa kata atau kalimat yang dihasilkan dari objek penulisan serta berkaitan dengan kejadian yang melingkupi sebuah objek penulisan.

Proses analisis data kualitatif yang dikemukakan oleh Meleong diatas sangat rumit dan terjadi tumpang tindih dalam tahap-tahapannya. Tahapan reduksi data sampai kepada tahapan kategorisasi data menurut hemat penulis merupakan satu kesatuan proses yang bisa dihimpun dalam reduksi data. Karena dalam proses ini sudah terangkum penyusunan satuan dan kategorisasi data. Oleh karena itu, penulis lebih setuju kalau proses analisis data dilakukan melalui 3 (tiga) tahapan. Untuk lebih jelasnya penulis akan menjelaskan proses analisis tersebut sebagai berikut:⁷⁶

⁷⁴ Ibid. 144

⁷⁵ Suharsimi dan Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 59.

⁷⁶ Sandu Siyoto, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 121.

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. Reduksi Data

Reduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok memfokuskan pada hal-hal yang penting, di cari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Dengan kata lain produksi data ini dilakukan oleh peneliti secara terus menerus saat melakukan penelitian untuk menghasilkan catatan-catatan inti dari data yang diperoleh dari hasil penggalan data.

2. Penyajian Data

Penyajian data adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan. Hal ini dilakukan dengan alasan data-data yang diperoleh selama proses penelitian kualitatif biasanya berbentuk naratif, sehingga memerlukan penyederhanaan tanpa mengurangi isinya. Penyajian data dilakukan untuk dapat melihat gambaran keseluruhan atau bagian-bagian tertentu dari gambaran keseluruhan.

3. Kesimpulan atau Verifikasi

Kesimpulan atau verifikasi adalah tahap akhir dalam proses analisa data. Pada bagian ini penulis mengutarakan kesimpulan dari data-data yang telah diperoleh. Kegiatan ini dimaksudkan untuk mencari makna data yang dikumpulkan dengan mencari hubungan, persamaan atau perbedaan. Penarik kesimpulan bisa dilakukan dengan jalan membandingkan kesesuaian pernyataan dari subjek penulisan dengan makna yang terkandung dengan konsep-konsep dasar dalam penulisan tersebut.⁷⁷

⁷⁷ Ibid. 123

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 GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Gambaran Umum Desa Gumanti

1. Letak geografis

Desa Gumanti merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Peranap, Kabupaten Indragiri Hulu, provinsi Riau, Indonesia. Desa ini memiliki luas 1600 hektar, dan berada di ketinggian 25 mdpl. Desa Gumanti termasuk kedalam kelurahan baturijal hilir kecamatan peranap.. Desa ini populer karena menjuarai Event Nasional Pacu Jalur Tradisional di Tepian Narosa, Teluk Kuantan, pada tahun 2023 dengan jalur yang bernama Tuah Keramat Bukit Embun. Di final, mereka berhadapan dengan jalur Cakaran Garuda Muda. Selain jalur Tuah Keramat Bukit Embun, Desa Gumanti juga mempunyai Masjid Jami' sebagai ikon budaya setempat. Masjid ini merupakan salah satu yang tertua di Kecamatan Peranap dan terletak di tepi Sungai Indragiri (Batang Kuantan), tidak jauh dari lokasi kantor desa.

2. Letak Demografis

Berdasarkan data yang telah di himpun oleh aparat pemerintah Desa Gumati mengenai kondisi penduduk, bahwa jumlah penduduk desa gumanti berjumlah berjumlah 1.116 jiwa yang terdiri dari 327 KK, adapun jumlah penduduk Desa Gumati berdasarkan jenis kelamin dengan klarifikasi sebagai berikut:

Tabel: 4.1

Penduduk Masyarakat Desa Gumanti Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu Berdasarkan Jenis Kelamin.

No.	JenisKelamin	Jumlah	Presentanse
1	Laki-laki	573	50,17%
2	Perempuan	543	49,82%
	Jumlah	1.116	100%

Sumber: kantor Desa Gumanti , 2020

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa dari 1.116 jiwa penduduk Desa Gumanti, jenis kelamin laki-laki lebih besar dari jumlah jenis kelamin perempuan, yaitu jenis kelamin laki-laki sebanyak 573 jiwa, sedangkan jenis kelamin perempuan berjumlah 543 jiwa.

Kehidupan Ekonomi, Sosial Dan Budaya

1. Kehidupan Ekonomi

Untuk memenuhi hidup sehari-hari, masyarakat kecamatan gumanti melakukan berbagai macam usaha sebagai mata pencarian utama

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.

yaitu petani, buruh, pedagang, pelayan, tukang dan pegawai negeri sipil (PNS). Untuk lebih jelasnya mata pencarian penduduk kelurahan peranap dapat dilihat dari tabel beriku tini:

Tabel : 4.2
Jumlah Mata Pencarian Masyarakat Di Desa Gumanti

No.	Jenispencarian	Jumlah	Presentase
1	Petani	55	58,33%
2	Pedagang	42	31,67%
3	PNS	34	10,00%
	Jumlah	131	100%

Sumber: kantorkelurahanperanap 2017

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa mata pencarian penduduk Desa Gumanti pada umumnya adalah petani dengan jumlah 58,33% jiwa, sedangkan mata pencarian paling sedikit adalah PNS dengan jumlah 10.00%.

2. Sosial budaya

Dalam rangka usaha pembinaan dan peningkatan kehidupan sosial budaya, dalam pelaksanaan telah diadakan koordinasi dengan tokoh masyarakat, Ali mulama, Cerdik pandai, Pemangku adat, dan intensi terkait telah diupayakan untuk membina kerukunan umat beragama, memelihara dan membangun sarana ibadah, memberantas tuna aksara latin dan al-Qur'an, membina kegiatan olahraga dan kesenian, dan membina meningkatkan kehidupan gotong royong dalam hal meringankan warga yang terkena musibah melalui suatu perkumpulan.

Manusia dan kebudayaan merupakan kesatuan yang tidak dapat dipisahkan karena atas kedua unsur inilah makhluk sosial dapat berlangsung. Dan begitu pula antara manusia satu dengan yang lainnya juga tidak dapat dipisahkan karena manusia itu membutuhkan pertolongan sehingga dengan demikian timbullah kehidupan masyarakat, dengan kehidupan bermasyarakat tersebut maka timbul budaya yang pada umumnya setiap orang mempunyai kebudayaan yang berbeda.

Dalam hal ini, masyarakat kelurahan peranap juga mempunyai jiwa sosial yang tinggi dan juga mempunyai kebudayaan yang tersendiri. Misalnya gotong royong dalam acara pesta, sunatrasul, rebana, dan kebudayaan lainnya. Hal ini mungkin didukung oleh faktor agama islam yang kuat, maka sedikit banyak sosial budaya pasti terpenuhi oleh nilai-nilai ajaran agama islam, seperti asas kekerabatan dan saling membantu satu sama yang lain.

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.

Pendidikan, agama dan adat istiadat

1. Pendidikan

Pendidikan memiliki peranan yang sangat penting dalam memberdayakan masyarakat. Apalagi dalam masa pembangunan sekarang ini menuju kearah industrialisasi atau ekonomi global jelas sekali butuhkan lebih banyak tenaga kerja yang mempunyai skill atau paling tidak bisa menulis dan membaca. Untuk lebih jelas dapat dilihat mengenai tingkat pendidikan penduduk kelurahan peranap sebagai berikut:

Tabel 4.3

Tingkat Pendidikan Masyarakat Desa Gumanti

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah
1	Belum Sekolah	35
2	Tidak Tamat Sekolah	119
3	Tamat SD	215
4	Tamat SMP	388
5	Tamat SMA	193
6	Perguruan Tinggi	86
	Jumlah	1.116

Sumber: Kantor kelurahan peranap, 2017

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah penduduk desa gumanti menurut tingkat pendidikan masih rendah karena paling banyak adalah tamat smp yaitu berjumlah 388 jiwa penduduk.

Di samping itu kelurahan peranap juga memiliki sarana pendidikan di antaranya TK, SD, MTS, SMP, MA, SMA yang dapat diketahui melalui tabel beriku tini:

Tabel 4.4

Fasilitas Pendidikan Desa Gumanti

No	Sarana Pendidikan	Jumlah
1	TK	2
2	SD	3
3	SLTP	1
4	MTS	1
5	MA	-
6	SMA	1
	JUMLAH	8

Sumber: kantor Desa Gumanti, 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.

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa sarana pendidikan kelurahan peranap masih dikatakan ketinggalan karena hanya memiliki enam sarana saja antaranya TK, SD, SLTP, MTS, dan SMA.

2. Keagamaan

Penduduk kelurahan peranap pada yang beragama islam, protestan, khatolik dan budha. Ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel: 4.5

Klarifikasi Jumlah Penduduk Kelurahan Peranap Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu Berdasarkan Agama

No	Jenis Agama	Jumlah	Presentase
1	Islam	758	75%
2	Protestan	236	15%
3	Khatolik	31	8%
Jumlah		1.116	100%

Sumber: kantor Desa Gumanti 2020

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa penduduk kelurahan peranap yang paling banyak muslim dengan jumlah 1.116 orang. Untuk menjalankan perintah agama tertentu sangat diperlukan tempat ibadah. Dimana tempat peribadahan ini selain untuk tempat ibadah bisa juga merupakan salah satu saluran yang penting untuk mengkomunikasikan pesan-pesan pembangunan dalam rangka mensosialisasikan suatu pembangunan kepada masyarakat.

Tabel: 4.6

Jumlah Rumah Ibadah Kelurahan Peranap Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu

No.	Jenis Tempat Ibadah	Jumlah
1	Mesjid	5
2	Mushallah	2
3	Gereja	1
Jumlah		8

Sumber: kantorkelurahanperanap, 2017

3. Adat-istiadat

Adat istiadat tidak dapat dipisahkan dari kebudayaan suatu masyarakat karena adat-istiadat merupakan dari kebudayaan yang sering atau yang bisa dilakukan dalam kehidupan sehari-hari. Di kelurahan peranap memiliki adat tersendiri yang dapat mendukung kebudayaan nasional seperti:

- 1) Berzanji dan marhaban
- 2) Rabana

- 3) Cica hinai
- 4) Makan bajambu yaitu makan bersama-sama dengan bersila dengan tidak menggunakan kursi dan meja dalam acara pernikahan sunnat rasul dan aqiqah.

Masyarakat kelurahan peranap terdiri dari beberapa suku yaitu suku piliang, sukumelayu, sukuitopang, suku domo. Keempat suku ini mewarnai dalam kehidupan sehari-hari dan tetap menjaga adat-istiadat masing-masing suku serta menghormati adat dan kepercayaan yang dianut oleh setiap golongan. Untuk lebih jelas bisa dilihat tabel berikut ini:



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 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 VI PENUTUP

6.1. Kesimpulan

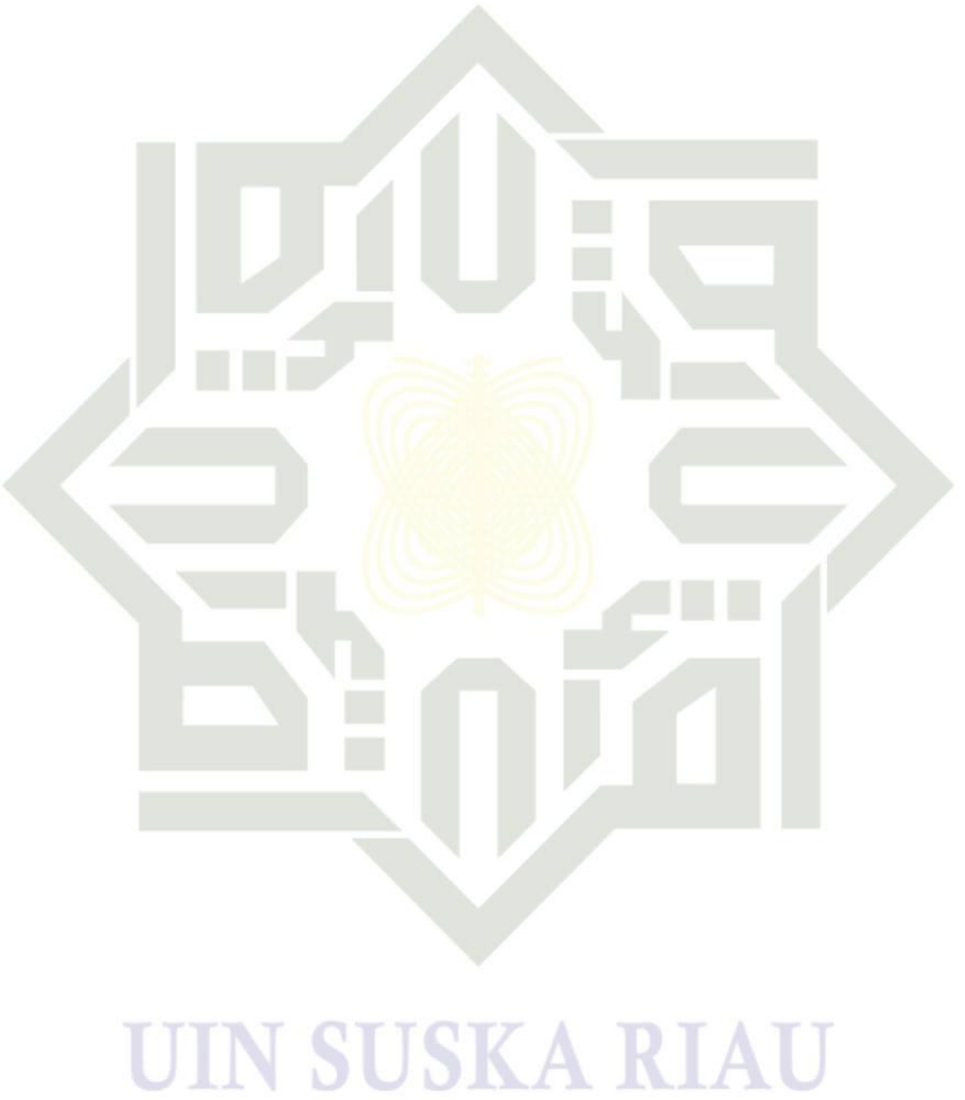
Strategi merupakan hal yang penting bagi kelangsungan hidup suatu usaha dalam mencapai tujuan yang efektif serta efisien, selain itu pelaku usaha dituntut bisa mengatasi dan menghadapi setiap masalah atau hambatan yang datang dari dalam maupun luar usahanya. Menurut Pearce dan Robinson (2008: 2) strategi merupakan rencana berskala besar, dengan orientasi masa depan, guna berinteraksi dengan kondisi persaingan untuk mencapai tujuan. Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Pemasaran sesuatu yang meliputi seluruh sistem yang berhubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menentukan harga sampai dengan mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang bisa memuaskan kebutuhan pembeli aktual maupun potensial. strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu usaha. Dengan kata lain, strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran pelaku usaha dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Dalam hal ini Strategi usaha Ibu Rumah Tangga (Pedagang Online) Dalam pengembangan usaha untuk Membantu Perekonomian Keluarga Di Desa Gumanti Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu, dapat dilihat setidaknya berdasarkan 4 indikator Beberapa strategi yang digunakan oleh ibu rumah tangga dalam mengembangkan usaha berdasarkan strategi pemilihan produk, strategi harga, strategi promosi dan strategi distribusi. baik secara langsung ataupun tidak langsung sebagai berikut

1. Mempromosikan secara langsung dengan mendatangi calon pembeli secara langsung
2. Mempromosikan produk lewat sosial media berupa instragram, facebook dan whatsapp
3. Memberikan potongan harga dengan syarat dan ketentuan tertentu
4. melakukan live untuk mempromosikan produk
5. menggunakan jasa influcer

6.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan fakta-fakta dilapangan, ditemukan beberapa kelemahan dalam penelitian ini yang kemudian dijadikan masukan dalam penelitian selanjutnya, yaitu sebagai berikut :

- Pedagang online harus mampu mempertahankan kualitas barang yang di jualnya
- Tampilan barang harus mampu untuk menarik perhatian customer online
- Pedagang online harus lebih inovatif dalam berjualan



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.

DAFTAR PUSTAKA

- Hanggono, 'Analisis Atas Praktek TAM (Technology Acceptance Model) Dalam Mendukung Bisnis Online Dengan Memanfaatkan Jejaring Sosial Instagram', *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Universitas Brawijaya*, 26.1 (2015), 1–9.
- Abdulsyani, Sosiologi Sistematis, *Teori Dan Terapan*, (Jakarta: PT.Bumi Askara 2007), Ahmadi, Abu, Sosiologi Pendidikan, "Membahas Gejala Pendidikan Dalam Konteks Struktur Sosial Masyarakat" (Jakarta: Rajawali pers, 1982), hlm 256 Rulli Nasrullah, M.Si. (2015). *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Abraham Johanis Jalmaf, Stevie Sahusilawane, and Geradin Rehatta, 'Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Di Pantai Ngurbloat Maluku Tenggara', *Jurnal Bisnis & Kewirausahaan*, 1.1 (2022), 1–9.
- Moh. Erfan Arif And Rila Anggreani. "Strategi Bisnis", Universitas Bramawijaya, (April, 2023). Hlm. 3
- Anang Sugeng Cahyono, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Indonesia" hlm.142
- Aristoteles and others, 'Pemanfaatan Media Sosial Untuk Promosi Pariwisata Dan Potensi Kearifan Lokal Di Kelurahan Batu Putuk Kecamatan Teluk Betung Barat Kota Bandar Lampung', *Buguh: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1.4 (2021), 31–38
- Bambang Dwi Atmoko, "Instagram Handbook", Jakarta: Media Kita (2012), h. 10.
- Barhan Bugin, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Kencana, 2010), 11. Cipta, 2011), 63.
- Delia Mila Vernia. "Optimalisasi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Bisnis Online Bagi Ibu Rumah Tangga Untuk Meningkatkan Perekonomian Keluarga". (Jurnal Ilmiah Pendidikan Dan Ekonomi). Volume 1 No 2, 2017
- Dewi Untari and Dewi Endah Fajariana, 'Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik)', *Widya Cipta*, 2.2 (2018), 271–78
- Diana Novita, Agus Herwanto, and Meiyanti Nurcaerani, 'Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Dalam Pemasaran Produk Pada Koperasi Tahu Dan Tempe', *Majalah Ilmiah Bijak*, 16.2 (2019), 142–45
- Dinda Sekar Puspitadini, Reni Nuraeni. "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi" (Jurnal Common, Vol.3 No.1 Juni 2019)
- Diski Nia Levi Yani and Nurul Hudha Purnomo, 'Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Digital Marketing Pada Usaha Mikro Kecil Dan



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.

Menengah (UMKM) Di Kelurahan Banjarmasin’, *Opinia De Journal*, 1.2 (2021), 127–44.

Drva Theodora, ‘Analisis Elemen AIDA Pada Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Perpustakaan Di Dinas Arsip Dan Perpustakaan Kabupaten Bandung’, *Palimpsest: Jurnal Ilmu Informasi Dan Perpustakaan*, 12.1 (2021), 37–47

Dwi Syahnaz Hazisah, *Pengaruh Instagram Stories Terhadap Eksistensi, Instagram for Business*, 2018

Endang Sri Indrawati, *psikologi sosial*, (yogyakarta: psikosain, 2017), h. 33

Eh Barlian, *Metodologi Penulisan Kualitatif dan Kuantitatif*, 71.

Ervina Taviprawati, Anis Darsiah, and Nurisya Akhsa, ‘Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Alat Promosi Bagi Usaha Binatu “Spray Away” Yang Terkena Dampak COVID-19’, *Jurnal Pemberdayaan Pariwisata*, 3.2 (2021), 72–77

Farida Nugraha, *Metode Penulisan Kualitatif Dalam Penulisan Pendidikan Bahasa*, (Solo: Cakra Book, 2014), 132.

Juli Anggraini, ‘Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Islam Negeri Sumatera Utara Juli Anggraini Program Studi Ilmu Perpustakaan’, 2021, 1–103

Kuntjojo, *Metode Penulisan*, (Kediri: Universitas Nusantara PGRI, 2009), 15

Librina Tria Putri, S.E, MM. “*Analisis Peranan Usaha Rumahan (Bisnis Online) Dalam Peningkatan Pendapatan Masyarakat Kota Bangkinang Kabupaten Kampar Provinsi Riau*”. (Journal Of Business Studies). vol.2. No.1. 2016

Mu Ali Nurhasan Islamy and Ika Laksmiwati, ‘Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Layanan Perpustakaan Institut Seni Indonesia Surakarta’, *Nusantara - Journal of Information and Library Studies*, 3.1 (2020), 75

Muh. Dandy Putra Thohir, Rizan Mahmud, Agus Hakri Bokingo, Valentina Monoarfa, “*Efektivitas E-Commerce Pada UMKM Ridho Cemerlang Di Desa Popalo Kabupaten Gorontalo Utara*”, (Gorontalo: Universitas Gorontalo, 2023)

Muhammad Fahmi Syahrizal, ‘Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Dalam Strategi Pemasaran (Studi Kasus Objek Wisata Ledok Sambi Ecoplayground Dalam Menarik Minat Pengunjung Sebelum Pandemi Covid-19 Dan Pada Masa Pandemi Covid-19 Tahun 2021)’ (Universitas Islam Indonesia, 2021).

Muhammad Idrus, *Metodologi Penelitian Ilmu Sosial, Pedekatan Kualitatif dan Kuantitatif*, (Yogyakarta: Erlangga, 2009), 101.

Muhison Salafudin, ‘Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Pada Taman Baca Widya Pustaka Kabupaten Pemalang’, *Universitas*

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.

- Islam Negeri Syarif Hidayatullah*, 2019, h. 31-39
- Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Socioteknologi*, P. Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktik*, (Jakarta: Rineka
- Philip Kothler, *Marketing Manajemen Millenium Edition*, (New Jersey: Prentice-Hall, 2000), h. 563.
- Puji Sugeng Suprianto, 'Promosi Festival Budaya Nyangku Panjalu', *Repository Universitas Pasundan*, 2018, 1–51
- R. Sutyo Bakir, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, Tangerang: Karisma Publishing Group, 2009, Hlm.348
- Rani Suryani, *Fungsi Whatsapp Grup Sholiha Cabang Bandar Lampung Sebagai Pengembangan Media Dakwah Dalam Membentuk Akhlakul Karimah: 2017*
- Ratna Sari, Enjah Pipit Fitriyadi, Budi Aprianto, Joko Trianto, Ahmad Fikri Zulfikar, "Peningkatan Kesejahteraan Usaha Kecil Menengah (Ukm) Melalui E-Commerce Dan Promosi Jejaring Sosial Media", *Jurnal: Abdi Masyarakat*, (Pamulang: universitas Pamulang, Vol.1 Hlm.1)
- Sandu Siyoto, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 121.
- Soerjono soekanto, *sosiologi suatu pengantar*, jakarta : Rajawali Press, 2002, hlm.242
- Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Penerbit CV Alvabeta, 2008), hlm. 02
- Suharsimi dan Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 231.
- Suharsimi dan Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 59.
- Suprianto, *Promosi Festival Budaya Nyangku Panjalu*, h. 8.
- Saron Brigetta Lantaeda, Dkk. "Peran Badan Perencanaan Daerah Dalam Penyusunan RPJMD Kota Tomohon", *Jurnal Adminstrasi Publik*, Vo.04, No. 048, hlm.2-3
- Warul Walidin, Dkk, *Metodologi Penulisan Kualitatif & Grounded Theory*, 139.
- Wisnu Nugraha. Muhammad Zen. "Peran Amil Zakat Dalam Meningkatkan Kesadaran Zakat Profesi Pada Laznas Al-Azhar". (Jakarta : UIN Syarif Hidayatullah, 2020).
- Yatim Riyanto, *Metodologi Penelitian Pendidikan* (Surabaya:SIC, 2010) Hlm.3.
- Zil Hazmi Harahap, 'Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Musik Dan Personal Branding Penyanyi Vionita Sihombing', *Grenek Music Journal*, 11.2 (2022), 81

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.

DOKUMENTASI

Gambar 1

Wawancara Bersama Informan



Gambar 2

Wawancara bersama Informan



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.

Gambar 3

akun sosial media facebook untuk berjualan online



<https://www.facebook.com/share/udbvXEwdJvZKM1Vu/?mibextid=qi2Om>

Gambar 4

Akun sosial media facebook pedagang makanan



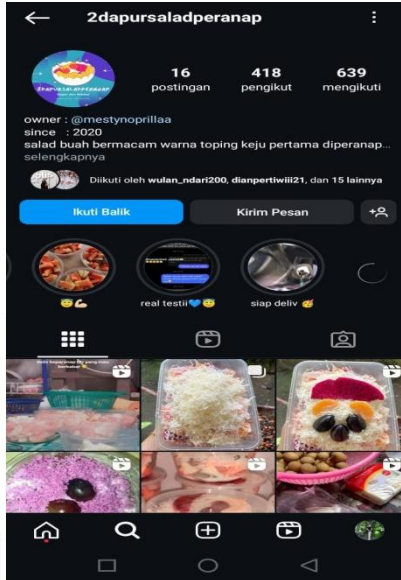
<https://www.facebook.com/share/HwP9ncAAceoDn71g/?mibextid=qi2Omg>

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

Gambar 5

Akun sosial media instagram



<https://www.instagram.com/2dapursaladperanap?igsh=MXJhY2NjMWN6N29qN>

w==

Gambar 6

akun sosial media instagram



<https://www.instagram.com/wulandara.shop?igsh=MTdqaXoyMXZxN2NxA>

Lampiran 1

KISI-KISI INSTRUMEN PENELITIAN

Indikator	Sub Indikator	Uraian	Teknik Pengumpulan Data
Strategi Produk	Kualitas produk yang dijual	<ol style="list-style-type: none"> 1. kualitas produk yang dijual dari usaha bisnis online 2. Efek yang diharapkan dari konsumen 3. Informasi keunggulan produk yang di penjualan 	<p>Observasi Wawancara Dokumentasi</p>
Strategi Harga	Ketetapan harga jual	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga dikson 2. Kejelasan harga pesanan 3. Tanggapan atau Keyakinan untuk membeli produk 	<p>Observasi Wawancara Dokumentasi</p>
Strategi Promosi	Promosi (Bisnis Online)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memilih paket sesuai dengan kebutuhan 2. Kepercayaan konsumen atas produk 3. Sarana dan prasana 	<p>Observasi Wawancara Dokumentasi</p>
Strategi Distribusi	Pemasaran baik secara langsung atau tidak langsung	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keyakinan membeli 2. Kesesuai produk 3. Biaya promosi 	<p>Observasi Wawancara Dokumentasi</p>

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

a. Pengutipan harus untuk kepentingan pendidikan, penelitian, pemertian, pemisaran 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 Diindungi Undang-Undang

Lampiran 2

PEDOMAN OBSERVASI

Hari/Tanggal : 28 Mei 2024
Objek Observasi :
Peneliti : Roslina Fitriani
Tempat Observasi : Desa Gumanti Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu

Dalam pengamatan (observasi) yang dilakukan adalah mengamati adakah Strategi Ibu Rumah Tangga Dalam Mengembangkan Usaha Bisnis Online Dalam Menambah Pendapatan Keluarga Di Desa Gumanti Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu meliputi:

A. Tujuan : Untuk memperoleh informasi dan data mengenai Strategi Ibu Rumah Tangga Dalam Mengembangkan Usaha Bisnis Online Dalam Menambah Pendapatan Keluarga Di Desa Gumanti Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu.

B. Aspek yang diamati:

1. Strategi produk
2. Strategi harga
3. Strategi promosi
4. Strategi distribusi

Lampiran 3

PEDOMAN WAWANCARA

A. *Attention* (Perhatian)

1. Peran media sosial bagaimana yang ibu gunakan sebagai sarana promosi?
2. Bagaimana cara ibu membuat konsumen mengetahui produk atau layanan yang ibu pasarkan?
3. Bagaimana peran media sosial dalam mengubah cara promosi (bisnis online) dalam memasarkan produk?
4. Apa yang menjadi peran atau perhatian utama dari *content* promosi pada bisnis online ibu rumah tangga dalam mendukung perekonomian keluarga?
5. Ciri khas seperti apa mengenai informasi keunggulan bisnis online ibu yang dapat menarik konsumen?
6. Sepengetahuan ibu, mengapa pelaku usaha banyak model/pameran dalam postingan video sesuai dan menarik perhatian konsumen?
7. Bagaimana cara ibu membuat ide cerita dan kreatifitas terhadap postingan video atau gambar dapat menarik perhatian konsumen?
8. Apa saja keuntungan yang bisa diperoleh melalui media sosial sebagai sarana promosi bisnis online sehingga dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas produk serta dapat membantu perekonomian keluarga?
9. Model seperti apa yang ibu berikan kepada konsumen sehingga mendapatkn respon yang baik?
10. Apakah selama melakukan promosi ibu mendapat efek atau tanggapan yang baik dari konsumen?

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 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.

Interest (Minat)

1. Peran media seperti apa yang ibu gunakan sehingga dapat menarik minat konsumen?
2. Bagaimana peran ibu mendapatkan ketertarikan konsumen baik secara live, buat video ataupun memposting foto apakah ?
3. Apa saja bukti yang ibu dapat untuk mendukung reputasi bisnis online atau produk?
4. Peran seperti apa yang ibu gunakan dalam meyakinkan konsumen untuk membeli produk sesuai dengan kebutuhan mereka?
5. Apa saja tawaran yang ibu berikan kepada konsumen dalam melakukan promosi?
6. Apakah ada kendala yang ibu alami dalam melakukan promosi (bisnis online) kepada calon konsumen?
7. Peran seperti apa yang ibu lakukan ketika calon konsumen tidak yakin akan memilih produk yang mereka inginkan, sehingga mereka tidak puas akan hasil yang didapat?
8. Langkah seperti apa yang ibu lakukan ketika menanyakan kembali tentang kejelasan pesananan/
9. Peran media apa yang paling banyak peminatnya dan solusi apa yang ibu gunakan untuk permasalahan itu?
10. Ketika selesai melakukan transaksi tanggapan seperti apa yang ibu lakukan ketika mendapat barang rusak?

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.

Desire (Keinginan)

1. Peran ibu melakukan promosi melalui obroral langsung atau media sosial?
2. Sarana dan prasarana apa saja yang disediakan oleh ibu saat memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi (bisnis onlie) dalam membantu perekonomian keluarga?
3. Bagaimana peran yang ibu lakukan untuk menjaga kepercayaan konsumen atas produk yang mereka inginkan?
4. Bagaiman cara ibu dalam memberikan pelayanan kepada cara konsumen sehingga memilih sesuai paket kebutuhan ?
5. Apa saja keuntungan yang di dapat oleh konsumen dengan metode milih paket kebutuhan?
6. Apa saja bentuk promosi yang ibu lakukan untuk menarik minat para calon konsumen sesuai dengan kebutuhan mereka?
7. Langkah apa yang ibu ambil untuk menjaga kepercayaan konsumen?
8. Adakah hambatan dalam menjalankan proses tersebut dan peran seperti apa yang ibu lakukan untuk mengatasinya?
9. Faktor apa saja yang menjadi penghambat jalannya pengadakan sarana dan prasarana dalam proses promosi di media sosial?
10. Peran apa yang ibu lakukan ketika sarana dan prasarana media mengalami gangguan?

Action (Tindakan)

1. Apa bentuk ajakan yang ibu gunakan dalam menyakinkan konsumen dalam membeli produk melalui media sosial?
2. Apa sudah cukup mudah peran yang ibu lakukan bagi konsumen untuk terhubung dengan bisnis online ibu?
3. Peran seperti apa yang ibu lakukan jika salah dalam melakukan transaksi karna ketidak kesesuain produk yang mereka inginkan ?

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.

4. Jelaskan apa saja yang menjadi hambatan yang dapat mempengaruhi sarana promosi ibu?
5. Bagaiman cara konsumen untuk terlibat di seluruh platform yang tersedia dan mereka gunakan?
6. Menurut ibu, peran yang bagaiman dapat ampuh dalam menyakinkan konsumen tentang promosi yang ibu lakukan ?
7. Peran seperti apa yang ibu lakukan kepada konsumen dalam kesesuaian memilih produk?
8. Apa saja tahapan-tahapan yang ibu lakukan dalam penyusunan biaya promosi?
9. Berapa besar pengaruh peran media terhadap keberhasilan dalam proses promosi (bisnis online) bagi ibu rumah tangga dalam membantu perekonomian keluarga?
10. Adakah hambatan dalam menjalan proses tersebut dan bagaimana cara ibu untuk mengatasinya?



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.

Lampiran 4

HASIL OBSERVASI

Pelaksanaan observasi
 Hari/tanggal : 28 mei 2024
 Objek observasi : Ibu Rumah Tangga Yang Memiliki Bisnis Online
 Peneliti : Roslina Fitriani
 Tempat observasi : Di Desa Gumanti Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan di Desa Gumanti Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu bahwa bisnis ibu rumah tangga dalam mengembangkan usaha untuk menambah pendapatan keluarga. Hasil observasi yang dilihat yaitu: bisnis online sangat berperan di dalam kehidupan ibu rumah tangga dikarenakan dengan adanya bisnis online tersebut masyarakat tidak perlu capek-capek untuk keluar rumah dan juga bisnis online memudahkan masyarakat untuk mendapatkan penghasilan atau keuntungan dari bisnis tersebut sehingga bisa membantu perkenomian keluarga khususnya ibu rumah tangga.



Lampiran 5

HASIL WAWANCARA

Hari/Tanggal : 28 mei 2024
 Waktu : 10.30
 Nama Informan :
 Jabatan : Pemilik Usaha Bisnis Online
 Nama Peneliti : Roslina Fitriani
 Tempat Wawancara : Di Desa Gumanti Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu

1. Kebutuhan Primer

Berdasarkan hasil wawancara dengan ibuk wati sebagai informan kunci terkait jenis media yang digunakan dalam promosi online

Wawancara bersama ibuk eka menjelaskan

“ saya menggunakan istagram, dan juga facebook untuk berjualan, saya mulai berjualan tahun 2017”

Kemudian ditambahkan oleh ibu Siti terkait media jualan online yang digunakan

“ Saya hanya menggunakan media jualan facebook dan juga whatsapp”

Sebuah media memiliki kemungkinan untuk digunakan sebagai media online berjualan, maka saat penulis mewancarai instrumen didapatkan hasil sebahai berikut:

Berdasarkan hasil wawancara diatas maka ibuk wati menjelaskan strategi pemasaran yang digunakan

“ Cara kami mempromosikan jualan kami dengan memposting di media sosial secara berkala”

Berdasarkan hasil penelitian diatas maka dijelaskan dalam mempromosikan barang dagangan, barang yang di jual harus menarik perhatian

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang
 1. Diarang 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. Diarang 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.

customer, salah satu sarana sosial media yang digunakan dalam berjualan online adalah instagram, whatsapp dan juga facebook. sosial media ini memiliki fungsi dan kegunaan yang berbeda setiap aplikasi, dalam hal ini dicontohkan instagram maka pedagang yang jualan online dengan menggunakan instagram, barang yang dijual lebih rapi dan mampu menjangkau banyak orang berbeda halnya dengan whatsapp yang hanya menjangkau orang-orang yang ada di kotak telepon.

Pada sub indikator ke 2 dijelaskan bahwa dalam mempromosikan produk mampu untuk meningkatkan pembelian, maksudnya disini adalah kemampuan pembeli dapat ditingkatkan dengan pemberian harga yang lebih rendah, dan memperluas jangkauan pembelian

Wawancara bersama ibuk eka terkait strategi menarik pelanggan sebagai berikut:

“ strategi yang digunakan adalah dengan memberikan diskon kepada pelanggan online”

Berdasarkan hasil wawancara bersama ibuk wati terkait strategi menarik perhatian komsume onlineshop diantaranya sebagai berikut :

“ Dalam menarik perhatian saya menggunakan influcer untuk mempromosikan produk saya”

Kemudian ditambahkan oleh ibuk siti sebagai berikut

“ saya bisa melakukan live untuk mempromosikan dagangan saya”

Berdasarkan hasil wawancara diatas, maka disini dapat dilihat strategi terbaru untuk mempromosikan barang dagangan, seperti yang diketahui saat ini dalam kehidupan masyarakat selalu menggunakan sosil media dari setiap aktifitas, jadi tidak heran jika pegangan online memanfaatkan moment ini untuk mempromosikan barang dagangan dengan cara menyewa jasa influcer untuk mereview barang, selanjutnya memberikan diskon kepada pelanggan tetap dan juga melakukan live dalam berjualan.

Selanjutnya penulis membahas terkait peran media sosial dalam mengubah cara promosi pemasaran produk. Cara promosi setiap produk tentu berbeda-beda, dan setiap pegangan mempunyai strategi masing- masing.

Berikut hasil wawancara bersama ibuk tuti terkait peran media sosial

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.

dalam mengubah cara promosi produk sebagai berikut :

“ Hal utama yang dilakukan adalah memilih media promosi yang penjual cukup paham akan media itu selanjutnya memposting produk di media sosial semenarik mungkin”

Kemudian ditambahkan oleh ibuk wati terkait terkait fokus utama yang menjadi perhatian pegangan online dalam mempromosikan dagangannya

“ Fokus utama adalah kualitas yang dijual, supaya tidak mengecewakan pelanggan”

Salah satu sub indikator dari minat adalah ciri khas produk yang di unggulkan.

Berdasarkan hasil wawancara bersama ibuk eka terkait ciri khas produk yang di jual sebagai berikut

“ Ciri khas kami pedagang online makanan yaitu rasa dan resep masakan”

Sementara ibuk wati menambahkan terkait ciri khas sebagai berikut :

“ Ciri khas produk kami ada pada brand yang di jual”

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dijelaskan bahwa sosial media sangat berperan sebagai sarana promosi jualan online, karena seperti yang dilihat saat ini semua kalangan rata-rata menggunakan sosial media dalam berkegiatan dan berinteraksi termasuk juga dalam hal berbelanja, Berdasarkan hal tersebut sangat memungkinkan untuk seseorang menggunakan sosial media untuk berjualan. hal itu digunakan dengan cara memposting produk di media sosial semenarik mungkin sehingga menarik perhatian customer untuk membelinya. Fokus utama dalam penjualan melalui sosial media adalah kualitas yang ditawarkan , dan yang tidak kalah penting disini terkait cirikhas dari barang yang ka jual, dalam hal ini dicontohkan pegangan online makanan, menjual makanan dengan ciri khas rasa yang sulit untuk di tiru orang lain, dengan begitu maka pelanggan bisa berkemungkinan kembali membeli barang dagangan kita di hari selanjutnya.

Kemudian terkait cara pegadang dalam mempromosikan dagangannya adalah dilakukan langsung face to fave atau pedagang mendatangi langsung calon

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.

rumah pembeli untuk menawarkan barang dagangannya. selanjutnya bisa dilakukan dengan menyewa jasa konten kreator untuk sebagai review dari barang yang kita jual. dari langkah tersebut tentu dapat terlihat bahwa 2 strategi itu bagus dan memiliki keuntungan dan sasaran masing-masing.

Selanjutnya terkait keuntungan yang diperoleh dengan berjualan online

Berdasarkan hasil wawancara bersama ibuk wati menjelaskan sebagai berikut

“ Keuntungan yang diperoleh adalah meningkatnya penghasilan dan bisa membantu perekonomian keluarga ”

Ditambahkan oleh ibu eka terkait keuntungan yang diperoleh sebagai berikut :

” Keuntungan yang diperoleh dari hasil penjualan online adalah menambah penghasilan yang bisa digunakan untuk kebutuhan keluarga “

Kuantitas keuntungan yang diperoleh oleh pedagang online sebagaimana hasil wawancara sebagai berikut :

Berdasarkan hasil wawancara bersama ibuk wati terkait kuantiti keuntungan yang diperoleh sebagai berikut :

“ Hasil penjualan dalam sebulan kisaran 500.000 s.d 1.500.000/ bulan “

Kemudian hasil wawancara bersama ibuk siti menjelaskan bahwa

“ Pendapatan yang saya peroleh dari onlineshop keuntungan bersih 400.000 s.d 800.000/ bulan ”

Melihat dari hasil wawancara diatas, maka di peroleh penjabaran lebih dalam bahwa ibu rumah tangga yang sebelumnya tidak memiliki penghasilan, namun setelah dia memutuskan untuk berjualan maka terjadi pemasukan dan penambahan penghasilan kisaran 500 sampai dengan 1.500.000/ bulan tergantung jenis dagangan dan juga penjualan setiap harinya, dengan keuntungan bersih 400 sampai dengan 800.000/ bulan. Penghasilan tersebut digunakan untuk membantu dan menopang ekonomi keluarga sehingga menjadi lebih sejahtera.

Terakhir respon yang didapatkan penjual adalah sebagai berikut

Berdasarkan hasil wawancara bersama ibuk wati terkait tanggapan dari customer adalah sebagai berikut :

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.

“Alhamdulillah saya mendapatkan respon yang baik dari produk yang saya promosikan lewat aku media sosial saya”

Respon diartikan sebagai tanggapan atas sesuatu, dalam hal ini dilihat respon pembeli belanja online selama ini baik karena barang yang dibeli sesuai. Dari beberapa informan menjelaskan bahwa rata-rata customer puas dengan barang yang dibeli, walaupun masih ada satu atau dua orang yang kadang komplain namun tidak mempengaruhi hasil jualan.

Pada sub indikator ketiga mendorong pergantian dan rancang ulang produk, maksudnya disini adalah solusi yang ditawarkan apabila ada customer yang tidak puas dengan produk tersebut dan mengajukan pergantian ulang maka dijelaskan sebagai berikut

Dalam berjualan online ketika ada permasalahan customer tidak puas dengan barang yang dibeli maka yang dilakukan oleh pedagang online shop sebagai berikut :

Jika terapat produk yang tidak sesuai dan customer complain maka dilakukan hal sebagai berikut

Berdasarkan hasil wawancara dengan ibuk wati sebagai berikut

“Diganti dengan barang yang lebih bagus”

Strategi yang dilakukan kepada konsumen dalam kesesuaian memilih produk

Berdasarkan hasil wawancara bersama ibuk tuti sebagai berikut

“ memilih produk yang sesuai dan harga yang terjangkau”

Berdasarkan hasil wawancara bersama ibu wati menjelaskan sebagai berikut

“ selama ini belum ada customer yang tidak puas dengan barang dagangan kami”

Ditambahkan oleh ibuk siti terkait hal tersebut maka dijelaskan sebagai berikut

“ Jika ada customer yang complain maka saya menjelaskan barang yang di complain secara detail”

Hasil wawancara diatas menjelaskan bahwa jika terdapat komplain dari



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.

customer maka pedagang online akan melihat dulu latar belakang komplain, jika karena terjadi kerusakan barang maka akan di ganti dengan barang yang baru, namun jika masih terjadi komplain dari customer maka pedagang menjelaskan secara langsung dan detail produk yang di beli.

Kebutuhan Selektif

Strategi yang digunakan untuk meyakinkan pelanggan

“ Memberikan keyakinan bahwa produk yang mereka beli itu bagus dan berkualitas”

Ditambahkan oleh ibuk wati dalam hasil wawancara sebagai berikut :

“Menjelaskan tentang produk, keunggulan produk, dan manfaatnya sehingga konsumen tertarik”

Sebelum seseorang membeli produk yang kita jual maka kita butuh strategi dalam mempromosikan produk tersebut yaitu dengan cara memberikan keyakinan, dan menjelaskan keunggulan, identifikasi produk serta manfaat pembelian.

Berdasarkan hasil wawancara bersama ibuk wati menjelaskan sebagai berikut :

“ Harapan saya yaitu usaha dapat berkembang dan memperoleh keuntungan yang banyak”

Ditambahkan oleh ibu eka dalam hal tersebut sebagai berikut

“Harapannya saya dapat membantu keuangan keluarga”

Kemudian terkait output yang dihasilkan beberapa informan menjelaskan sebagai berikut :

Berdasarkan hasil wawancara bersama ibuk tuti terkait ouput yang di dapatkan diantaranya

“dengan berjualan online saya dapat membantu ekonomi keluarga saya”

Berdasarkan hasil wawancara bersama ibuk wati menjelaskan

“ dengan saya berjualan online bisa menambah keuangan keluarga dan saya bisa mendapatkan kegiatan baru yang bermanfaat.”

Terakhir ibu siti menjelaskan terkait output yang di hasilkan diantaranya

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.

“ saya bisa menambah pertemanan dan silaturahmi selain untuk menambah pemasukan keluarga saya”

Secara garis besar dijelaskan bahwa tujuan utama atau yang menjadi fokus utama ibu rumah tangga adalah untuk menambah pemasukan keluarga dan memenuhi kebutuhan keluarga.

Selanjutnya terkait kendala yang dihadapi oleh pedagang online shop dalam menjual produknya sebagai berikut

Berdasarkan hasil wawancara bersama ibuk wati sebagai berikut :

“kendala dalam proses pengantaran barang yang jauh”

Ditambahkan oleh ibuk siti sebagai berikut

“ Kendala yang dihadapi adalah customer yang tidak mengambil barang setelah dipesan”

Selanjutnya disampaikan oleh ibu eka terkait kendala dalam berjualan online sebagai berikut:

“ kendala yang saya hadapi adalah keterbatasan modal”

Suatu usaha tentu memiliki kendala dalam proses pengembangannya, berdasarkan hasil wawancara di atas maka dijelaskan beberapa kendala dalam berbisnis online diantaranya jarak dan efisiensi waktu, keterbatasan modal dan juga customer yang tidak mengambil barang yang sudah di pesan.

Sub indikator terakhir menjangring pelanggan dalam hal ini pedagang menanyakan kembali kejelasan produk yang akan dibeli. Langkah yang dilakukan oleh pedagang online ketika menanyakan kejelasan pembelian sebagai berikut

Berdasarkan hasil wawancara dengan ibuk siti sebagai berikut

“ Saya menanyakan kembali kepada customer setelah beberapa hari (followup)”

Ditambahkan oleh ibu eka sebagai berikut

“ saya selalu mengakhiri percakapan dengan pertanyaan dan selalu menanyakan kepada customer terkait keraguan atau kendala sebelum memesan produk jualan saya”

Jenis media sosial yang paling banyak peminatnya

sebagaimana hasil wawancara dengan ibuk wati sebagai berikut



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 yang paling banyak peminatnya adalah facebook karena paling banyak digunakan oleh masyarakat di desanya selain itu saya juga menjual barang kebutuhan masyarakat”

Ditambahkan oleh ibuk siti terkait minat media sosial yang paling banyak digunakan sebagai berikut :

“ Media sosial yang paling banyak menarik minat adalah facebook dan instagram. facebook menjangkau teman-teman yang kita kenali sekitaran wilayah tempat tinggal sementara instagram memiliki jangkauan yang lebih luas”

Berdasarkan hasil wawancara dijelaskan bahwa media sosial yang paling banyak di gunakan adalah facebook karena facebook penggunaan nya lebih mudah, dan rata-rata ibu rumah tangga menggunakan facebook.

Apabila sasaran telah memiliki minat untuk menginginkan produk atau jasa yang dipromosikan, maka promosi tersebut berhasil untuk menarik sasaran agar menggunakan produk dan jasa tersebut. Keinginan sasaran untuk memiliki, memakai, menikmati atau melakukan sesuatu harus dibangkitkan dengan kalimat-kalimat tertentu

Berdasarkan hasil wawancara bersama ibuk siti penelitian terkait cara yang digunakan dalam mempromosikan dagangan yaitu sebagai berikut:

“ Saya mempromosikan lewat media sodial dan langsung”

Berdasarkan hasil wawancara bersama ibuk eka sebagai berikut

“ saya mempromosikan jualan saya lewat sosial media”

Terkait sarana dan prasarana yang digunakan dalam mempromosikan barang dagangan

“ menggunakan hp”

Ditambahkan oleh ibuk tuti sebagai berikut

“ saya menggunakan hp sederhana karena saya ibu rumah tangga, dan saya juga menggunakan motor untuk mengantar barang dagangan”

Berdasarkan hasil wawancara diatas maka dapat dijelaskan bahwa dalam berjualan online ibu-ibu rumah tangga memanfaatkan handphone sebagai ajang promosi dagangan dan sepeda motor dalam akses transportasi

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.

Terakhir besar pengaruh penjualan online dalam penambahan ekonomi keluarga sebagaimana hasil wawancara bersama ibuk wati sebagai berikut

“ sangat berpengaruh dari saya sebelumnya belum ada penghasilan sekarang sudah memiliki penghasilan”

Ditambahkan oleh ibuk siti sebagai berikut

“Sangat berpengaruh terhadap erekonomian saya karena tujuan saya berjualan online juga untuk memperbaiki ekonomi”

Tantangan yang dihadapi oleh pedagang online sebagai berikut

berdasarkan hasil wawancara diatas dijelaskan sebagai berikut oleh ibuk wati

“ Tantangan adalah minat beli masyarakat”

Ditambahkan oleh ibuk aminah tantangan yang dihadapi dalam berbisnis online adalah

“ cara meyakinkan pelanggan untuk membeli produknya”

Kemudian di tambahkan oleh ibu siti wawancara sebagai berikut

“ Tantangan adalah keterbatasan modla usaha”.

Lampiran 6

REDUKSI DATA

No	Indikator	Responden	Hasil wawancara
1	Strategi Produk	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ibu Wati (pemilik usaha barang sehari-hari) 2. Ibu Siti (pemilik usaha barang sehari-hari) 3. Ibu Juni (pemilik usaha makanan) 4. Ibu wendra (pemilik usaha barang sehari-hari) 5. Ibu mesti (pemilik usaha makanan) 6. Ibu wulandara (barang sehari-hari) 	<p>Dari hasil wawancara dengan para pemilik usaha bisnis online di Desa Gumanti Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu bahwa dengan adanya usaha ini berperan di dalam kehidupan ibu rumah tangga dikarenakan dengan adanya bisnis online tersebut masyarakat tidak perlu capek-capek untuk keluar rumah dan juga bisnis online memudahkan masyarakat untuk mendapatkan penghasilan atau keuntungan dari bisnis tersebut sehingga bisa membantu perkenomian keluarga khususnya ibu rumah tangga.</p> <p>Apabila sasaran telah memiliki minat untuk menginginkan produk atau jasa yang dipromosikan, maka promosi tersebut berhasil untuk menarik sasaran agar menggunakan produk dan jasa tersebut. Keinginan sasaran untuk memiliki, memakai, menikmati atau melakukan sesuatu harus dibangkitkan dengan kalimat-kalimat tertentu</p>
2	Strategi Harga	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ibu Wati (pemilik usaha barang sehari-hari) 2. Ibu Siti (pemilik usaha barang sehari-hari) 3. Ibu Juni (pemilik usaha makanan) 4. Ibu wendra (pemilik usaha barang sehari-hari) 5. Ibu mesti (pemilik usaha makanan) 6. Ibu wulandara (barang sehari-hari) 	<p>Berdasarkan hasil penelitian diatas maka dijelaskan dalam mempromosikan barang dagangan, barang yang di jual harus menarik perhatian customer, salah satu sarana sosial media yang digunakan dalam berjualan online adalah instagram, whatsapp dan juga facebook. sosial media ini memiliki fungsi dan kegunaan yang berbeda setiap aplikasi, dalam hal ini dicontohkan instagram maka pedagang yang jualan online dengan menggunakan instagram,</p>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

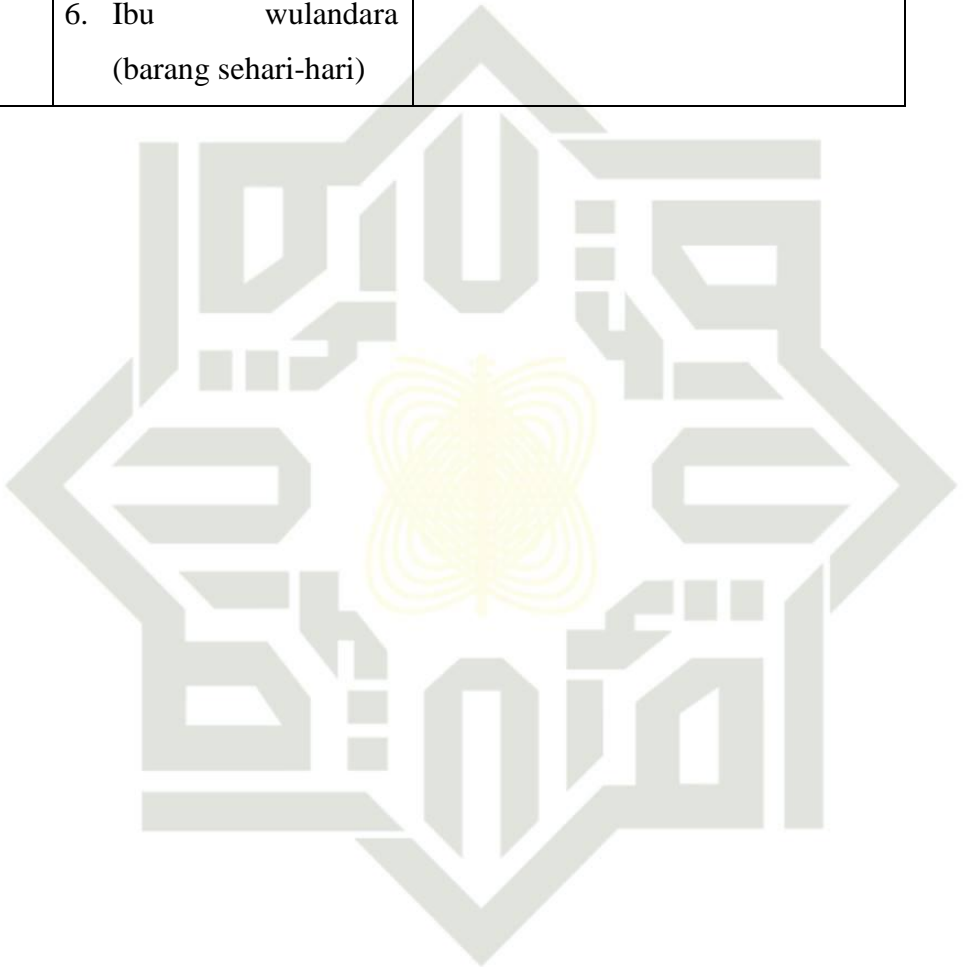
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

		sehari-hari)	barang yang di jual lebih rapi dan mampu menjangkau banyak orang berbeda halnya dengan whatsapp yang hanya menjangkau orang-orang yang ada di kotak telepon.
Strategi Promosi	1. Ibu Wati (pemilik usaha barang sehari-hari) 2. Ibu Siti (pemilik usaha barang sehari-hari) 3. Ibu Juni (pemilik usaha makanan) 4. Ibu wendra (pemilik usaha barang sehari-hari) 5. Ibu mesti (pemilik usaha makanan) 6. Ibu wulandara (barang sehari-hari)		Berdasarkan hasil wawancara tersebut dijelaskan bahwa sosial media sangat berperan sebagai sarana promosi jualan online, karena seperti yang dilihat saat ini semua kalangan rata-rata menggunakan sosial media dalam berkegiatan dan berinteraksi termasuk juga dalam hal berbelanja, Berdasarkan hal tersebut sangat memungkinkan untuk seseorang menggunakan sosial media untuk berjualan. hal itu digunakan dengan cara memposting produk di media sosial semenarik mungkin sehingga menarik perhatian customer untuk membelinya. Fokus utama dalam penjualan melalui sosial media adalah kualitas yang ditawarkan , dan yang tidak kalah penting disini terkait cirikhas dari barang yang kita jual, dalam hal ini dicontohkan pegangan online makanan, menjual makanan dengan ciri khas rasa yang sulit untuk di tiru orang lain, dengan begitu maka pelanggan bisa berkemungkinan kembali membeli barang dagangan kita di hari selanjutnya.
Strategi Distribusi	1. Ibu Wati (pemilik usaha barang sehari-hari) 2. Ibu Siti (pemilik usaha barang sehari-hari) 3. Ibu Juni (pemilik usaha makanan)		Kemudian terkait cara pegadang dalam mempromosikan dagangannya adalah dilakukan langsung face to fave atau pedagang mendatangi langsung calon rumah pembeli untuk menawarkan barang dagangannya. selanjutnya bisa dilakukan dengan menyewa jasa konten kreator untuk sebagai review dari barang yang kita jual. dari langkah tersebut tentu dapat terlihat bahwa 2 strategi itu

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.

<ol style="list-style-type: none"> 4. Ibu wendra (pemilik usaha barang sehari-hari) 5. Ibu mesti (pemilik usaha makanan) 6. Ibu wulandara (barang sehari-hari) 	<p>bagus dan memiliki keungungan dan sasaran masing-masing.</p>
---	---



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.

BIODATA PENULIS

ROSLINA FITRIANI, Anak ke dua dari empat bersaudara dari pasangan bapak Badrusamin Dan Ibu Welas Sri, penulis lahir di Napal, Kecamatan Peranap pada tanggal 20 maret 2000, pada tahun 2013 penulis menyelesaikan Sekolah Dasar di SD SWASTA PONDOK 4 INDRIPLANT, penulis melanjutkan pendidikan ke sekolah menengah pertama di SMP SWASTA PONDOK 2 INDRIPLANT dan selesai pada tahun 2015, kemudian penulis melanjutkan pendidikan ke sekolah menengah atas di SMKN 1 PERANAP dan selesai pada tahun 2018.

Pada tahun 2018 penulis melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi di UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU DENGAN JURUSAN PENGEMBANGAN MASYARAKAT ISLAM FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI.

Sedikit terlambat lulus, tetapi Alhamdulillah lulus pada tahun 2024 tepat pada semester XII dengan IPK. 3,56 dengan predikat sangat memuaskan dan berhak mendapatkan gelar Sarjana Sosial (S.Sos).