



**PERSEPSI PELAKU USAHA TERHADAP
TUTUPNYA GOJEK DAN ADOPEJEK
DI KOTA PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Dalam
Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh:

MUHAMMAR KADAPI

NIM. 19 402 00199

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2023



**PERSEPSI PELAKU USAHA TERHADAP
TUTUPNYA GOJEK DAN ADOPEJEK
DI KOTA PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Dalam
Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh:

MUHAMMAR KADAPI

NIM. 19 402 00199

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2023**



**PERSEPSI PELAKU USAHA TERHADAP
TUTUPNYA GOJEK DAN ADOPEJEK
DI KOTA PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Dalam
Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh:

MUHAMMAR KADAPI

NIM. 19 402 00199

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

PEMBIMBING I

Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si
NIP.197808182009011015

PEMBIMBING II

H. Ali Hardana, S.Pd, M.Si
NIDN.2013018301

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2023



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **Muhammar Kadapi**
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, 19 Juni 2023

Kepada Yth:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad
Addary Padangsidimpuan

Di-

Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Muhammar Kadapi** yang berjudul "**Persepsi Pelaku Usaha Terhadap Tutupnya Gojek Dan Adopejek Di Kota Padangsidimpuan**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Seiring dengan hal di atas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsinya.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si
NIP. 197808182009011015

PEMBIMBING II

H. Ali Hardana, S.Pd., M.Si
NIDN.2013018301

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammar Kadapi
NIM : 19 402 00199
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Persepsi Pelaku Usaha Terhadap Tutupnya Gojek Dan Adopejek Di Kota Padangsidempuan.

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan dari tim pembimbing, dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 19 Juni 2023

itakan
METERAI
TEMPEL
016AKX530367774
Muhammar Kadapi
NIM.19 402 00199

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammar Kadapi
Nim : 19 402 00199
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exklusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **Persepsi Pelaku Usaha Terhadap Tutupnya Gojek Dan Adopejek Di Kota Padangsidempuan.** Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan
: 19 Juni 2023



Muhammar Kadapi
Nim. 19 402 00199



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733
Telepon. (0634) 22080 Faxmile. (0634) 24022

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

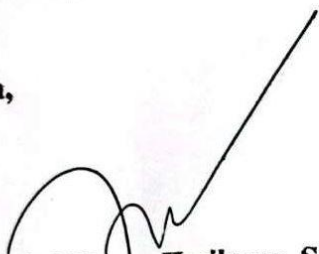
ma
M
kultas/Prodi
dul Skripsi


- : **Muhammar Kadapi**
- : **19 402 00199**
- : **Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah**
- : **Persepsi Pelaku Usaha Terhadap Tutupnya Gojek Dan Adopejek Di Kota Padangsidimpuan**

ek

etua,

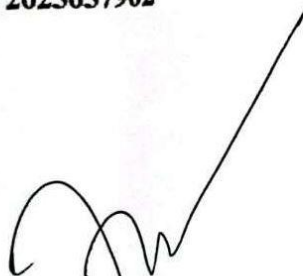
Sekretaris,

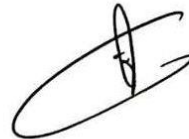

r. Abdul Nasser Hasibuan, S.E.,M.Si.
IDN. 2025057902




Sry Lestari, M.E.I.
NIDN. 2005058902

Anggota


r. Abdul Nasser Hasibuan, S.E.,M.Si.
IDN. 2025057902



Sry Lestari, M.E.I.
NIDN. 2005058902


A. Fauzan, M.E.I
NIDN. 0104048904



Adanan Murroh Nasution, M.A.
NIDN. 2104118301

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah,
Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Senin, 17 Juli 2023
Pukul : 14:00 WIB s/d 16:30 WIB
Hasil/Nilai : Lulus/67,5 (C)
Indeks Prestasi Kumulatif : 3,44
Predikat : Sangat Memuaskan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidempuan 22733
Telepon. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : PERSEPSI PELAKU USAHA TERHADAP
TUTUPNYA GOJEK DAN ADOPEJEK DI KOTA
PADANGSIDIMPUAN**

NAMA : MUHAMMAR KADAPI
NIM : 19 402 00199

Telah Dapat Diterima untuk Memenuhi Salah Satu Tugas
dan Syarat-Syarat dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidempuan, 31 Juli 2023
Dekan,


Dr. Darwis Harahap, S.HL., M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : Muhammar Kadapi
Nim : 19 402 001 99
Judul Skripsi : Persepsi Pelaku Usaha Terhadap Tutupnya Gojek Dan Adopejek Di Kota Padangsidempuan
Tahun : 2023

Penelitian di latar belakang permasalahan di Kota Padangsidempuan yaitu bisnis digital bentuk jasa seperti Gojek dan Adopejek yang tidak dipergunakan masyarakat lagi dikarenakan kurangnya minat masyarakat terhadap jasa tersebut dan kurangnya pengetahuan masyarakat dalam penggunaan aplikasi tersebut.

Pembahasan dalam penelitian berkaitan dengan ilmu ekonomi khususnya dalam ekonomi mikro yaitu tentang distribusi. Distribusi merupakan salah satu aspek dari pemasaran. Distribusi juga dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Jasa memiliki 4 karakteristik antara lain *Intangibility* sifat jasa yang tidak berwujud, *Inseparability* mencerminkan tidak terpisahkannya antar provider dan konsumen, *Variability* menunjukkan bahwa *performance* jasa sulit untuk di kontrol dan bersifat relatif baik dari *ouput provider* maupun persepsi penerimaan konsumen, *Perishability* merupakan keterbatasan jasa.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk membuat deskripsi atau gambaran dari hasil penelitian. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu dengan jumlah informan 10 orang. Data yang didapatkan dikumpulkan dengan cara observasi dan wawancara secara langsung dengan para pelaku usaha di padangsidempuan.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan pandangan para pelaku usaha terhadap tutupnya bisnis digital bentuk jasa seperti gojek dan adopejek di kota Padangsidempuan bukan suatu permasalahan bagi para pelaku usaha itu sendiri dikarenakan dengan hilangnya kedua jasa tersebut akan dapat memotivasi para masyarakat untuk menciptakan lapangan kerjanya sendiri dengan membuka usaha jasa sendiri tanpa adanya syarat-syarat yang harus dipenuhi seperti KTP, Uang pendaftaran dan persyaratan lainnya.

Kata Kunci: Adopejek, Gojek, Pelaku Usaha.

KATA PENGANTAR



Assalaamu‘alaikum Wr.Wb Alhamdulillah, puji syukur kita sampaikan kehadirat Allah SWT yang telah mencurahkan rahmat, nikmat, dan hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan judul penelitian **“Persepsi Pelaku Usaha Terhadap Tutupnya Gojek dan Adopejek Di Kota Padangsidimpuan.** Shalawat dan salam kita hadiahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa ummatnya dari zaman kebodohan ke zaman yang berilmu pengetahuan seperti yang ada pada saat sekarang ini.

Skripsi ini diajukan guna melengkapi syarat dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam Bidang Ilmu Ekonomi di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini sangat sulit diwujudkan tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusinya baik secara material maupun spiritual khususnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, Bapak Dr. Erawadi, M.Ag selaku Wakil Rektor bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A selaku Wakil Rektor bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag selaku Wakil Rektor bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Bapak Dr. Darwis Harahap, M.Si Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hsb, M.Si., Wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Ibu Dr.Rukiah,S.E.,M.Si Wakil Dekan bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan

Bapak Dra. Replita, M.Si., Wakil Dekan bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A Ketua Prodi Ekonomi Syariah, serta Bapak/Ibu Dosen dan Pegawai administrasi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI, M.Si Pembimbing I dan Bapak H. Ali Hardana, S.Pd, M.Si Pembimbing II, yang telah menyediakan waktu dan tenaganya untuk memberikan pengarahan, bimbingan, dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga menjadi amal yang baik dan mendapat balasan dari Allah SWT.
5. Bapak Yusri Fahmi, M.Hum., Kepala Perpustakaan dan para pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku yang peneliti butuhkan dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Segenap Bapak dan Ibu Dosen, Pegawai dan Civitas Akademik Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang dengan ikhlas memberikan ilmu pengetahuan, dorongan, dan motivasi yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
7. Teristimewa kepada Ibunda tercinta Sari Anna Lubis, Ayahanda Dahlan Batubara, dan Saudara/Saudari tercinta yang telah memberikan dukungan penuh kepada peneliti, baik dalam bentuk dukungan moril ataupun dukungan materil. Semoga Allah selalu memberikan kesehatan dan keridhoan kepada mereka.
8. Kerabat dan seluruh rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2019 dan terkhusus teman-teman seperjuangan di Ekonomi Syariah 5 yang telah berjuang bersama-sama meraih gelar S.E dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita, yang dikhususkan juga kepada Parlaungan Ritonga, Intan Wahyuni Siregar, Khairunnisya Abdilla Pane saya ucapkan terimakasih yang telah bersedia menjadi teman saling bertukar pikiran dalam menyelesaikan skripsi ini.

9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti. Wassalamu'alaikumWr.Wb

Padangsidempuan, 19 Juni 2023
Peneliti

Muhammar Kadapi
NIM. 19 402 00199

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan

Pedoman konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ā	·	Es(dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	Ha (dengantitikdi bawah)
خ	Kha	Kh	Ka danha
د	Dal	D	De
ذ	āl	·	Zet(dengantitikdidas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es
ص	ṣad	ṣ	Es(dengantitikdibawah)
ض	ḍad	ḍ	De (dengantitikdibawah)
ط	ṭa	ṭ	Te(dengan titikdibawah)
ظ	ẓa	ẓ	Zet (dengantitikdi bawah)
ع	ain	·	Komaterbalikdi atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..‘..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

C. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *tamarbutah* ada dua:

1. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dummah, transliterasinya adalah /t/.
2. *Ta Marbutah* mati yaitu *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *Ta Marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *Ta Marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha(h).

D. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberitanda *syaddah* itu.

E. Kata Sandang

1. Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ٱ. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.
2. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti

kata sandang itu.

3. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

F. Hamzah

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu diletakkan di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

G. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il, isim*, maupun *huruf*, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

H. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak dipergunakan.

I. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin, Cetakan Kelima*, Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama, 2003.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
BERITA ACARA MUNAQASYAH	
HALAMAN PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	v
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah.....	7
C. Batasan Istilah	7
D. Rumusan Masalah.....	8
E. Tujuan Penelitian.....	8
F. Kegunaan Penelitian	9
G. Sistematika Pembahasan	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
A. Landasan Teori.....	11
1. Persepsi.....	11
a. Pengertian Persepsi	11
b. Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi.....	12
2. Pelaku Usaha	14
a. Pengertian Pelaku Usaha.....	14
b. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha.....	15
c. Sanksi Pelanggaran Kewajiban Pelaku Usaha	17
d. Tanggung Jawab Pelaku Usaha	18
3. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam.....	19
4. Bisnis Digital	22
a. Transformasi Digital	22
b. Pengertian Bisnis Digital	23
c. Keuntungan Bisnis Digital	25
d. Bisnis Dalam Pandangan Islam	26
e. <i>Digital Marketing</i> Dalam Pandangan Islam.....	28
5. Modernisasi	29
a. Pengertian Modernisasi.....	29

b. Kedudukan Modernisasi Dalam Pandangan Islam	32
c. Sejarah Modernisasi Di Barat	33
6. Jasa Pengiriman	37
a. Pengertian.....	37
b.Karakteristik Jasa.....	39
7. Transportasi	40
B. Penelitian Terdahulu.....	41
BAB III METODE PENELITIAN	45
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	45
B. Jenis Penelitian.....	45
C. Unit Analisis/Subjek Penelitian	47
D. Sumber Data	48
E. Teknik Pengumpulan Data.....	49
F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	51
G. Teknik Pengecekan Keabsahan Data.....	52
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	54
A.Gambaran Umum Gojek dan Adopejek.....	54
1. Sejarah Berdirinya Gojek Di Indonesia	54
2. Gojek Kota Padangsidempuan.....	55
3. Adopejek Kota Padangsidempuan.....	57
B. Deskripsi Informan	58
1. Teknik Pengumpulan Data.....	58
2. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	58
3. Teknik Pengecekan Keabsahan Data	59
C. Hasil Penelitian	60
D. Pembahasan Hasil Penelitian	63
E. Keterbatasan Penelitian	64
BAB V. PENUTUP.....	69
A. Kesimpulan	69
B. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Tahun Munculnya dan Bubarnya Bisnis Digital Jasa Antar Di Kota Padangsidempuan.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	41
Tabel 4.1 Data Responden Sesuai Umur.....	60
Tabel 4.2 Hasil Wawancara Dengan Informan	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Pusat Perusahaan Go-Jek	55
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Regional Perusahaan Go-Jek	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I: Pedoman Wawancara

Lampiran II: Hasil dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring perkembangan zaman pada masa ini yang dimana kita hidup di zaman era globalisasi. Modernisasi merupakan suatu ilmu sosial yang mengarah ke perubahan dari yang tertinggal ke lebih yang lebih maju. Modernisasi ini mencakup banyak bidang seperti pengetahuan dan teknologi. Pada masa ini manusia sudah sangat tergantung pada yang namanya teknologi, sehingga teknologi tidak lagi menjadi kebutuhan tersier bahkan teknologi sudah menjadi kebutuhan primer¹.

Pada tahun 2020 sebuah wabah muncul yaitu Covid-19 yang dimana wabah tersebut sangat berdampak terhadap beberapa sektor, salah satunya yang paling terasa dampaknya yaitu pada sektor perekonomian yang dimana bukan hanya indonesia saja yang terkena dampaknya bahkan ke segala penjuru dunia terutama pada negara-negara berkembang seperti indonesia. Akibat dari timbulnya pandemi Covid-19 ini, banyak perusahaan yang melakukan gulung tikar dan melakukan PHK terhadap karyawannya, dikarenakan berkurangnya profit dari perusahaan tersebut yang mengakibatkan perusahaan-perusahaan tersebut tidak dapat membayar gaji para karyawan. Terjadinya PHK juga berdampak kepada pemerintah karena jumlah pengangguran semakin meningkat dan mengakibatkan ekonomi masyarakat pun semakin buruk,

¹Nuriawati, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Pemasaran Dalam Bisnis Syariah," *Jurnal Ekonomi Islam*, No. 1, Vol.1 (2021), Hlm. 42.

sehingga pemerintah harus melontorkan dana yang begitu besar untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang sedang menerapkan *Social Distancing*.

Sebagian masyarakat di Kota Padangsidempuan terutama anak remaja yang berprofesi sebagai pebisnis, memanfaatkan keadaan ini dengan menjalankan bisnis dengan menjual produk bahkan juga dengan menawarkan jasa melalui media sosial seperti *Whatsapp*, *Facebook*, *Instagram* dan sebagainya. Pada saat ini persaingan bisnis dalam dunia media sosial sangat ketat, hal tersebut dapat dilihat dengan banyaknya sekarang pengguna media sosial dengan melakukan penjualan terhadap produknya. Melalui media sosial, para pelaku usaha bisa menggapai para konsumennya lebih jauh lagi, selain itu komunikasi dengan media sosial yang terjadi antara pembeli dan penjual sangat membantu untuk memudahkan dalam menentukan keputusan dan juga dapat memberikan masukan pada produsen agar lebih baik untuk menjalankannya².

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan para pelaku usaha warung bang Awe tepatnya di Jln. Kenanga, Awe menyatakan bahwa pemanfaatan bisnis digital memang sangatlah bagus di masa sekarang ini, akan tetapi walaupun berdampak positif ada juga kekurangannya pada warung sendiri seperti pembatalan pemesanan dan akibat pembatalan itu para jasa *delivery* pun juga akan merasa dirugikan.³ Eva diana selaku pemilik usaha Jelly Potter Jl. Kenanga depan RSUD Padangsidempuan mengatakan pemanfaatan bisnis digital

² M. Topan Bastari Arkhiansyah, "Penerapan Digital Marketing Melalui Sosial Media Saat Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Pemasaran Syariah Di Grosir Bang Iyuz", *Skripsi Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*, 2021, Hlm. 5.

³ Wawancara dengan Awe, Pemilik Warung Awe Jl. Kenanga pada 23 Juni 2022 pukul 17.58 Wib.

terutama di Kota Padangsidempuan memang sudah selayaknya dilakukan, apalagi di masa sekarang bukan lagi zamannya surat menyurat tetapi sudah beralih yang namanya android, di Kota Padangsidempuan bisnis digital masih perlu yang namanya arahan ataupun bimbingan agar masyarakat lebih tahu bagaimana cara penggunaannya, bisnis jual barang dan bisnis jasa sudahlah merambah di Kota Padangsidempuan, akan tetapi pada bisnis jasa seperti contohnya yang sudah merintis di Kota Padangsidempuan, Gojek dan Adopejek yang dimana masyarakat belum sepenuhnya menggunakan jasa tersebut.⁴

Kota Padangsidempuan merupakan salah satu kota yang terdapat di Provinsi Sumatera Utara, banyak sedikitnya permasalahan tentang bisnis digital yang terjadi yang dimana salah satunya pada bisnis digital bentuk jasa seperti yang sudah tidak asing lagi yaitu jasa antar jemput (*Delivery*). Kota Padangsidempuan terdapat beberapa jasa antar yang sudah dikenal oleh masyarakat Padangsidempuan yaitu seperti Gojek dan Adopejek. Kedua jasa antar ini merupakan jasa yang telah digunakan oleh masyarakat di Kota Padangsidempuan, akan tetapi kedua jasa ini sudah tidak beroperasi lagi di Kota Padangsidempuan, karena terdapat beberapa kendala seperti kurangnya minat masyarakat dan kurangnya pengetahuan masyarakat dalam hal penggunaan aplikasi tersebut, sedangkan Adopejek merupakan salah grup jasa lokal yang ada di Kota Padangsidempuan yang tidak dipergunakan masyarakat lagi karena kurangnya minat terhadap grup jasa tersebut dan penyebab lainnya yaitu karena

⁴ Wawancara dengan Eva Diana, Pemilik Usaha Jelly Potter Jl. Kenanga, RSU Padangsidempuan pada 08 Juli 2022 pukul 14.20 Wib.

banyaknya persaingan jasa *delivery* individu. Berikut merupakan tabel data munculnya hingga bubar nya jasa antar yang ada di Kota Padangsidempuan seperti Gojek dan Adopejek.

Tabel 1.1
Data Tahun Munculnya dan Bubar nya Bisnis Digital Jasa Antar Di Kota Padangsidempuan

Nama Jasa Antar di Kota Padangsidempuan	Tahun Muncul	Tahun Bubar
GOJEK	2018	2020
ADOPEJEK	2020	2022

Sumber: MedanBisnisDaily-Padangsidempuan

Dari tabel 1.1 diketahui bahwa kedua aplikasi/grup jasa antar ini memiliki waktu yang begitu singkat ketika beroperasi di Kota Padangsidempuan, Adopejek dan Gojek memiliki jangka waktu yang sama dengan saat beroperasi di Kota Padangsidempuan yaitu 2 tahun. Tentu kita mengetahui jasa antar merupakan salah satu bisnis digital yang sangat menjanjikan, dan jasa antar merupakan sesuatu yang sangat menguntungkan bagi dua belah pihak antar pemilik jasa dan konsumen terutama di masa-masa pandemi.

Terdapat beberapa alasan mengapa jasa ini tidak beroperasi lagi kota Padangsidempuan yang pertama itu Gojek, di kutip dari Skripsi IAIN Padangsidempuan penelitian terdahulu oleh Ananda Putra IA Siregar, dalam penelitian tersebut terdapat beberapa alasan gojek tidak beroperasi lagi seperti karena wabah covid-19 dan alasannya yaitu terjadi konflik antara tukang becak

dan Gojek.⁵ Jasa selanjutnya yaitu Adopejek, jasa ini merupakan jasa lokal yang dimiliki oleh Kota Padangsidimpuan dan jasa ini tidak beroperasi lagi di Kota Padangsidimpuan, dari observasi yang telah dilakukan penyebab tidak beroperasinya jasa ini yaitu karena kurangnya masyarakat menggunakan jasa ini, dan adapun kurangnya masyarakat menggunakan jasa ini karena adanya jasa-jasa individu lain yang bukan jasa grup seperti Gojek dan Adopejek.

Menurut penelitian terdahulu Iil Waludi, Udin Saripudin, Intan Nurachmi dengan pembahasan yang berkaitan yaitu Manusia diciptakan untuk saling membutuhkan satu sama lain yang diantaranya melakukan perniagaan atau bisnis, agar mereka saling tolong menolong, tukar-menukar keperluan baik dalam kehidupan sehari-hari maupun itu dengan hal jual beli dan sewa menyewa, untuk mencakup seluruh aspek kebutuhan hidup manusia akan senantiasa berusaha agar mendapatkan harta kekayaan dan salah satu gambaran dari bekerja adalah dengan berniaga atau berbisnis.⁶

Menteri Koperasi dan UKM Puspayoga merupakan menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Indonesia merupakan menteri kabinet kerja presiden Joko Widodo menekankan bahwa disaat ini UMKM harus memang betul-betul memanfaatkan internet untuk bagian strategi melakukan pemasaran produk, beliau juga meyakini bahwa memanfaatkan sarana internet bisa menumbuhkan pemasaran produk UMKM. Tantangannya yaitu bagaimana

⁵ Ananda Putra IA Siregar, Analisis Dampak Go-Jek Terhadap Pendapatan Tukang Becak Di Kota Padangsidimpuan, *Skripsi IAIN Padangsidimpuan*, 2021, Hlm.3

⁶ Iil Waludi, Udin Saripudin, "Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Praktik Sewa Menyewa Akun Driver Gojek Kota Bandung," *Jurnal Sharia Economic Law*, No.1, Vol.2 (2022), Hlm. 24.

UMKM bisa menumbuhkan kualitas barangnya sehingga tumbuh dengan pesat. Media sosial merupakan alat pemasaran digital yang paling mudah untuk digunakan⁷. Sarana bentuk promosi digital pastinya tidak akan lepas dari yang namanya internet, melalui bisnis yang berbasis digital tentunya akan membantu suatu usaha dalam memajukan eksposur terhadap konsumen yang selalu aktif yang mencari informasi tentang produk dan jasa. Pada dasarnya bisnis digital merupakan suatu langkah yang tepat untuk dilakukan pada masa sekarang ini, yang dimana untuk lebih jauh menjangkau konsumen dan lebih dekat dengan para calon konsumen untuk mengenalkan produk yang ingin dipromosikan, karena sekarang ini zaman sudah semakin maju dengan serba teknologi.

Memasuki di era *new normal* ini, para pelaku bisnis harus lebih fokus dalam melihat kesempatan yang ada dan harus bisa berpikir *out of the box*. Para pelaku bisnis harus bisa memberikan keringanan untuk konsumen di era pandemi dalam mendapatkan suatu produk atau jasa. Kreasi dalam *digital marketing* harus selalu dikembangkan guna untuk mendapatkan pelanggan yang lebih banyak. Kemauan yang tinggi harus dimiliki oleh pelaku usaha agar usaha yang dijalankan bisa bertahan dan sukses di era *new normal*.⁸ Seperti sekarang ini para konsumen sudah tidak lagi melakukan sistem online dalam hal pemesanan barang ataupun itu jasa, dikarenakan masa krisis atau masa pandemi

⁷Husni, "Urgensi Pemanfaatan E-marketing Pada Keberlangsungan Umkm Di Kota Pekalongan Di Tengah Dampak Covid-19," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, No.1, Vol.2 (2020), Hlm.5.

⁸ Olga Rafida Yumna, Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Upaya Pemulihan Ekonomi Pada Umkm Yang Terdampak Pandemi Covid-19 Di Kampung Purun Kota Banjarbaru Kalimantan Selatan, *Thesis Universitas Islam Kalimantan MAB*, (2021), Hlm.3.

sudah berakhir dan aktivitas diluar ruangan pun sudah berjalan dengan seperti biasanya. Para pelakuusaha yang sudah menerapkan pemasaran melalui sistem digital diharuskan lebih kreatif dalam melakukan pemasaran agar dapat menarik kembali minat para konsumen.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk membahas bagaimana pandangan pelakuusaha di kota padangsidempuan saat ini tentang pemanfaatan bisnis melalui media sosial hingga peneliti menuangkan kedalam bentuk proposal yang berjudul **“PERSEPSI PELAKU USAHA TERHADAP HILANGNYA GOJEK DAN ADOPEJEK DI KOTA PADANGSIDIMPUAN”**

B. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka dalam hal ini peneliti lebih memfokuskan penelitian ini bagaimana persepsi pelaku usaha terhadap bisnis digital berupa bentuk bisnis jasa antar di Kota Padangsidimpuan.

Adapun peneliti memfokuskan jenis bisnis pada penelitian ini ialah berupa bisnis jasa antar dan dalam penelitian ini peneliti membatasi bentuk bisnis digital jasa antar seperti Gojek dan Adopejek Kota Padangsidimpuan.

C. Batasan Istilah

Adapun batasan istilahnya yaitu:

1. Persepsi: Merupakan suatu proses dalam penginderaan yang dimana suatu proses yang diterima stimulus oleh individu dengan melalui alat indera.⁹
2. PelakuUsaha: Setiap orang perseorangan atau badan usaha yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum, baik sendiri maupun sama-sama dalam menjalankan kegiatan usaha dalam berbagai kegiatan ekonomi.¹⁰
3. Bisnis Digital: Merupakan pemasaran yang memanfaatkan teknologi digital dan melalui aplikasi-aplikasi yang dimana agar mudah menjangkau para konsumen, menganalisa konsumen, dan melakukan promosi lalu menjual produk ataupun jasa¹¹.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang ada, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut “Bagaimana persepsi para pelaku usaha terhadap tutupnya jasa antar (Gojek dan Adopejek) di Kota Padangsidempuan?”

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini ialah Untuk mengetahui bagaimana persepsi para pelaku usaha terhadap tutupnya jasa antar (Gojek dan Adopejek) di Kota Padangsidempuan.

⁹Supiani Supiani,dkk, “Pengaruh Budaya Dan Persepsi Masyarakat Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah,” *Jurnal Islamic Banking and Finance* , No.1,Vol.1, (2021),Hlm. 54.

¹⁰Faisal Santiago, *Pengantar Hukum Bisnis* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012).hlm.81

¹¹Mavlinda Hera Febria,dkk, “Menjadi ‘UMKM Unggul’ Melalui Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital dalam Menghadapi Tantangan Bisnis di Era New Normal,” *Jurnal of Sriwijaya Community Services* 2 (2021),Hlm. 21.

F. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini dilakukan yaitu:

1) Bagi peneliti

- a. Manfaat penelitian ini bagi peneliti ialah untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang bagaimana persepsi pelaku usaha di Kota Padangsidempuan terhadap tutupnya jasa antar di Kota Padangsidempuan.
- b. Untuk melengkapi persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana strata 1 (S1) pada jurusan Ekonomi Syariah UIN SYAHADA Padangsidempuan.

2. Bagi Pelaku Usaha Kota Padangsidempuan

Dengan adanya penelitian ini para pelaku usaha mengetahui bagaimana pandangan para pelaku usaha terhadap tutupnya jasa antar di Kota Padangsidempuan seperti Gojek dan Adopejek.

3. Bagi mahasiswa

Dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan juga untuk menambah wawasan tentang berbisnis era digital sekarang.

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan terdiri dari lima bab, yang masing-masing bab terbagi menjadi beberapa sub-bab dengan rincian:

Bab I: Pendahuluan, yang meliputi: Latar belakang masalah, batasan masalah, batasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, sistematika pembahasan.

Bab II: Tinjauan pustaka, yang meliputi: Landasan teori dan penelitian terdahulu

Bab III: Metode penelitian, yang meliputi: waktu dan lokasi penelitian, jenis penelitian, unit analisis/subjek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data dan analisis data, teknik keabsahan data.

Bab IV: Hasil penelitian, yang meliputi: Pembahasan hasil penelitian dan Keterbatasan penelitian.

Bab V: Penutup, yang meliputi: kesimpulan dan saran.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Persepsi

a. Pengertian Persepsi

Persepsi merupakan suatu pemaknaan ataupun pengartian terhadap informasi yang didapatkan yang masuk ke dalam pemahaman manusia. Persepsi ialah pengalaman berkaitan objek, peristiwa, ataupun hubungan-hubungan yang didapat dengan cara menyimpulkan sebuah informasi dan menerjemahkan suatu pesan. Persepsi juga dapat dilihat pada proses kognitif yang dialami oleh setiap orang dalam memahami informasi tentang lingkungan mereka atau melalui melihat, mendengar, merasakan dan mencium. kunci untuk memahami suatu persepsi berarti mengenali persepsi itu adalah interpretasi unik dari situasi, tidak deskripsi yang benar tentang situasi.¹

Dalam persepsi terdapat dalil-dalil yang dipaparkan oleh seorang ahli Krecht dan Crutchfield yaitu:

- 1) Persepsi yang bersifat selektif secara fungsional. Berarti objek yang mendapat tekanan dalam persepsi, biasanya objek yang memenuhi tujuan individu yang menjalankan persepsi.

¹Marianti Meha, "Hubungan Persepsi dan Preferensi Atasbagi Hasil Pembiayaan Mudharabah Musytarakah terhadap Minat Menjadi Peserta Asuransi Syariah," *Journal of Management & Business*, Vol. 2, No.1, (2023),Hlm.67.

- 2) Medan perseptual dan kognitif selalu diorganisasikan dan diberikan sebuah arti.
- 3) Sifat-sifat perseptual dan kognitif dari substruktur ditentukan pada dasarnya oleh sifat-sifat struktur secara menyeluruh.
- 4) Objek atau peristiwa yang berdekatan dengan ruangan dan waktu atau memiliki kesamaan satu sama lain, cenderung direspon sebagai bagian dari struktur yang sama.²

b. Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi

Persepsi bisa berbeda-beda dikarenakan dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti personal, situasional, fungsional, dan struktural. Adapun faktor besar pengaruh dari mempersepsi sesuatu adalah perhatian, konsep fungsional dan konsep struktural.

1) Faktor Perhatian

Perhatian merupakan proses mental yang mana kesadaran terhadap suatu stimuli begitu menonjol, dan saat yang sama terhadap stimuli yang lain melemah. Dengan contoh, disaat pertunjukkan film di sebuah gedung bioskop dimulai, kesadaran akan tertuju pada film tersebut sedangkan kesadaran pada orang-orang sekitar akan melemah. Terjadinya kasus tersebut ada beberapa faktor yaitu faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal terdapat dengan adanya prinsip gerakan yang dimana manusia sangat tertarik dengan apa saja yang bergerak, prinsip

²Nina W. Syam, *Psikologi Sebagai Akar Ilmu Komunikasi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016).

kontras contohnya seperti suara kertas dikeheningan dan sorot lampu di tengah kegelapan dan prinsip kebaruan yang dimana segala sesuatu yang baru sangat menarik perhatian manusia. Adapun faktor internalnya yaitu faktor biologis yang dimana seperti orang yang lapar akan menarik perhatiannya pada makanan, faktor sosiopsikologis seperti memberikan objek yang mengandung keramaian seperti foto.

2) Faktor Fungsional

Faktor fungsional merupakan yang berasal dari kebutuhan. Pengalaman yang sudah berlalu dan yang lainnya yang disebut sebagai faktor personal. Yang menentukan persepsi itu bukanlah jenis ataupun bentuk stimuli, akan tetapi karakteristik yang memberi respons pada stimuli itu. Yang mempengaruhi sebuah persepsi itu ialah faktor fungsional diantaranya faktor kebutuhan, kesiapan mental, suasana emosional, dan latar belakang budaya. Adapun contohnya: Dua orang anak remaja sedang duduk di depan indomaret, yang satu lapar dan satu lagi haus, yang satu mempersepsi isi rak indomaret sebagai roti sedangkan satu lagi mempersepsi aqua dan susu.

3) Faktor Struktural

Pendapat dari teori *Gestalt* jika seseorang mempersepsikan sesuatu, maka ia mempersepsikan dengan seluruhnya, jadi bukan hanya bagian-bagiannya saja seperti kita katakan kita melihat wajah yang manis seorang perempuan, maka kita persepsi tidak hanya wajah saja, tapi

seluruhnya yang berkaitan di tubuhnya karena wajah hanya bagian dari struktur tubuh saja.³

2. Pelaku Usaha

a. Pengertian Pelaku Usaha

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) adalah pilar yang penting bagi perekonomian Indonesia. Berdasarkan informasi dari Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UKM saat ini 64,2 juta Pangsa PDB sebesar 61,07 % atau Rp 8.573,89 triliun. Kontribusi UKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi keterampilan 97% dari total tenaga kerja saat ini dapat mengambil alih dan pindah hingga 60,4% dari total investasi.⁴

Menurut undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen pada pasal 1 ayat 3 menjelaskan bahwa pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi. Pelaku usaha adalah orang yang menjalankan usaha untuk menghasilkan atau menghasilkan suatu produk untuk kepentingan masyarakat, oleh karena itu pelakususaha disebut juga sebagai produsen. Konsep pelaku usaha kewajiban produk lebih

³Vivi Novinggi, "Sensasi Dan Persepsi Pada Psikologi Komunikasi,*Journal iain langsa*, Vol.10, No.1, (2019), Hlm.46.

⁴Ali Hardana, "Pelatihan Manajemen Usaha dalam Meningkatkan Usaha UMKM Kuliner,*Jurnal Pengabdian Masyarakat*", No. 5, Vol.1 (2022), Hlm. 273.

umum dalam kegiatan ilegal. Khusus mengenai pertanggungjawaban produk, pelaku usaha adalah produsen karena menjalankan usahanya berdasarkan ilmu pengetahuan dan teknologi serta standar mutu produk di bidang industri dan jasa, sedangkan dalam perbuatan melawan hukum siapa saja dapat menjadi pelakunya tanpa mempersoalkan kompetensi khusus.⁵

b. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Dalam pasal 6 dan pasal 7 pada bagian kedua dalam undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen terdapat beberapa hak dan kewajiban para pelaku usaha antara lain:

Pasal 6 Hak Pelaku Usaha:

- 1) Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan
- 2) Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik
- 3) Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen
- 4) Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan

⁵Endang Purwaningsih, *Hukum Bisnis* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2015), Hlm.82.

- 5) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Pasal 7 Kewajiban Pelaku Usaha:

- 1) Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya
- 2) Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan
- 3) Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif
- 4) Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku
- 5) Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan
- 6) Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan
- 7) Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.⁶

⁶<https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/45288/uu-no-8-tahun-1999> diakses 24 Juni 2022 pukul 19.23 Wib.

c. Sanksi Pelanggaran Kewajiban Pelaku Usaha

Pelanggaran pelaku usaha diatur dalam Pasal 26 ayat 2 UU JPH sama dengan Pasal 8 huruf i ayat (1) UUPK. Pelanggaran kewajiban pelaku usaha menurut pasal 62 ayat 1 UUPK diancam dengan pidana penjara paling lama lima tahun atau hukuman maksimal denda sebesar Rp.2.000.000.000 berupakan sanksi administratif atas pelanggaran pasal 26 Pasal 2 UU JPH dianggap ringan dan tidak tegas. Kemudahan sanksi yang dijatuhkan UU JPH menganggap perbuatan buruk itu tidak memberikan dampak yang sangat besar bagi umat islam di indonesia. Hal itu tidak sesuai ajaran agama islam yang memaksa makan makanan halal dalam bentuk hukum dan akibat dari pelanggarannya. Peneakan sanksi administratif juga sedang dipertimbangkan kurang kuat dari kekuatan sanksi pidana atas pelanggaran yang dilakukan Pasal 8 ayat 1 huruf i UUPK dengan substansi materi yang sama. Konsumen sebagai korban pelaku usaha harus dilindungi undang-undang untuk perlindungan dan perngayoman bagi masyarakat. Perlindungan tidak hanya diberikan kepada konsumen, tetapi juga untuk pelaku usaha jujur, teliti, baik dan bertanggung jawab. Kewajiban pelaku usaha mempunyai sertifikat halal, berisi label halal dan detail produk non-halal adalah tindakan pemerintah yang tepat. Pelaku usaha harus memenuhi kewajiban untuk menawarkan informasi yang jelas tentang produk yang dipasarkan. Pelanggaran kewajiban pelaku usaha yang

dilakukan untuk memasukkan informasi yang tidak halal dalam produk akan dihukum sesuai dengan ketentuan yang berlaku.⁷

d. Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Terdapat beberapa tanggung jawab dari seorang pelaku usaha yaitu ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan kerugian konsumen dan yang dimana bentuk ganti kerugian lazimnya berbentuk:

- 1) Pengembalian uang
- 2) Penggantian barang, atau jasa yang sejenisnya ataupun yang setara dengan nilainya.
- 3) Perawatan kesehatan dan pemberian santunan yang sesuai dengan Undang-Undang

Adapun juga yang membebaskan pelaku usaha dari tuntutan konsumen apabila.

- 1) Barang tidak untuk diedarkan
- 2) Cacat barang dikemudian hari
- 3) Cacat akibat prosedur dilanggar
- 4) Kelalaian konsumen
- 5) Lewat batas penuntutan dalam jangka 4 tahun dari barang sejak dibeli.

⁷Hardayanti Adismana, Syukri Akub, dan Oky Deviany Burhamzah, "Kriminalisasi Terhadap Pelanggaran Kewajiban Pelaku Usaha Mencantumkan Keterangan Tidak Halal Pada Produk," *Jurnal Ilmiah Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan*, No.1, Vol 7 (2022), Hlm. 111.

Pelakuusaha yang paling berperan penting dalam menjalankan usahanya tidak boleh mendiskriminasikan konsumen dalam memberikan pelayanan. Pelakuusaha tidak boleh membeda-bedakan kualitas layanan yang ditawarkan kepada konsumen.⁸

3. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

Adapun prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang harus dijalankan dalam kegiatan bisnis ialah:

a. *Unity* (Tauhid)

Menurut Dzakfar, konsep tauhid (vertikal) berarti Allah SWT telah menetapkan batas-batas tertentu bagi tindakan manusia sebagai khalifah, agar memberikan manfaat kepada seseorang tanpa mengorbankan hak orang lain. Dengan mengintegrasikan aspek keagamaan dengan aspek kehidupan lainnya, seperti ekonomi, akan ada perasaan pada manusia bahwa dia akan selalu merasa terdaftar pada setiap orang aktivitas hidupnya. Termasuk kegiatan ekonomi sehingga bila dilakukan kegiatan bisnis tidak akan mudah menyimpang dari pengaturan yang telah ditetapkannya. Oleh karena itu, kita harus memperhatikan kebutuhan moral dan bersandar pada tauhid untuk perbaikan perasaan orang tentang *insting altruistic*, baik terhadap orang lain atau lingkungan. Artinya, konsep tauhid memiliki pengaruh paling dalam terhadap diri sendiri seorang muslim.

b. *Equilibrium* (keseimbangan)

⁸Faisal Santiago, *Pengantar Hukum Bisnis*.(Jakarta:PT.Mitra Wacana Media, 2012),Hlm.82

Menurut kanton Susminingsih, interaksi orang ke orang dapat dianggap tepat. Bermartabat jika interaksi tersebut dapat mengaktualisasikan sifat-sifat mulia Allah SWT dalam hidupnya, dalam konteks ini manusia dapat berlaku adil untuk diri mereka sendiri dan memperlakukan orang lain secara adil dalam interaksi mereka. Kesempurnaan dalam bisnis bukan hanya mencari kekayaan begitu saja dan mengabaikan kepentingan orang lain, seperti konsumen. Tapi bagaimana mempertahankan keseimbangan bagi masing-masing pihak yang terlibat sehingga mereka merasa didukung dan diperhatikan.

c. *Free will* (kehendak bebas)

Kebebasan penting dalam etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu mengganggu dan merugikan kebaikan bersama. Islam memungkinkan orang untuk berinovasi dalam muamalah, terutama dalam kegiatan bisnis, tetapi Islam melarang umatnya melakukan apa yang dilarang oleh Syariah. Konsep Islam berarti lembaga ekonomi seperti pasar mampu mencapai tujuan ekonomi. Ini berlaku tanpa campur tangan partaidi mana pun.

Dalam Islam, prinsip kehendak bebas ada tempatnya untuk kemampuan. Kebebasan ini sudah ada pada setiap manusia yang lahir ke dunia ini. Tapi sekali lagi perlu menunjukkan bahwa kebebasan yang melekat pada manusia itu istimewa, sedangkan kemerdekaan tidak secara khusus hanya milik Allah SWT. Oleh sebab itu harus menyadari bahwa dalam situasi apapun harus bersandar pada ketentuan Allah, berpedoman pada aturan syariat Islam yang dicontohkan oleh Rasul-Nya.

d. *Responsibility* (tanggung jawab)

Dalam Islam, tanggung jawab memiliki banyak segi, yang artinya tanggung jawab kepada Allah SWT, tanggung jawab kepada diri sendiri dan tanggung jawab terhadap lingkungan dan orang sekitar. Dalam dunia bisnis, tanggung jawab sangat berlaku. Setelah melakukan semuanya kegiatan komersial dengan berbagai bentuk kebebasan, tetapi tidak berarti dilakukan ketika tujuan yang ingin dia capai, atau ketika dia mendapat untung. Semua dimintai pertanggungjawaban atas apa yang dilakukan pengusaha, atau tanggung jawab ketika pelaku bisnis memproduksi barang, melakukan transaksi jual beli dan membuat kesepakatan.

e. *Benevolence* (Ihsan)

Ihsan artinya melakukan perbuatan terpuji yang memberi manfaat bagi orang lain., tanpa ada kewajiban yang mengharuskan perbuatan tersebut atau dengan kata lain beribadah dan berbuat kebaikan seakan-akan melihat Allah, jika tidak sanggup, maka yakin bahwa Allah melihat.

Prinsip ihsan atau kebajikan tentang sikap pelayanan pedagang dan memperlakukan konsumen. Sikap sopan, ramah, murah hati dan sabar pedagang kepada konsumennya akan membuat kesan yang akan mengesankan memberikan sikap positif, jika tidak kasar, tidak ramah, tidak sabar dan

diskriminasi mereka terhadap konsumen akan terlihat dan terkesan negatif untuk pedagang⁹.

4. Bisnis Digital

a. Transformasi Digital

Istilah "transformasi digital" dapat diterapkan pada perubahan industri dan organisasi. Kajian ini hanya berkaitan dengan perubahan organisasi. Transformasi digital mencakup proses digitalisasi yang berorientasi pada efisiensi dan inovasi digital yang berfokus pada peningkatan produk fisik yang ada dengan kemampuan digital. Proliferasi teknologi digital telah menjadi katalis utama untuk perubahan organisasi selama beberapa dekade terakhir, memungkinkan organisasi merangkul kasus penggunaan baru, mengintegrasikan teknologi digital dan proses bisnis, dan berpotensi memfasilitasi peningkatan bisnis besar. Istilah transformasi mengacu pada perubahan mendasar dalam suatu organisasi yang berdampak besar pada strategi dan struktur organisasi serta distribusi kekuasaan. Oleh karena itu, perusahaan membutuhkan reorientasi dan proses perubahan dalam kaitannya dengan struktur internal dan model bisnis mereka, yang tidak diragukan lagi merupakan pembelajaran organisasi yang sulit. Transformasi digital adalah proses perubahan yang direncanakan dan dilaksanakan secara aktif. Itulah mengapa penting untuk

⁹ Destiya Wati, Suyud Arif, Abristadevi, Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Humaira Shop, *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, Volume 5, Nomor 1 (2022).Hlm. 143-145

memahami mekanisme digitalisasi dan membangun saling pengertian di dalam perusahaan.¹⁰

b. Pengertian Bisnis Digital

Dunia bisnis dari waktu ke waktu mengalami perkembangan sehubungan dengan perkembangan industri. Perkembangan tersebut merupakan dampak dari perkembangan ilmu pengetahuan teknologi. Perkembangan industri yang merubah pola dan susunan kehidupan manusia yang biasa disebut dengan revolusi industri ataupun revolusi keempat yang sering juga disebut dengan industri 4.0.¹¹

Maintenance 4.0 ialah bagian dari perusahaan industri, yang dimana suatu peningkatan model bisnis yang menyatukan perkembangan teknologi dengan kebutuhan layanan dan pemodelan bisnis, perubahan layanan operasional dan pemeliharaan, yang utama pemeliharaan dari produk teknis menjadi konsep penciptaan nilai dan penciptaan bisnis. Berkembangnya ekonomi global telah mengubah keseimbangan tradisional antara *customer* dan *supply* dengan signifikan teknologi komunikasi dan komputasi yang baru, membuat arah rezim perdagangan global menjadi terbuka, yang berarti *customer* lebih banyak pilihan, dengan kebutuhan *customer* beraneka ragam, menemukan ekspresi, alternatif-alternatif sebuah pasokan dengan transparan terhadap jenis-jenis bisnis yang bekerjasama dengan digitalisasi. Oleh

¹⁰Novianti Indah Putri dkk., “Kajian Empiris Pada Transformasi Bisnis Digital, Jurnal Administrasi Bisnis,” *Jurnal Administrasi Bisnis*, No. 1, Vol. 7 (2021), Hlm. 3.

¹¹ Suryana, *Bisnis Digital: Cara Mudah Bisnis Di Era Industri 4.0* (Jakarta: Salemba Empat, 2022), Hlm.3.

karenanya, bisnis sangat perlu dengan berpusat pada *customer*, terutama karena teknologi telah berkembang untuk memungkinkan penyediaan informasi dan solusi *customer* dengan biaya yang relatif rendah dan juga dengan hasil riset.¹²

Berkembangnya *mobile internet, cloud, internet of things, dan big data* membuat seluruh bisnis digital mengalami perkembangan yang sangat pesat, yang utamanya seperti di kota-kota besar dan kemudian kota sedang bahkan kecil yang mengakibatkan industri lain seperti jasa layanan, logistik, operator seluler, produsen perangkat dan yang lainnya ikut mengalami perkembangan, dari sisi teknologi indonesia dapat disebut tidak mengalami ketinggalan dikarenakan indonesia juga telah menghasilkan *3D printer* sendiri, walau itu masih dalam skala terbatas¹³. Jadi bisnis digital merupakan suatu perubahan cara kerja dari segi promosi dengan menggunakan alat elektronik seperti *gadget* yang melalui aplikasi-aplikasi canggih.

Pemasaran digital atau juga disebut dengan *digital marketing* adalah merupakan hasil dari perubahan penjualan yang menggunakan saluran media sosial untuk sebagian besar pemasaran. Cara menggunakan *digital marketing* ini yang pertama, persiapan alat yang dipergunakan untuk melakukan pemasaran (*website, akun media sosial, identitas brand dan produk, blog, jejak online feedback* dari pelanggan). Kedua, menyiapkan konten

¹²Suhairi, "Persepsi Model Bisnis Perkembangan Kolaborasi Masa Depan," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, No. 1, Vol. 9 (2022), Hlm. 312.

¹³Sri Adiningsih, *Transformasi Ekonomi Berbasis Digital Di Indonesia*, (Jakarta:PT Gramedia Pustaka Umum), Hlm.17

yang menarik perhatian oleh konsumen berupa foto, video ataupun itu tulisan. Ketiga, mulai melakukan pengunggahan dan setiap unggahan tersebut harus memiliki berupa yang menarik untuk dilihat oleh konsumen.¹⁴

c. Keuntungan Bisnis Digital

Arah bisnis digital semakin dipandang dikarenakan sudah banyak sekali keuntungan yang didapat sehingga bisa diarahkan bila dibandingkan dengan menjalankan bisnis secara tidak online (jual secara langsung), adapun kelebihan dari bisnis digital ini ialah:

- 1) Hanya dengan modal kecil bila dengan bisnis tidak secara langsung, karena jika dengan online hanya menggunakan *smartphone* dan berbagai *platform*, sedangkan bisnis secara langsung harus melakukan sewa toko dan sebagainya.
- 2) Keuntungan yang melimpah, karena tidak begitu banyak memakai pegawai.
- 3) Waktu tidak banyak terbuang sia-sia.
- 4) Jika bisnis sudah berjalan, maka sistem akan berjalan dengan sendirinya cukup melakukan pemantau dengan rutin.

Dibalik keuntungan yang didapat ketika berbisnis secara online, pastinya kekurangan pasti ada yaitu tentang penipuan seperti barang yang

¹⁴Ali Hardana, Ja'far Nasution, dan Arti Damisa, "Pelatihan Manajemen Usaha Dalam Meningkatkan Usaha UMKM Kuliner," *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, No.2, Vol. 1 (2022), Hlm. 18.

kurang bagus, tidak sesuai dengan keterangan yang ada. Dalam hal tersebut mengakibatkan pelanggan takut untuk membeli dengan secara online.¹⁵

d. Bisnis Dalam Pandangan Islam

Jual beli atau perdagangan menurut bahasa berarti *al-bai'*, *at-tijarah*, dan *al-mubadalah*. Inti dari jual beli dengan secara istilah adalah suatu perjanjian antara dua belah pihak atau pun itu lebih dalam transaksi dengan perpindahan kepemilikan dengan atas suatu barang yang memiliki nilai dan bisa menjadi dasar atas penentu harga dan kebijakan dalam mengambil keuntungan. Karena pentingnya tawar menawar yang merupakan salah pemenuhan hak pada saat transaksi terjadi, sebagaimana yang dijelaskan dalam hadits dari Abdullah bin Umar ra bahwa Rasulullah Saw bersabda:

Jika dua orang saling berjual beli, maka masing-masing diantara keduanya mempunyai hak pilih selagi keduanya belum berpisah, dan keduanya sama-sama mempunyai hak, atau salah seorang diantara keduanya memberi pilihan kepada orang yang lain.(HR. Bukhari)

Beliau juga bersabda, jika salah salah seorang diantara keduanya memberi pilihan kepada yang lain, lalu keduanya menetapkan jual beli atas dasar pilihan itu, maka jual beli menjadi wajib.¹⁶

Berikut juga hadits rasulullah saw yang menjelaskan tentang salah satu pintu rezeki itu adalah berdagang.

¹⁵Abdul Rohman dan Yeti Sri Maryati, “Pengaruh Pemahaman Dihubungkan Dengan Keberhasilan Bisnis Online Pada Mahasiswa Stebismu Sumedang,” *Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, Vol. 2, No. 2 (2021), Hlm. 312.

¹⁶ Dwi Suwikyo, *Kompilasi Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), Hlm.125-126

“Hendaklah kalian berdagang karena berdagang merupakan sembilan dari sepuluh pintu rezeki. Sebaik-baik pekerjaan adalah pekerjaan seorang pria dengan tangannya dan setiap jual beli yang mabrur.” (HR. Ahmad, Al-Bazzar, Ath-Thabrani dan selainnya, dari Ibnu 'Umar, Rafi' bin Khudaij, Abu Burdah bin Niyar dan selainnya).¹⁷

Adapun al-quran menjelaskan tentang jual beli yang terdapat pada surah Al-Baqarah 275.

1). Al-Baqarah 275

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ
فَأَنْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ
هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya: “Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya”¹⁸.

Dari ayat tersebut dapat disimpulkan bahwa bahwa allah telah menghalalkan jual beli asal proses tersebut tidak ada kecurangan yang terjadi, karena hal tersebut sangatlah bahaya bagi si pembuat kecurangan, ia akan kekal didalam neraka.

¹⁷ <https://sumbarprov.go.id/home/news/13014-benarkah-pintu-rezeki-hanya-10>

¹⁸ Bukhara, *Al-Qur'an Tajwid & Terjemah* (Jawa Barat: PT. SYGMA EXAMEDIA ARKANLEEMA, 2022).

e. Digital Marketing Dalam Pandangan Islam

Seperti transaksi jual beli lainnya, *e-commerce* adalah transaksi penjualan belanja cukup modern. *E-commerce* menggunakan teknologi dalam sebuah aksi apabila transaksi jual beli tersebut dilakukan secara langsung dan barang tersebut merupakan barang berwujud, ini tidak berlaku untuk *e-commerce*. Penjual dan pembeli dalam sistem *e-commerce* jangan bertemu langsung, bertemu di dunia maya dengan hal-hal yang akan terjadi pengganti biasanya terdaftar. Memang, kesepakatan seperti itu cukup menguntungkan bagi pembeli dan penjual. Pembeli bisa mendapatkan hal-hal yang diimpikannya hanya dengan satu *smartphone*, peristiwa dan kemudian hal-hal terampil di sisi penjual yang menguntungkan, penjual cukup membuka toko online dan menunggu pesanan dari pembeli, memproses produk dan menerima hasil penjualan dulu. Namun, dalam muamalah (hukum dagang islam), proses transaksi jual beli aturan umum dalam islam harus melibatkan pertemuan fisik antara penjual dan pembeli, barang yang diperdagangkan juga berwujud sedangkan perjanjiannya demikian tidak berlaku untuk *e-commerce*.

Dalam pemasaran online, transaksi melalui *e-commerce* bukan berarti tidak ada masalah bagi umat islam (mengingat 87% penduduk indonesia beragama islam, maka umat islam juga memiliki peluang yang baik untuk menggunakan *e-commerce*). Meskipun *e-commerce* telah menyebar ke seluruh dunia, banyak muslim yang masih menyebarkan tidak tahu cara mengelola

transaksi jual beli online dari sudut pandang hukum islam. Oleh karena itu, terapkan internet marketing ketika datang kee-commerce, pemasaran online perlu menyadari masalah utama yang muncul pemasaran islam harus menghadapi dunia saat ini, permasalahannya yaitu:

- 1) Permasalahan pada *Branding* atau merek.
- 2) Permasalahan pada produk halal.
- 3) Permasalahan pada legalitas.

Selain tiga masalah yang disebutkan di atas, perusahaan berurusan dengan pemasaran digital memiliki karakteristik berdasarkan hukum syariah, yang berarti pemasaran di dunia maya tidak meliputi kegiatan yang berkaitan dengan *maisir* (perjudian), pembuatan dan/atau penjualan produk yang dilarang, pemasaran yang mengandung unsur *gharar* (ketidakpastian) dan *digital marketing* tidak melibatkan *riba* (bunga).¹⁹

5. Modernisasi

a. Pengertian Modernisasi

Mengikuti perkembangan zaman yang serba cepat sebagai konsekuensi modernisasi, industrialisasi, kemajuan iptek, kemajuan iptek sangat berdampak kurang baik terhadap masyarakat. Beberapa orang dapat menyesuaikan diri untuk berbaur dengan perubahan tersebut, yang pada gilirannya menimbulkan ketegangan atau stres pada diri manusia itu sendiri.

¹⁹Suci Hartini, "Digital Marketing Dalam Perspektif Islam," *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, No. 1, Vol.5 (2022), Hlm. 5–6.

Banyak orang berpendapat bahwa industrialisasi tidak ada hubungannya dengan ilmu pengetahuan dan teknologi. Industrialisasi adalah proses penciptaan budaya industri modern. Selain bentuk aslinya dari kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, industrialisasi juga berubah dilihat dari kemajuan bidang pembangunan lainnya, ekonomi, termasuk agama dan kepercayaan masyarakat.

Pada hakikatnya setiap manusia menginginkan yang namanya perubahan dari keadaan tertentu kearah yang lebih baik dengan beberapa harapan yang ingin dicapai dalam kehidupan yang lebih maju dan makmur. Keinginan tentang adanya perubahan itu ialah awal dari suatu proses modernisasi.

Pengertian modernisasi memiliki arti yang sangat luas dan tidak dapat ditentukan secara mutlak. Ditandai dengan tanggapan dan penekanan modernisasi sesuai dengan keadaan dan kebutuhan yang dibutuhkan dalam perubahan itu.

Menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia susunan W.J.S Poerwadarminta, pengertian modern adalah cara – cara baru atau mutakhir. Modernisasi merupakan sebuah proses perubahan sosial dan budaya dengan seluruh aspek yang dari tradisional ke lebih modern. Pengertian ini memberikan gambaran bahwa hal-hal yang lama ditinggalkan dan berpindah

ke hal yang baru²⁰.Modernisasi memiliki banyak pengertian yang berasal dari pendapat para ahli, diantaranya adalah.

- 1) Koentjraningrat mengemukakan modernisasi menjadi upaya untuk hidup sesuai dengan kondisi dan zaman yang ada di dunia sekarang.
- 2) Ogburn dan Nimkoff berpendapat bahwa modernisasi ialah sebuah cara memfokuskan rakyat supaya bisa mengantisipasi diri ke masa yang akan datang dengan nyata dan bukan secara angan-angan semu saja.
- 3) Soekanto menyatakan bahwa Modernisasi merujuk pada metode yang sangat luas. Pada pendapat Soekanto ini, batasannya tidak dapat ditetapkan secara total pada waktu tertentu. Barangkali saja di sebuah daerah tertentu, modernisasi merujuk pada pemusnahan buta aksara, pada tempat yang berbeda metode tadi merujuk pada upayaupaya penyemburan rawa-rawa dengan DDT agar terjadinya pengurangan asal usul dari penyakit malaria, bisa juga diartikan dengan metode pembangunan pokok-pokok tenaga listrik.
- 4) Wilbert Moore mengungkapkan modernisasi ialah sebuah perubahan masyarakat pramodern secara keseluruhan atau tradisional ke jenis masyarakat organisasi sosial dan teknologi yang menyamai kemajuan pada dunia barat yang situasi politiknya stabil dan ekonominya makmur.

²⁰ Asnawati Matondang, Dampak Modernisasi Terhadap Kehidupan Sosial Masyarakat, *Jurnal penelitian dan Pengabdian Masyarakat UISU*, No.2, Vol.8, (2019),Hlm.1-2

b. Kedudukan Modernisasi Dalam Islam

Kedudukan modernisasi dalam islam harus kembali pada konsep alquran dan hadits nabi. Inti dari kata modernisasi adalah maju bukan mundur ke belakang, seperti perubahan pada manusia, dari tidak memiliki agama menjadi memiliki agama, yang tidak beribadah menjadi beribadah dan dari tidak mengetahui jadi mengetahui.

Umat islam merupakan yang menjadi dari bagian masyarakat dunia universal, menemukan kecenderungan untuk mencoba menyelesaikan masalah yang mereka hadapi dengan mempertimbangkan faktor penyebab masalah.

Umat islam membutuhkan yang namanya modernisasi tidak hanya untuk keuntungan praktis, karena islam sendiri mempunyai nilai kemodernan. Kemodernan yang ada pada sekarang ini ialah kerja keras, menghargai waktu, sikap menghargai keahlian dan kemampuan, pendidikan, demokrasi, dan sebagainya. Modernisasi islam menyaratkan adanya 3 hal utama antara lain:

- 1) Melestarikan inti bangunan asli, waktu dan fiturnya serta menunjukkan dan menonjolkan inti ajaran Islam yang murni.
- 2) Memperbaiki bagian yang hilang dan memperkuat bagian-bagian yang lemah.
- 3) Melakukan beberapa inovasi serta mengubah esensi dan karakter aslinya.

Al-Maududi berpendapat modernisasi atau pembaruan dalam islam adalah upaya untuk menghilangkan suatu kebodohan dari ajaran islam dan menghidupkan kembali ajaran islam yang murni. Modernisasi upaya untuk mewujudkan relevansi antara islam dan pemikiran abad modern dengan menelaah kembali ajaran islam dan menafsikannya dengan interpretasi baru, sehingga islam sebagai agama yang modern.

c. Sejarah Modernisasi Di Barat

Istilah modernisasi mungkin sekilas tergambar dalam pikiran adalah sesuatu yang berkaitan dengan teknologi yang ada di zaman sekarang ini, akan tetapi, menurut asal kata modern meliputi era sejak abad 18. Penemuan-penemuan seperti mesin *Fourdrinier* yang dipergunakan untuk membuat kertas dan mesin pemintal menjadi dasar pertama bagi teknik industrialisasi, sehingga dapat disimpulkan, orang yang mengembangkan sains, teknologi dan ekonomi kapitalis yang membawa perubahan sebagai ciri-ciri masyarakat yang modern.

Istilah modernisasi datang ditahun 1950-an di Amerika Serikat dan merupakan respon para kaum intelektual terhadap perang dingin bagi para penganut evolusi dianggap sebagai jalan optimis untuk perubahan.

Ketika selesainya perang dunia II, Amerika Serikat dan Uni Soviet timbul menjadi negara adidaya yang keduanya saling bersaing dan memulai perang dingin. Secara tidak langsung dalam persaingan senjata dan perkembangan angkasa, kedua negara ini saling bersaing untuk menjadi negara adidaya yang sesungguhnya. Kebijakan luar negeri Amerika Serikat

selama perang dingin dipusatkan pada untuk penghambatan komunisme, dan negara itu ikut serta membantudalam perang Korea dan Vietnam untuk mencapai tujuan ini.

Para tokoh Amerikat Serikat berpendapat, produk sejarah modernisasi ada tiga tahap penting dunia setelah perang dunia II berakhir, yaitu: Pertama pada 1950-an dan 1960-an, kedua pada 1970-an dan 1980-an dan ketiga yaitu pada 1990-an. Teori modernisasi ini muncul sebagai sejarah tiga peristiwa penting dunia setelah perang dunia II, yaitu datangnya Amerika Serikat dengan memperluas pengaruh politik keEropa Timut dan Asia, dan terlahirnya negara-negara baru merdeka di Asia (Afrika dan Amerika Latin), yang sebelumnya merupakan jajahan negara Eropa.

Berikut adalah ahli-ahli pikir (filsuf) modernisasi yang terkenal ialah:

1) Yang Mempunyai Perhatian Khusus Terhadap Alam Kodrat

a) Leonardo Da Vinci (1452-1519) Mengajarkan bahwa alam kodrat bisa dipahami jika melalui pengalaman kita, serta harus ditempuh perubahan-perubahan dengan ilmu alam dan ilmu pasti.

b) Nicolus Copernikus (1473-1543)

Mengajarkan bahwa teori heliosenthar yang menjadi pusat tata surya ialah planet matahari bukan planet bumi yang mana bukan matahari yang mengitari bumi melainkan bumilah yang mengitari matahari.

c) Giordano Bruno (1548-1600)

Mengajarkan bahwa alam semesta terdiri atas banyak dunia yang luasnya tidak terhingga, yang menyatakan sebagai satu kesatuan.

Dalam alam semesta, manusia disebut sebagai sebuah bagian, dalam mana baik alam semesta atau Tuhan itu tercermin di dalamnya

2) Yang Mempunyai Perhatian Terhadap Kehidupan Masyarakat

a) Nicollo Machiavelli (1469-1527)

Dalam bukunya yang berjudul *Il Principe* atau Buku Pelajaran untuk Raja mengajarkan bahwa dalam mendominasi negara penguasa harus mengabaikan ajaran kesusilaan dan sikap hidup Kristen karena dengan ajaran kesusilaan dan agama dapat menghambat praktik kenegaraan maka harus dibuang sama sekali. Tata tertib, keamanan dan ketenteraman ialah tujuan-tujuan negara yang ditargetkan. Hal ini hanya dapat direalisasikan oleh pemerintahan seorang raja yang tak mau dihalangi oleh sesuatu pun untuk mencapainya. Bahkan andaikan negara akan dirugikan maka raja tidak perlu menepati janjinya.

b) Thomas Morus (1478-1535)

Mengajarkan yang bersifat fiksi politik, memberikan refleksi akan adanya suatu negara, antah berantah, yang rakyatnya dapat menikmati kebebasan agama, serta kehidupan yang sejahtera dan serba damai.

c) Jean Bodin (1530-1596)

Mengajarkan bahwa filsafat negara harus bercermin pada sejarah kehidupan lembaga politik yang dahulu. Negara tidak seharusnya berpihak pada suatu agama tertentu dan negara harus bersifat adil, dalam arti bahwa setiap rakyat harus mempunyai hak-hak dan kewajiban bersama.

- 3) Yang Mempunyai Perhatian Terhadap Masalah Kefilsafatan Pada masa Renaissance, pemikiran filsuf dianggap sebagai mata rantai yang menghubungkan Abad Tengah dan masa modern adalah Nicolaus Cusanus (1401-1464). Pemikiran Nicolaus dianggap sebagai pengikat antar dua masa, karena pemikirannya sudah mendahului abad tengah. Bahkan keaktifannya dalam ilmu pengetahuan eksperimental sudah mencerminkan diri kepada ilmu pengetahuan modern yang akan datang. Karya terpenting Nicolaus bidang filsafat adalah "*De Docta Ignorantia*" (1440) atau "Kesadaran akan Ketidaktahuan". Karyanya ini membedakan adanya tiga macam pengenalan. Pertama, pengenalan yang dicapai melalui pancaindra. Pengenalan ini sifatnya kurang sempurna. Kedua, pengenalan yang dicapai melalui rasio. Pengenalan ini membentuk konsep-konsep dari dasar pengenalan indrawi dan aktivitas yang dikuasai oleh prinsip nonkontradiksi. Namun, pengenalan rasional tidak melebihi angan saja. Ketiga, pengenalan yang dicapai melalui intuisi. Dengan intuisi manusia akan mencapai yang tak terbatas, objek tertinggi filsafat, di mana tidak ada hal-hal yang berlawanan (karena semuanya sudah dipersatukan). Allah adalah objek sentral bagi intuisi manusia. Bagi Allah semua hal yang berlawanan mencapai kesatuan. Allah melampaui semua perlawanan yang dijumpai pada taraf keberadaan-keberadaan berhingga (terbatas). Semua makhluk berhingga atau yang terbatas berasal dari Allah Sang Penterbat kemuadianakan nanti kembali kepada-Nya. Dapat

disimpulkan, pengetahuan tertinggi menurut Nicolaus adalah mengakui bahwa kita tidak mengetahui apa-apa²¹.

6. Jasa Pengiriman

a. Pengertian

Jasa pengiriman sudah ada sejak zaman dahulu, sejak zaman dahulu, orang menggunakan berbagai hewan untuk transportasi dalam pengiriman barang termasuk unta terlatih, kuda dan burung untuk mengantarkan surat-surat para bangsawan tua. Bersama seiring dengan perkembangan teknologi saat ini alat angkut yang digunakan untuk mengantarkan barang telah digunakan peralihan dari tenaga hewan ke tenaga mesin (sepeda motor, mobil, kereta api, kapal, dan pesawat). Dengan kecanggihan teknologi tersebut namun, pengiriman barang dijamin cepat tidak menutup kemungkinan adanya kendala bencana alam atau kelalaian ekspedisi kerusakan dan kehilangan barang yang dikirimkan²².

Saat ini proses pengiriman barang sangat sering dan dibutuhkan oleh masyarakat, serta proses pengirimannya pun cepat. Jika sebelumnya masyarakat melakukan transaksi jual beli secara langsung disebut (konvensional). Di zaman yang semakin maju ini, kebutuhan masyarakat semakin berkembang, dalam aktivitas sehari-hari biasanya dilakukan secara online. Masyarakat saat ini

²¹ Mahbubah Hasanah, Ainun Thayyibah, Muhammad Fadhil Khairi, Hakikat Modern, Modernitas Dan Modernisasi Serta Sejarah Modernisasi Di Dunia Barat, *Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya*, No 2, Vol.1, (2023), Hlm.311-317

²²R. Zainul Mushthofa dan Siti Aminah, "Analisis Hukum Islam Terhadap Jasa Pengiriman Barang/Surat Di PT Pos Indonesia Dalam Implementasi Akad Wakalah Bil Ujrah," *Jurnal Ummul Qura*, No.1, Vol. 13 (2019), Hlm.66.

banyak memanfaatkan secara online atau transaksi jual beli online untuk memenuhi kebutuhannya. Banyaknya dokumen dan penjualan online mengakibatkan frekuensi pengiriman barang yang cepat menggunakan jasa pengiriman yang disediakan perusahaan.

Hal ini akan mendorong pertumbuhan pasar jasa pengiriman barang. Artinya, persaingan antara penyedia jasa pengiriman dalam negeri dan luar negeri semakin ketat. Untuk membuat konsumen lebih memilih layanan pengiriman layanan yang andal, baik, penawaran dan harga murah, untuk memudahkan konsumen berbagi barang jarak jauh, tetapi mudah untuk berbagi strategi yang tepat untuk mendapatkan keuntungan dan bersaing dengan perusahaan lain. jasa adalah bentuk bisnis yang memainkan peran sentral dalam ekonomi global, pelayanan yang baik juga mempengaruhi pilihan layanan pengiriman, kualitas layanan juga terkait dengan pangsa pasar, reputasi bisnis dan harga. Kualitas layanan dapat meningkatkan penjualan dan mempertahankan pelanggan, yang memengaruhi lini bawah bisnis. Untuk memasarkan produk, perusahaan harus menyebarluaskan informasi dan rencana tentang keberadaan produk, karakteristik produk, ketersediaan dan kondisi produk, serta manfaat penggunaan produk. Dan strategi periklanan digunakan untuk memperkenalkan produk.

Perusahaan jasa pengiriman adalah perusahaan yang terlibat dalam pengiriman barang ke konsumen. Jika melihat kondisi bisnis pengiriman saat ini sangat besar karena melihat kebutuhan konsumen semakin hari semakin

meningkat, namun dalam situasi pandemi ini, dimana setiap orang dibatasi untuk berada di luar rumah, permintaan semakin meningkat. Untuk kebutuhan rumah atau toko online, ada baiknya mengirimkan barang yang kita butuhkan melalui pengiriman²³.

b. Karakteristik Jasa

Menurut Czinkota dan Ronkainen dalam Bernard. T Widjaja, Karakteristik jasa dalam pemasaran jasa (*service*) terdapat faktor karakteristik unik jasa yang berbeda dari pemasaran produk (*goods*). Keunikan karakteristik jasa dibandingkan produk terletak pada 4 sifat antara lain:

- 1). *Intangibility* merupakan sifat jasa yang tidak berwujud dan diterima konsumen sebagai performance yang hanya dapat dirasakan.
- 2.) *Inseparability* mencerminkan tidak terpisahnya antara provider dan konsumennya, keterlibatan konsumen dalam proses delivery jasa dalam *production process*.
- 3) *Variability* menunjukkan bahwa performance jasa sangat sulit untuk dikontrol dan sangat bersifat relatif baik dari output provider maupun persepsi penerimaan konsumen.

²³Kurnia Firmanda Jayanti, Feti Fatimah, dan Ahmad Izudin, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman Barang JNE Di Besuki," *Jurnal Ekonomi*, No.1, Vol. 18 (2022), Hlm.182–183.

4) *Perishability* merupakan salah satu keterbatasan jasa, mengingat proses dan penggunaan dilakukan dalam waktu bersamaan dan tidak memungkinkan dilakukan penyimpanan²⁴.

7. Transportasi

Menjadi bangsa yang besar dan makmur adalah cita-cita setiap negara bahkan ingin menjadi negara berkembang untuk menjadi negara maju. Namun ada satu poin harus atau wajib dicapaitujuan tersebut, yaitu kemampuan menggunakan tanah yang subur dan produktif, setiap masyarakat atau sumber daya manusia yang minim keterampilan atau kemampuan yang disempurnakan baik aspek yang berkembang maupun yang sederhana, agar roda perekonomian tidak begitu terhambat berkembang dan maju.

Transportasi adalah satu hal dasar yang harus diperhatikan lebih lanjut tentang partisipasi pergerakan manusia sehari-hari. Karena itu perlu dilakukan upaya maksimal agar mengandung unsur-unsur yang tidak merugikan konsumen. Juga transportasi mempengaruhi tindakan tertentu misalnya perekonomian, jasa pengiriman.

Transportasi atau jasa angkutan orang dan barang Sarana dan prasarana yang menyediakan sebagai berikut dampak nyata terhadap perekonomian, karena bisa digunakan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi semakin cepat stabil dan baik. Peran transportasi dalam kehidupan manusia dianalogikan dengan urat nadi. Urat nadi berfungsi mengalirkan darah ke seluruh tubuh agar

²⁴ Ali Khamainy, Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Persepsi Kualitas STBA JIA Bekasi, *Jurnal Tadbir Peradaban*, No.1, Vol.2, (2022), Hlm.49-50.

tetap sehat. Kesehatan manusia memenuhi berbagai syarat, yaitu aspek fisik, psikologis dan biologis. Demikian juga dengan transportasi manfaat di beberapa bidang, antara lain dalam bidang ekonomi, sosial dan politik.

Sedangkan transportasi online adalah salah satunya jasa di bidang transportasi yang menjadikan media online sebagai alat koneksi antara konsumen dan pedagang untuk memesan/membayar produk atau melayani. Transportasi darat, laut dan udara merupakan tiga kategori transportasi. Transportasi darat menjadi pilihan utama dalam memenuhi kebutuhan masyarakat dan bahkan ketergantungan masyarakat termasuk dalam kategori kebutuhan primer dikarenakan transportasi darat dapat mempersingkat waktu perjalanan.

Transportasi atau jasa angkutan orang dan barang merupakan sarana dan prasarana yang menyediakan implikasi dampak nyata terhadap perekonomian, karena bisa digunakan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi semakin cepat stabil dan baik pengembangan wilayah dan masyarakat bergantung pada pembangunan transportasi atau sebaliknya.²⁵

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Tabel Peneliti Terdahulu

No	Peneliti Terdahulu	Judul	Hasil
1	Rio Laksamana, Jonathan Giovanni (Universitas Muhammadiyah Pontianak, 2019) (Jurnal)	Persepsi Usaha Mikro Kecil Dan Memengah (Umk) Terhadap Transportasi Online Di Wilayah Kalimantan	Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa persepsi UMKM terhadap transportasi online sangat positif, bermanfaat dan membantu pengusaha UMKM. Dengan kendala yang dihadapi adanya kecurangan dan pelayanan

²⁵Ihsan Helmi Lubis, "Ojek Online Dalam Bingkai Hukum Nasional Dan Syariat Islam," *Jurnal Hukum Ekonomi*, No. 1, Vol. 8 (2022), Hlm. 118–120.

		Barat	yang tidak memuaskan yang dilakukan oknum pengemudi, serta sebagian konsumen masih merasa tingginya harga yang ditawarkan oleh transportasi online.
2	Dina Agnesia Sihombing, Firli Aulia Juliasarai (Universitas Pelita Harahapan, Indonesia, 2022) (Jurnal)	Analisis Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Pembelian Konsumen Gofood Di Kalangan Mahasiswa Ibm asmi	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian ulang baik secara parsial maupun simultan.
3	Resa Nur Fadil, Annisa Eka Puspita, Siti Nurjannah, (Universitas Siliwangi, 2022) (Jurnal)	Persepsi Mahasiswa Universitas Siliwangi Angkatan Tahun 2019 Pada Penggunaan Online Food Selama Pandemi Covid-19	Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai persepsi mahasiswa Universitas Siliwangi Angkatan tahun 2019 terhadap online food selama masa pandemi covid-19 dapat disimpulkan bahwa aplikasi yang digunakan oleh mahasiswa untuk memesan online food yaitu GoFood sebanyak 66%, ShopeeFood 20%, dan GrabFood 14%. Kemudian dalam persepsi manfaat 92% mahasiswa menyatakan menggunakan online food bermanfaat dan efektif dimasa pandemi, persepsi kemudahan menunjukkan bahwa 98% online food mudah digunakan, dan persepsi risiko menunjukkan 60% pendapat bahwa risiko menggunakan online food tinggi.
4	M.Soleh Mauludin, Dewi Ratnawati, Ninik Arianti, Melina Dwi Prayastara, Vivi Adelia Novinawati (Iain Kediri, Indonesia, 2022) (Jurnal)	Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Penggunaan Jasa Gojek	Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa bahwa persepsi atau proses yang menyebabkan seorang konsumen menggunakan jasa Gojek tergantung dari rangsangan yang diterima oleh konsumen tersebut. Setiap konsumen mempunyai dorongan dan alasan yang berbeda untuk menggunakan jasa Gojek. Rangsangan yang terbesar yang menyebabkan munculnya persepsi konsumen adalah Gojek menawarkan promo yang menarik, dimana prosentase yang memilihnya sebesar 43 %

5	Iil Waludi, Udin Saripudin, Intan Nurrachmi (Jurnal)	Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Sewa Menyewa Akun Driver Gojek Kota Bandung	Hasil dari penelitian ini berdasarkan praktik sewa menyewa yang dilakukan oleh kedua belah pihak antara pemilik dan penyewa ada negosiasi didalamnya yang secara otomatis terjadinya kesepakatan antara kedua belah pihak dari pemilik dan penyewa, lalu dilihat dari akad ijarah dan tinjauan etika bisnis Islam menjelaskan bahwa sewa menyewa akun gojek ini sesuai dengan akad ijarah kemudian dari objek nya berupa akun gojek yang mendatangkan manfaat bagi kedua belah pihak yang ber akad. akan tetapi tidak sesuai dengan prinsip prinsip etika bisnis Islam karena mengandung unsur gharar, sehingga ditinjau dari etika bisnis Islam sewa menyewa akun gojek ini tidak boleh.
---	--	--	---

Persamaan dan perbedaan penelitian ini dan penelitian terdahulu:

1. Persamaan penelitian ini dengan jurnal Rio Laksamana, Jonathan Giovanni adalah sama-sama mengetahui persepsi para pelakuusaha tentang bisnis digital yang berfokus pada transportasi online, dan perbedaannya dengan penelitian ini ialah pada judulnya yang dimana penelitian terdahulu menggunakan kalimat transportasi online sedangkan penelitian ini pemanfaatan bisnis digital yang fokusnya pada gojek dan adope.
2. Persamaan penelitian ini dengan Dina Agnesia Sihombing, Firli Aulia Juliasarai adalah sama fokus pada persepsi, dan adapun perbedaannya dengan penelitian ini dengan penelitian terdahulu ialah terdapat pada subjeknya yaitu penelitian ini subjeknya ialah para pelakuusaha, sedangkan penelitian terdahulu subjek penelitiannya ialah mahasiswa IBM.
3. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu Resa Nur Fadil, Annisa Eka Puspita, Siti Nurjannah adalah sama-sama berfokus pada

persepsi, dan adapun perbedaannya dengan penelitian ini dan penelitian terdahulu ialah terdapat pada subjeknya yaitu penelitian ini subjeknya adalah pelakuusaha sedangkan penelitian terdahulu adalah mahasiswa universitas siliwangi angkatan 2019.

4. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu M.Soleh Mauludin, Dewi Ratnawati, Ninik Arianti, Melina Dwi Prayastara, Vivi Adelia Novinawati adalah sama-sama berfokus pada persepsi dan objek yang sama yaitu ojek online, sedangkan perbedaannya adalah terdapat pada subjeknya yaitu penelitian ini subjeknya adalah pelakuusaha sedangkan penelitian terdahulu adalah para konsumen.
5. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu Iil Waludi, Udin Saripudin, Intan Nurrachmi adalah memiliki objek yang sama yaitu Gojek, sedangkan perbedaannya adalah pada fokus penelitian, yaitu penelitian ini lebih memfokuskan pada persepsi sedangkan penelitian terdahulu lebih memfokuskan pada etika bisnis islam.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, yang menjadi lokasi penelitian saya adalah di Kota Padangsidempuan, dikarenakan di Kota Padangsidempuan rata-rata mata pencaharian masyarakat adalah berdagang.

2. Waktu penelitian

Penelitian ini dilakukan dari tanggal sampai dengan tanggal 8 Juni 2022 sampai dengan 17 Juni 2023.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan ialah menggunakan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif, penelitian deskriptif ialah merupakan bentuk penelitian yang mendeskripsikan suatu fenomena mau itu yang alamiah bahkan ciptaan manusia itu sendiri¹. Penelitian Kualitatif adalah teknik penelitian yang menghasilkan data deskriptif dalam bentuk kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat dikenali². Menggambarkan data dan informasi yang berlandaskan fakta-fakta yang diperoleh langsung dari lapangan dan bersumber dari seorang informan/responden, Penelitian kualitatif ini lebih bersifat menjaga kebenaran dan kesesuaian informasi. Penekanan dalam

¹Endang Widi Wiwarni, *Teori dan Praktek Peneltian Kuantitatif, Kualitatif, PTK, R&D* (Jakarta:Bumi Aksara, 2018),Hlm.192

² Nur Hidayah, Implementasi Kewirausahaan Di Pondok Pesantren Modern Nurussalam Sidogede Belitang, *Jurnal MPI Idaaratul 'Ulum*, No.2,Vol.4, (2022), Hlm. 150

kualitatif fokusnya adalah pada validitas data, yaitu kesesuaian antara apa yang dicatat informasi dan apa yang sebenarnya terjadi di latar belakang yang diteliti. Penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena yang dialami topik penelitian seperti perilaku, Persepsi, motivasi, tindakan, dll. secara holistik, dan melalui deskripsi dalam istilah kata dan bahasa dalam konteks tertentu khusus alamiah dan dengan memanfaatkan metode yang alamiah, yang mengenai persepsi pelaku usaha tentang kegagalan bisnis digital di Kota Padangsidimpuan. Tujuan utama penelitian kualitatif adalah untuk memahami (menangkap) fenomena atau lebih menekankan pada fenomena sosial gambaran yang sempurna dari fenomena tersebut memeriksa daripada dipecah menjadi variabel terkait. Jadi pendekatan apapun yang digunakan dalam penelitian kualitatif peneliti harus mampu memperhatikan dan memahaminya untuk mengungkapkannya dan meneliti subjek penelitian secara lebih detail dan mencocokkan sehingganya hasilnya sesuai dengan tujuannya. Peran peneliti dalam definisi Pendekatannya harus disesuaikan dengan keadaan dilapangan disisi lain, peneliti harus memperhatikan pendekatan hal yang ideal dan pasti, teknik juga bersifat tetap, teknik juga bersifat situasional/fleksibel dan perubahan tetap mungkin jika hanya itu informasi yang dibuat oleh peneliti tidak sesuai atau belum valid. Ibarat menangkap ikan ukuran pengait sudah ada ditentukan sejak awal menurut jenis/ukuran ikan apa yang bisa didapatkan atau ikan yang ada diperairan tersebut, tetapi umpan yang dapat diganti/ditukar (mata pancing adalah pendekatan, umpan adalah tekniknya wawancara dsb)³.

³ Miza Nina Adlini dkk, Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka, *Jurnal*

C. Unit Analisis/ Subjek Penelitian

Unit analisis/subjek penelitian merupakan bagian tertentu pada penelitian yang digunakan sebagai subjek penelitian. Unit analisis dalam penelitian ini ialah Pelakuusaha di Kota Padangsidempuan berjumlah 10 orang pelakuusaha selaku informan dalam penelitian ini.

Penentu Subjek Penelitian adalah dengan teknik *purposive sampling* yaitu dengan pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu⁴. *Purposive sampling* merupakan metode pengambilan sampel *non-random sampling*. Peneliti memastikan untuk memberikan gambaran dengan sumbernya. Sebuah metode untuk menentukan identitas khusus yang sesuai tujuan penyelidikan sehingga orang dapat berharap demikian menanggapi kasus penelitian. Misalnya, Anda ingin mencoba penelitian tentang sumber kualitas makanan. Bila melaksanakan riset tentang politik hingga jadi ilustrasi merupakan orang yang pakar dalam dunia politik. Ilustrasi ini lebih cocok untuk penelitian kualitatif atau penelitian yang tidak melaksanakan generalisasi. Berdasarkan uraian yang dimaksud sampling ada 2 hal sangat berguna bila menggunakan metode sampling, ialah sampel non-random serta menentukan karakteristik yang sesuai dari hasil penelitian dilakukan oleh peneliti sendiri⁵.

Adapun yang menjadi pertimbangan peneliti dalam menetapkan subjek penelitian adalah sebagai berikut:

Pendidikan, No.1, Vol.6,(2022),Hlm.975-977

⁴ Andreas Dewantoro, Pengaruh Optimisme Terhadap Kemampuan Identifikasi Peluang Mahasiswa Strata Satu Pada Perguruan Tinggi Di Surabaya, *Jurnal AGORA*, No.1,Vol.7, (2019), Hlm.2

⁵ Ika Lenaini, Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowball Sampling, *Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, No. 1, Vol.6, (2021),Hlm. 34

1. Jumlah subjek penelitian berjumlah 10 Orang.
2. Para pelakuusaha yang berlokasi di Kota Padangsidempuan.
3. PelakuUsaha yang berumur 23-60

D. Sumber Data

Penelitian membutuhkan beberapa sumber agar hasil penelitian tersebut terbukti dengan tepat. Adapun sumber yang digunakan yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Sumber data primer

Sumber data primer merupakan sumber yang dikumpulkan, diolah dan diolah yang diambil dari sumber terdahulu. Data primer merupakan data asli yang secara langsung diambil dari lapangan ataupun dari informan yang melalui pengamatan langsung. Dikatakan data primer adalah sumber data yang memberikan informasi secara langsung, pengumpul informasi data primer diperoleh melalui teknik pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi langsung. Sumber data primer dari penelitian ini ialah pelakuusaha di Kota Padangsidempuan.

2. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber yang diambil dari berbagai kajian pustaka, seperti refrensi buku, jurnal, majalah, skripsi dan sebagainya. Dikatakan sumber informasi sekunder sumber yang tidak memberikan data secara langsung kepada pengumpul data, misalnya dari orang atau dokumen lain.

E. Teknik Pengumpulan Data

Data-data dikumpulkan dari data primer berupa hasil observasi, wawancara dengan informan, dokumentasi lapangan.⁶

1. Observasi

Observasi merupakan suatu cara dalam bentuk pengamatan langsung yang secara sistematis terhadap suatu interaksi atau keadaan yang sedang terjadi. Observasi dianggap merupakan metode pengumpulan data paling akurat, contohnya, penelitian tentang pengaruh dari suatu kelompok, penelitian tentang sifat dan manfaat individu pekerja disebuah pekerjaan. Metode ini bahkan digunakan ketika informasi yang akurat tidak bisa di peroleh dengan bertanya, dikarenakan responden tidak ingin bekerjasama atau tidak mengetahui apa jawaban dari semua pertanyaan yang dipaparkan.

Metode ini dapat diaplikasikan kalau memang tidak memerlukan wawancara terhadap obyek penelitian untuk mendapatkan sebuah data. Contohnya dalam penelitian tentang jenis dan banyak kendaraan melintas di persimpangan jalan, maka tidak perlu dilakukan wawancara, seorang peneliti hanya melakukan sebuah observasi pada waktu tertentu dan menulis beberapa jenis dan jumlah kendaraan yang melewati persimpangan jalan⁷.

⁶Ali Hardana, "Model Pengembangan Kewirausahaan Di Perguruan Tinggi," *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Keislaman*, No. 2, Vol. 6 (2018),Hlm. 39.

⁷Abuzar Asra, *Metode Penelitian Survei*,(Bogor: In Media, 2019),Hlm.105.

Observasi merupakan suatu pengamatan kegiatan rutinitas masyarakat dengan menggunakan mata sebagai alat perekam utamanya dan didukung dengan telinga, mulut, dan kulit dalam melaksanakannya.

2. Wawancara

Wawancara merupakan langkah-langkah dalam memperoleh data dengan secara langsung berbicara dengan informan baik itu secara individu dengan individu maupun itu individu dengan kelompok. Tujuan dari wawancara adalah untuk mendapatkan informasi secara langsung dari informan tentang apa yang ingin Anda selidiki dan pecahkan.⁸ Pada dasarnya wawancara terbagi menjadi 2 yaitu:

a) Wawancara terstruktur

Wawancara sering juga dikatakan wawancara yang baku, terarah, terpimpin, yang didalamnya tersebut tersusun pertanyaan yang sudah ditentukan.

b) Wawancara Tidak Terstruktur

Jenis wawancara ini dapat disebut juga dengan wawancara yang mendalam dan terbuka.⁹

Wawancara terstruktur digunakan sebagai metode wawancara Ini berarti bahwa semua pertanyaan disusun dengan hati-hati dan dipersiapkan

⁸Siti Aminah dkk., "Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Padangsidempuan," *Jurnal Ekonomi Syariah*, No .1, Vol. 1 (2022),Hlm. 55.

⁹Nyoman Kutha Ratna, *Metodologi Penelitian Kajian Budaya Dan Ilmu Sosial Humaniora Pada Umumnya* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016),Hlm.222-230

dengan tertulis (*Interview guide*). Peneliti menggunakan daftar pertanyaan tersebut untuk melakukan wawancara agar pembahasan terfokus¹⁰.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan jenis metode pengumpulan data dari hasil observasi dan wawancara, sehingga data lebih teruji dan dapat dipercaya.

F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Analisis data merupakan suatu pencarian berupa pola pola. Analisis data kualitatif merupakan pengujian yang secara teratur dari satu hal untuk menetapkan bagian-bagiannya, hubungan antarkajian, dan hubungan keseluruhan yang dalam artian semua analisis data kualitatif akan melingkup penelusuran data. Teknik pengumpulan data dan analisis data pada dasarnya tidak mudah dipisahkan. Kedua hal tersebut berjalan secara serentak.

Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah:

1. Reduksi Data

Mereduksi data merupakan kegiatan merangkum, memilah hal pokok, dan lebih fokus pada hal yang penting dan mencari tema dan pokoknya.

2. Paparan Data

Pemaparan Data yaitu kumpulan informasi yang tersusun, dan memberi pada kemungkinan adanya dalam penarikan kesimpulan dan mengambil tindakan.

¹⁰ Nur Hidayah, Implementasi Kewirausahaan Di Pondok Pesantren Modern Nurussalam Sidogede Belitang, *Jurnal MPI Idaaratul 'Ulum*, No.2, Vol.4, (2022), Hlm. 152

3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Penarikan kesimpulan merupakan hasil dari penelitian untuk menjawab suatu fokus pada penelitian tersebut.

G. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Penelitian kualitatif harus berusaha mendapatkan data yang valid, agar penelitian tersebut dapat dikatakan penelitian yang valid (tidak cacat). Triangulasi ini dibagi menjadi tujuh bagian yaitu triangulasi waktu, triangulasi hasil, triangulasi solusi, triangulasi sumber, dan triangulasi peneliti.

1. Model Triangulasi

a. Triangulasi waktu

Tujuan dari triangulasi waktu untuk mendapatkan informasi yang lebih valid dan stabil atau terus menerus dari jawaban narasumber. Triangulasi waktu dapat dilakukan situasi pada pagi, siang dan sore hari.

b. Triangulasi hasil

Triangulasi hasil merupakan proses konfirmasi, maksudnya yaitu agar temuan tidak dianggap bias. Peneliti harus melakukan triangulasi temuan atau yang sering disebut triangulasi konfirmasi, yaitu dengan melaporkan temuan penelitian kepada informan yang diwawancarai.

c. Triangulasi solusi

Peneliti tidak hanya mencari informasi kemudian masalah ditemukan dan dianalisis, dan analisis dicatat dalam laporan penelitian. Tetapi, masalah yang ditemukan ditindaklanjuti dengan memberikan solusi alternatif. Sebelum membuat solusi peneliti membuat diskusi dengan subyek.

d. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara memeriksa data yang didapatkan dari sumber¹¹. Triangulasi sumber merupakan model untuk mencari ataupun menggali tentang benarnya sumber tersebut dengan melalui berbagai sumber dalam mendapatkan data.

e. Triangulasi Peneliti

Triangulasi Peneliti merupakan metode yang menggunakan lebih dari satu peneliti dalam melakukan observasi ataupun itu wawancara. Karena setiap peneliti mempunyai gaya, sikap dan persepsi yang berbeda-beda.¹²

Teknik pengecekan dan keabsahan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber, dimana data yang sudah terkumpul dari beberapa informan tersebut, kemudian ditelaah oleh peneliti untuk mendapatkan hasil ataupun kesimpulan dari penelitian.

¹¹Sugiyanto, "Dampak Triangulasi Hasil Terhadap Keberlanjutan Organisasi Dalam Penelitian Kualitatif Studi Kasus Di Lks Hamba DIY," *Jurnal Binawakya*, No. 8, Vol.16 (2022), Hlm. 7225–7227.

¹²Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2015), Hlm.210-220.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Gojek dan Adopejek

1. Sejarah Berdirinya Gojek Di Indonesia

Pada tahun 2011, Nadiem Makarim resmi mendirikan perusahaan gojek yang kemudian menjabat sebagai salah satu CEO atau pendiri Gojek. Pertama berdirinya perusahaan Gojek, Nadiem hanya mempunyai 20 driver ojek saja. Sementara sistem yang disediakan masih berupa telepon *call center*. Pelanggan yang ingin menggunakan jasa ojek harus menghubungi langsung *call center* yang disediakan. Saat itu, jumlah pegawainya masih terbatas, dan *drivernya* juga sedikit. Namun keyakinan pendiri Gojek terhadap perusahaannya sangat besar. Hal ini pada akhirnya membuat Gojek dapat bertahan hingga berkembang sangat pesat dalam beberapa tahun ke depan. Aplikasi Gojek pertama kali diperkenalkan kepada masyarakat umum di Indonesia pada tahun 2010, tepatnya di wilayah DKI Jakarta. Hingga saat ini, pengguna telah mengunduh dan menggunakan aplikasi Gojek Indonesia lebih dari 50 juta kali. Aplikasi Gojek juga sudah menggarap bidang transportasi online di beberapa kota di Indonesia. Bahkan, Gojek juga sudah merambah ke negara-negara Asia Tenggara seperti Singapura, Vietnam, dan Thailand. Di negara-negara tersebut, aplikasi Gojek Indonesia juga berhasil bersaing dengan layanan transportasi yang sudah berkembang sebelumnya seperti Grab dan Uber¹. Di

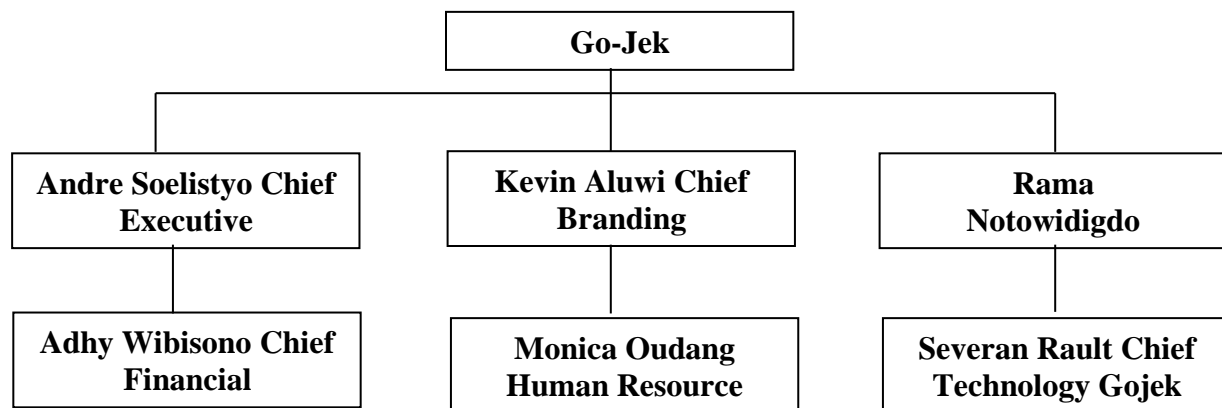
¹<https://www.gramedia.com/literasi/pendiri-gojek/> diakses pada tanggal 10 April 2023 pukul 21.40 Wib

Indonesia, Gojek harus bersaing dengan Grab dan Uber, baik dari segi layanan dan jumlah driver yang ditawarkan. Gojek beralih ke model bisnis layanan penerapan model bisnis angkutan ojek. Restrukturisasi diberikan kepada perusahaan oleh Gojek keuntungan jangka panjang atas pesaing.²

a. Struktur Organisasi Pusat

Organisasi pusat terdiri dari kelompok yang bertanggungjawab tentang manajemen umum Gojek. Tugas dan fungsinya ialah menentukan kebijakan operasional dan memberikan intruksi organisasi dalam berinteraksi lebih luas dengan lingkungannya besar maupun kecil. Dapat dilihat gambar struktur organisasi perusahaan Gojek dibawah ini.

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Pusat Perusahaan Go-Jek



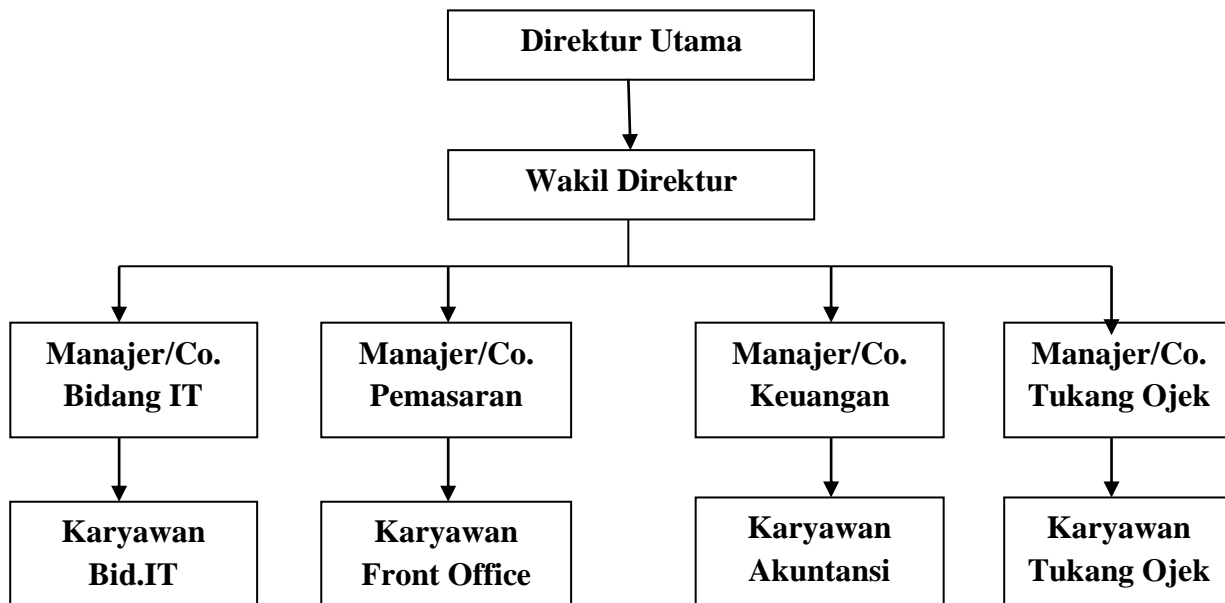
Sumber: Skripsi IAIN Padangsidempuan Ananda Putra IA Siregar

²Achmad Fauzi dkk., “Transformasi Gojek untuk Keunggulan Kompetitif Dalam Perkembangan Ekonomi (Literature Review Metodologi Riset Bisnis),” *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, No.3, Vol. 1 (2022), Hlm. 706.

b. Struktur Organisasi Regional

Organisasi regional memiliki lebih dari satu tingkatan, didalam organisasi memandu dan mengarahkan kegiatan manager lain, dan juga mengarahkan kegiatan-kegiatan yang mengimplementasikan kebijakan organisasi. Organisasi regional juga bertanggungjawab atas pekerjaan orang lain, seperti karyawan akuntansi dan tukang Gojek. Dapat dilihat gambar struktur organisasi perusahaan Go-Jek dibawah ini.

Gambar 4.2
Struktur Organisasi Regional Perusahaan Go-Jek



Sumber:Skripsi IAIN Padangsidimpuan Ananda Putra IA Siregar

2. Gojek Kota Padangsidimpuan

Pada tahun 2018 April Gojek hadir di Kota Padangsidimpuan dengan menyediakan solusi bagi kebutuhan sehari-hari masyarakat Kota Padangsidimpuan, Gojek yang dulunya beralamatkan di Jl. Sudirman, Losung Batu No 7 dan 8 Kota Padangsidimpuan, dengan adanya layanan transportasi

Go-Ridedan layanan antar makanan, dan berbagai layanan *On-Demand* lainnya, Jhonson Karo Karo adalah merupakan ketua dari komunitas dari Gojek Kota Salak (GO-KOLAK).

Menurut AR.Mornif Hutabarat hadirnya gojek di Kota Padangsidempuan sangat berdampak baik bagi masyarakat Padangsidempuan sendiri karena akan mempermudah layanan transportasi bagi warga³. Akan tetapi, sejak pertengahan agustus 2020 aplikasi tersebut resmi tutup diakibatkan beberapa kendala seperti wabah covid dan seringnya terjadi perselisihan antar *driver* Gojek dengan Angkutan Becak Vespa. Ratusan pemegang akun gojek masih menunggu harapan program ini bisa di fungsikan kembali. “Pandemi ini berdampak besar pada kehidupan pemegang akun yang semakin parah setelah aplikasi Gojek ditutup. Kami berharap perusahaan Gojek dan pemerintah mengambil langkah untuk menghidupkan kembali aplikasi Gojek di Kota Padangsidempuan. Kata ketua komunitas Gojek Kota Salak (Gokolak)⁴.

3. Adopejek Kota Padangsidempuan

a. Sejarah Adopejek Di Kota Padangsidempuan

Adopejek merupakan suatu aplikasi layanan jasa sama halnya dengan Gojek, yang dimana aplikasi ini merupakan karya anak negeri dari Kota Padangsidempuan yang berdiri sejak 5 oktober 2020 di Kota Padangsidempuan yang beralamatkan di Jl. Sutan Soripada Mulia No.45 Tano Bato, Kota

³<https://www.metro-online.co/2019/04/horeee-gojek-sudah-ada-di-kota.html> Diakses 10 April 2023 pada pukul 22.00 Wib.

⁴https://medanbisnisdaily.com/news/online/read/2020/11/09/122009/terdampak_pandemi_gojekpadangsidempuan_tutup/ Diakses 10 April 2023 pada pukul 22.15 Wib.

Padangsidempuan. Direktur utama dari PT Adope Indonesia, Roy Efendi Subarja menjelaskan Adope Indonesia merupakan aplikasi layanan untuk memudahkan masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya. Diantaranya layanan *Adoperide*, *Adopefood*, *Adopesend*, dan *Adopedapur*⁵.

Tetapi sayangnya, banyak masyarakat mengakui aplikasi ini tidak pernah terlihat lagi ataupun tidak beroperasi lagi sebagaimana biasanya, seperti yang telah dilakukan wawancara dengan salah seorang admin dari Visit Sidempuan, menyatakan bahwa aplikasi tersebut memang tidak beroperasi lagi karena masyarakat kurang meminatinya⁶.

B. Deskripsi Informan

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan penelitian ini adalah dengan menggunakan data primer dan sekunder, data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari lapangan oleh peneliti dengan melakukan wawancara secara langsung dengan responden yang sesuai dengan pertanyaan-pertanyaan yang telah disediakan, sedangkan data sekunder merupakan sumber yang diambil dari berbagai kajian pustaka, seperti referensi buku, jurnal, majalah, skripsi dan sebagainya.

2. Teknik Pengolaan dan Analisis Data

⁵<https://mimbarumum.co.id/adope-layanan-digital-anak-negeri-dari-padang-sidempuan/> Diakses 11 April 2023 pada pukul 06.18 Wib.

⁶ Wawancara dengan admin visit sidempuan pada tanggal 20 November 2022 pukul 20.18 Wib

Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan untuk menganalisis data adalah bentuk deskriptif atau dengan mendeskripsikan data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan para responden.

3. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Agar data penelitian lebih akurat, peneliti melakukan pengecekan keabsahan data dengan menggunakan triangulasi, dimana data yang didapat dari beberapa informan tersebut, dianalisis peneliti agar mendapatkan sebuah kesimpulan.

Perkembangan teknologi dibidang transportasi dan alat komunikasi yang terdapat berbagai macam aplikasi untuk memudahkan masyarakat dalam menjalankan aktivitas sehari-hari yaitu contohnya munculnya aplikasi Gojek dan munculnya aplikasi yang merupakan karya anak muda Kota Padangsidimpuan, yang dimana kedua aplikasi ini dapat memudahkan aktivitas sehari-hari masyarakat seperti melakukan perjalanan hanya dengan melakukan pemesanan melalui aplikasi yang terkait. Hadirnya kedua aplikasi ini di Kota Padangsidimpuan memberikan dampak positif dan dampak negatif terhadap suatu daerah, mengingat becak vespa merupakan transportasi yang sangat mendominasi di setiap sudut Kota Padangsidimpuan, sehingga banyak dijumpai baik yang melintas maupun yang mangkalan di pangkalan becak vespa.

Dalam penelitian yang menjadi informan adalah pelakusaha sebanyak 10 orang dengan data sebagai berikut:

a. Data Informan

Tabel 4.1
Data Responden Sesuai Umur

No	Umur (Tahun)	Jumlah Responden
1	23-40	6 Orang
2	41-60	4 Orang
Total		10 Orang

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2023

Dapat disimpulkan bahwa dengan berdasarkan tabel diatas informan yang dipaparkan dalam penelitian ini, berdasar umur yang ada di Kota Padangsidimpuan umur 23-40 terdapat 6 orang, umur 41-60 terdapat 4 orang.

C. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan oleh peneliti dan didapatkan hasil sebagai berikut:

1. Pengetahuan pelaku usaha tentang keberadaan bisnis digital di Kota Padangsidimpuan.

Bisnis digital merupakan suatu inovasi yang memanfaatkan internet untuk melakukan sistem pemasaran, yang bertujuan untuk memikat pelanggan dari berbagai tempat dan agar lebih mempermudah para pelanggan melakukan berbagai transaksi-transaksi lainnya.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan Gustina (45 tahun)⁷ dan Awe (35 Tahun)⁸ merupakan seorang pemilik usaha warung kedai kopi di jalan kenanga dan penjual gorengan memiliki pendapat yang sama tentang Gojek dan Adopejek di Kota Padangsidimpuan: sudah mengetahui yang namanya bisnis digital Gojek tetapi tidak mengetahui dengan aplikasi Adopejek

⁷ Wawancara dengan Tina, salah satu pelaku usaha di Kota Padangsidimpuan pada tanggal 20 April 2023 pukul 21.00 Wib.

⁸ Wawancara dengan Awe, salah satu pelaku usaha di Kota Padangsidimpuan pada 20 April 2023 pukul 17.20 Wib.

di Kota Padangsidempuan, Informan menyatakan bahwa gojek sering mengunjungi warungnya dengan melakukan beberapa pesanan untuk para pelanggan gojek tersebut. Walaupun informan merupakan asli masyarakat Kota Padangsidempuan, tetapi informan tidak mengetahui yang namanya aplikasi Adopejek di Kota Padangsidempuan, hanya mengetahui Gojek yang pernah melakukan pemesanan ke warungnya. Informan menyatakan bahwa dengan adanya gojek tersebut warungnya menjadi banyak yang mengetahui keberadaannya bahkan yang melakukan pemesanan pun yang tadinya tidak ada menjadi ada. Adapun halnya dari pernyataan Nurliana Lubis (56 Tahun)⁹ dan Nita (34 Tahun) yang dimana informan tersebut belum mengetahui akan kedua jasa tersebut di Kota Padangsidempuan.

2. Pandangan pelaku usaha tentang persaingan bisnis digital jasa *delivery* di Kota Padangsidempuan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan Halimah Harahap (24 Tahun), merupakan seorang pelaku usaha yang berlokasi di sigiring-giring, Kota Padangsidempuan bahwa: Adanya persaingan didalam suatu pekerjaan itu adalah hal yang sudah biasa apalagi didalam dunia bisnis, tetapi menurut informan tersebut jika dikaitkan dengan persaingan bisnis berbentuk jasa seperti Gojek, Adopejek dan jasa individu lainnya adalah hal yang egois bagi jasa individu, alasan informan tersebut dikarenakan Gojek dan Adopejek merupakan hasil karya anak bangsa yang lebih baik di kembangkan, apalagi di Kota

⁹ Wawancara dengan Nurliana Lubis, salah satu pelaku usaha di Kota Padangsidempuan pada 01 April 2023 pukul 09.25 Wib.

Padangsidempuan¹⁰. Eva Diana Tanjung (31 Tahun)¹¹ menyatakan bahwa persaingan itu adalah hal yang biasa, jika itu masih persaingan yang sehat tidak masalah.

Hasil penelitian lainnya yang dilakukan dengan Widia (23 Tahun), salah satu karyawan Goklat Siborang, Kota Padangsidempuan bahwa, persaingan jasa-jasa delivery adalah hal yang biasa, sama halnya seperti persaingan antar pelakuusaha yang bergerak dibidang jajanan ataupun kuliner lainnya. Menurut informan rezeki setiap orang itu sudah diatur oleh Allah Swt¹².

3. Pandangan pelaku usaha terhadap gagalnya Bisnis Digital di Kota Padangsidempuan

Hasil penelitian yang dilakukan dengan Rahmat (33 Tahun) salah satu pelakuusaha yang berlokasi di halaman bolak Kota Padangsidempuan, bahwa informan menyatakan hilangnya jasa Gojek dan Adopejek di Kota Padangsidempuan memang sedikit berdampak buruk bagi masyarakat, terutama yang sudah menjadi bagian dari kedua aplikasi tersebut atau sudah menjadi *driver* dari kedua aplikasi tersebut. Informan juga menyatakan dari dampak negatif pasti ada juga dampak positifnya bagi masyarakat, seperti dengan membuka jasa *delivery* sendiri tanpa harus menyiapkan uang pendaftaran untuk bergabung dengan salah satu aplikasi tersebut, hanya dengan bermodalkan *Handphonedan* Motor masyarakat bisa membuka jasa *delivery*nya sendiri tanpa

¹⁰ Wawancara dengan Halimah Harahap, salah satu pelaku usaha di Kota Padangsidempuan pada tanggal 22 April 2023 pukul 16.18 Wib.

¹¹ Wawancara dengan Eva Diana, salah satu pelaku usaha di Kota Padangsidempuan pada tanggal 23 April 2023 pukul 17.00 Wib.

¹² Wawancara dengan Widia, salah satu karyawan Goklat Siborang Kota Padangsidempuan pada tanggal 23 April 2023 pukul 13.30 Wib.

harus memikirkan biaya pendaftaran dan persyaratan lainnya. Informan juga menyatakan bahwa Kota Padangsidempuan masih butuh penguatan dalam bidang yang berbasis digital terutama dalam bidang bisnis, kebanyakan para masyarakat masih tergantung dengan masyarakat sekitar tanpa mengenalkan usahanya hingga ke luar kota, provinsi bahkan mancanegara dengan melalui internet, seperti masyarakat yang sudah berumur ke atas masih awam terhadap dunia internet¹³.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini berjudul Persepsi Pelaku Usaha Tentang Pemanfaatan Bisnis Digital Di Kota Padangsidempuan, dari hasil penelitian yang telah dilakukan setiap pelaku usaha memiliki pandangan yang berbeda tentang permasalahan bisnis digital di Kota Padangsidempuan seperti fokus permasalahan pada penelitian ini ialah tentang gagalnya jasa Gojek dan Adopejek di Kota Padangsidempuan. Sebagian pelaku usaha sangat menyayangkan hilangnya kedua jasa tersebut, dan sebagian informan menyatakan karena dengan kedua jasa tersebut usahanya banyak yang mengetahui keberadaannya, seperti yang terdapat pada penelitian terdahulu dengan pernyataan yang sama yaitu Rio Laksamana, Jonathan Giovanni yang hasilnya persepsi UMKM terhadap transportasi online sangat positif, bermanfaat dan membantu pengusaha UMKM. Sedangkan kedua aplikasi tersebut merupakan hasil karya anak bangsa yang patut untuk dikembangkan terutama di Kota Padangsidempuan yang

¹³ Wawancara dengan Rahmat, salah satu pelaku usaha di Kota Padangsidempuan pada tanggal 26 April 2023 pukul 21.50 Wib.

memiliki Adopejek. Ada juga beberapa pelakuusaha menyatakan hilangnya kedua jasa tersebut tidaklah menjadi masalah, karena hilangnya kedua aplikasi tersebut dapat meningkatkan imajinasi anak bangsa lainnya dengan menciptakan jasa sendiri tanpa mengeluarkan biaya dan persyaratan lainnya.

Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian Rio Laksamana, Jonathan Giovanni yang hasilnya persepsi UMKM terhadap transportasi online sangat positif, bermanfaat dan membantu pengusaha UMKM. Hanya yang membedakan dalam penelitian ini persepsi pelakuusaha lebih memiliki pandangan yang sama terhadap permasalahan tersebut.

E. Keterbatasan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini disusun dengan langkah-langkah yang sedemikian rupa, agar menghasilkan penelitian yang baik. Namun, dalam proses menghasilkan yang baik sangatlah sulit, sebab dalam penelitian terdapat beberapa keterbatasan, diantaranya:

1. Jumlah informan hanya 10 orang, mengingat masih kurang untuk menggambarkan keadaan wilayah/lokasi penelitian yang sesungguhnya.
2. Dalam proses pengambilan data informasi dengan melalui wawancara, terkadang tidak menunjukkan hasil responden yang sebenarnya, dikarenakan terdapat beberapa perbedaan pemikiran dan pemahaman pada setiap informan.

3. Peneliti menggunakan analisis deskriptif, sehingga hasil masih kurang maksimal karena hasil keseluruhannya ditentukan dari pemahaman dari setiap informan.

Meskipun demikian peneliti akan terus berupaya semaksimal mungkin agar keterbatasan yang didapatkan dalam penelitian ini tidak mengurangi hasil dan kesimpulan yang diinginkan.

Hasil Wawancara Dengan Informan

Tabel 4.2
Hasil Wawancara Dengan Informan

Nama Informan	(+)	(-)
Gustina	✓	✓
Awe	✓	✓
Nurliana Lubis		✓
Nita		✓
Halimah Harahap	✓	
Eva Diana Tanjung	✓	
Widia	✓	
Rahmat	✓	
Sopian	✓	
David	✓	

NB: (+) Pendapat yang positif terhadap bisnis digital
(-) Pendapat yang negatif terhadap bisnis digital

Adapun penjelasan dari tabel 4.2 diatas yaitu hasil wawancara dengan para pelaku usaha di padangsidimpun sebagai informan dalam penelitian yaitu jika (+) pendapat informan positif terhadap kedua bisnis digital tersebut, sedangkan (-) menandakan pendapat informan negatif atau berlawanan dari pendapat

informan sebelumnya. Adapun contoh wawancara dengan informan sebagai berikut.

1. Gustina

Jb1: Sudah

Jb2: Bagus

Jb3: Bagus, Apalagi sekarang orang-orang sudah menggunakan *handpone* untuk melakukan segala kegiatan

Jb4: Tahu gojek tapi tidak tahu dengan adopejek

Jb5: Menurut saya bagus, dengan adanya jasa jasa seperti itu akan lebih mudah para pelaku usaha untuk menjangkau para konsumen, yang tadinya tidak mengetahui lokasi yang belum pernah dikunjungi jadi tahu

Jb6: Pernah kerja sama dengan gojek, gojek pernah melakukan pemesanan di kedai saya, tetapi adopejek tidak pernah karena saya tidak tahu dengan jasa tersebut

Jb7: Tidak

Jb8: Mungkin karena tidak laku lagi

Jb9: Persaingan itu sudah hal yang biasa, asal persaingannya sehat

Jb10: Keuntungannya yaitu masyarakat bisa lebih cepat melakukan pemesanan apapun dengan mudah dan adanya lowongan pekerjaan bagi masyarakat, sedangkan kerugiannya masyarakat jadi malas untuk keluar rumah.

2. Awe

Jb1: Sudah

Jb2: Bagus

Jb3: Bagus

Jb4: Tahu gojek tapi adopejek tidak pernah dengar

Jb5: Menurut saya bagus, lebih memudahkan masyarakat

Jb6: Dengan gojek pernah, adopejek tidak pernah

Jb7: Sudah

Jb8: Mungkin kurangnya minat masyarakat

Jb9: Persaingan itu biasa, asal tidak ada saling menjelekkkan

Jb10: Keuntungannya bagi masyarakat yaitu akan lebih mengandalkan diri sendiri dan tidak malas bergerak, kerugiannya yaitu akan banyak *drivernya* yang menganggur.

Dapat disimpulkan dari hasil wawancara kedua informan ini, seperti yang sudah tertera dengan pada tabel 4.2 yang dimana kedua informan tersebut

memiliki pendapat yang sama dan memiliki 2 pendapat tentang kedua bisnis digital tersebut.

Adapun wawancara dengan informan yang memiliki pendapat (-) contohnya dengan Nurliana Lubis dan Nita memiliki pendapat yang seluruhnya negatif. Kedua informan tersebut memiliki pendapat yang sama disetiap pertanyaan yang di tanyakan. Berikut hasil wawancara:

3. Nurliana Lubis dan Nita

Jb1: Tidak

Jb2: Bagus

Jb3: Tidak terlalu bagus

Jb4: Tidak

Jb5: Bagus

Jb6: Tidak pernah

Jb7: Tidak

Jb8: Tidak tahu

Jb9: Di dunia perdagangan itu persaingan sudah biasa

Jb10: Kentungannya masyarakat tidak malas lagi, kerugiannya ojolnya akan kehilangan pekerjaannya.

Wawancara Selanjutnya yaitu dengan informan yang memiliki (+) contohnya dengan Halimah Harahap, Eva Diana Tanjung, Widia, Rahmat, Sopian, David yang dimana memiliki pendapat yang negatif terhadap bisnis digital jasa delivery tersebut. Seperti contoh wawancara dengan Widia sebagai berikut:

Jb1: Sudah

Jb2: Bisnis digital merupakan suatu hal yang sangat bermanfaat pada masa sekarang ini, dengan bisnis berbasis digital kita bisa melakukan promosi produk hanya dengan foto lalu posting ke sosial media, sehingga masyarakat akan lebih banyak mengetahuinya tentang keberadaan produk kita

Jb3: Bagus, karena kita sebagai masyarakat padangsidempuan tidak boleh ketinggalan akan kecanggihan zaman sekarang ini, kita harus

melakukan inovasi-inovasi baru contohnya dengan menjalankan bisnis melalui media-media digital.

Jb4: Sudah

Jb5: Menurut saya adanya kedua jasa tersebut sangatlah bagus, apalagi untuk masyarakat dan untuk para pelaku usaha itu juga.

Jb6: Pernah

Jb7: Hanya gojek, adopejek tidak

Jb8: Mungkin kurangnya minat masyarakat dan sekarang sudah banyak jasa-jasa *delivery* individu.

Jb9: Yang namanya persaingan itu sudahlah biasa selagi tidak saling merugikan satu sama lain, karena rezeki juga sudah diatur oleh Allah swt.

Jb10:Keuntungannya yaitu akan mempermudah para masyarakat untuk membuka jasa sendiri tanpa adanya persyaratan tertentu, sedangkan kerugiannya yaitu bagi para driver kedua jasa tersebut akan kehilangan pekerjaannya

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, pengetahuan pelakuusaha terhadap kedua jasa tersebut Gojek dan Adopejek masih minim, masih terdapat pelakuusaha hanya tahu Gojek dan tidak tahu apa itu Adopejek, sedangkan Adopejek merupakan aplikasi jasa yang pada dasarnya merupakan hasil karya anak bangsa dari Kota Padangsidempuan itu sendiri. Pandangan para pelakuusaha tentang persaingan Gojek, Adopejek, dan jasa *delivery* individu terdapat perbandingan yang sama, karena setiap pelakuusaha memiliki pandangan yang sama terhadap kedua jasa tersebut, adanya dampak positif dan negatifnya tentang keberadaan kedua jasa tersebut. Adapun pandangan para pelakuusaha tentang hilangnya Gojek dan Adopejek di Kota Padangsidempuan memiliki pandangan yang sama juga, karena setiap pelakuusaha memiliki pendapatnya masing-masing, yang dimana setiap yang berdampak negatif pasti akan ada dampak positif bagi masyarakat, seperti masyarakat dapat berimajinasi dengan menciptakan jasa sendiri tanpa adanya persyaratan-persyaratan yang harus dipenuhi, seperti KTP, SIM, uang pendaftaran dan sebagainya.

B. Saran

1. Bagi pelakuusaha yang belum mengenal yang namanya sistem digital agar dipelajari dari sekarang, karena dunia sekarang ini merupakan dunia serba

teknologi, agar tidak tertinggal oleh zaman dan agar kita mengetahui perkembangan anak bangsa khususnya di Kota Padangsidempuan

2. Bagi pemerintah agar lebih peduli lagi terhadap pelakuusaha yang masih awam terhadap internet dengan melaksanakan seminar,*workshop* dan sebagainya, agar para pelakuusaha di Kota Padangsidempuan tidak mengalami ketertinggalan akan kecanggihan dunia saat ini, dan tentang GOJEK dan ADOPEJEK untuk lebih diperhatikan lagi tentang keberadaannya, agar karya-karya anak bangsa tidak menghilang khususnya di Kota Padangsidempuan.
3. Bagi peneliti selanjutnya perlu diadakan penelitian selanjutnya yakni melengkapi penelitian ini, serta menambah variabel-variabel baru dan menambah referensi supaya penelitian selanjutnya lebih bagus dan sempurna.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rohman dan Yeti Sri Maryati, “Pengaruh Pemahaman Dihubungkan Dengan Keberhasilan Bisnis Online Pada Mahasiswa Stebismu Sumedang,” *Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, Vol. 2, No. 2 (2021).
- Achmad Fauzi dkk., “Transformasi Gojek untuk Keunggulan Kompetitif Dalam Perkembangan Ekonomi (Literature Review Metodologi Riset Bisnis),” *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, No.3, Vol. 1 (2022).
- Abuzar Asra, *Metode Penelitian Survei* (Bogor: IN MEDIA, 2014).
- Ali Khamainy, Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Persepsi Kualitas STBA JIA Bekasi, *Jurnal Tadbir Peradaban*, No.1, Vol.2, (2022),
- Ali Hardana, “Model Pengembangan Kewirausahaan Di Perguruan Tinggi,” *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Keislaman*, Vol. 2, No. 6 (2018).
- Ali Hardana, “Pelatihan Manajemen Usaha dalam Meningkatkan Usaha UMKM Kuliner,” *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, No. 5, Vol.1 (2022).
- Ali Hardana, Ja’far Nasution, dan Arti Damisa, “Pelatihan Manajemen Usaha Dalam Meningkatkan Usaha UMKM Kuliner,” *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, No.2, Vol. 1 (2022).
- Ananda Putra IA Siregar, Analisis Dampak Go-Jek Terhadap Pendapatan Tukang Becak Di Kota Padangsidimpan, *Skripsi IAIN Padangsidimpuan*, 2021.
- Andreas Dewantoro, Pengaruh Optimisme Terhadap Kemampuan Identifikasi Peluang Mahasiswa Strata Satu Pada Perguruan Tinggi Di Surabaya, *Jurnal AGORA*, No.1, Vol.7, (2019),
- Asnawati Matondang, Dampak Modernisasi Terhadap Kehidupan Sosial Masyarakat, *Jurnal penelitian dan Pengabdian Masyarakat UISU*, No.2, Vol.8, (2019)
- Bukhara, *Al-Qur’an Tajwid & Terjemah* (Jawa Barat: PT. SYGMA EXAMEDIA ARKANLEEMA, 2022).
- Dwi Suwikyo, *Kompilasi Tafsir Ayat-ayat Ekonomi Islam* (Yogyakarta: PUSTAKA PELAJAR, 2010).

Destiya Wati, Suyud Arif, Abristadevi, Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Humaira Shop, *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, Volume 5, Nomor 1 (2022)

Endang Purwaningsih, *Hukum Bisnis* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2015).

Faisal Santiago, *Pengantar Hukum Bisnis* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012).

Hardayanti Adismana, Syukri Akub, dan Oky Deviany Burhamzah, "Kriminalisasi Terhadap Pelanggaran Kewajiban Pelaku Usaha Mencantumkan Keterangan Tidak Halal Pada Produk," *Jurnal Ilmiah Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan*, No.1, Vol 7 (2022).

Husni, "Urgensi Pemanfaatan E-marketing Pada Keberlangsungan Umkm Di Kota Pekalongan Di Tengah Dampak Covid-19," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, No.1, Vol.2 (2020).

<https://sumbarprov.go.id/home/news/13014-benarkah-pintu-rezeki-hanya-10>

<https://www.gramedia.com/literasi/pendiri-gojek/>

<https://www.metro-online.co/2019/04/horeee-gojek-sudah-ada-di-kota.html>

https://medanbisnisdaily.com/news/online/read/2020/11/09/122009/terdampak_pandemi_gojekpadangsidempuan_tutup/

<https://mimbarumum.co.id/adope-layanan-digital-anak-negeri-dari-padang-sidempuan/>

<https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/45288/uu-no-8-tahun-1999>

iil waludi, Udin Saripudin, "Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Praktik Sewa Menyewa Akun Driver Gojek Kota Bandung," *Jurnal Sharia Economic Law*, No.1, Vol.2 (2022).

Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik* (Jakarta: BUMI AKSARA, 2015).

Ihsan Helmi Lubis, "Ojek Online Dalam Bingkai Hukum Nasional Dan Syariat Islam," *Jurnal Hukum Ekonomi*, 1, 8 (2022).

Ika Lenaini, Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowball Sampling, *Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, No. 1, Vol.6, (2021),

- Kurnia Firmanda Jayanti, Feti Fatimah, dan Ahmad Izudin, “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman Barang JNE Di Besuki,” *Jurnal Ekonomi*, No.1,Vol. 18I (2022).
- Mahbubah Hasanah, Ainun Thayyibah, Muhammad Fadhil Khairi, Hakikat Modern, Modernitas Dan Modernisasi Serta Sejarah Modernisasi Di Dunia Barat, *Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya*, No 2, Vol.1, (2023)
- Marianti Meha, “Hubungan Persepsi dan Preferensi Atasbagi Hasil Pembiayaan Mudharabah Musytarakah terhadap Minat Menjadi Peserta Asuransi Syariah,” *Journal of Management & Business*, Vol. 2, No.1, (2023).
- Mavlinda Hera Febria,dkk, “Menjadi ‘UMKM Unggul’ Melalui Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital dalam Menghadapi Tantangan Bisnis di Era New Normal,” *Jurnal of Sriwijaya Community Services 2* (2021).
- Miza Nina Adlini dkk, Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka, *Jurnal Pendidikan*,No.1, Vol.6,(2022)
- M.Topan Bastari Arkhiansyah, “Penerapan Digital Marketing Melalui Sosial Media Saat Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Pemasaran Syariah Di Grosir Bang Iyuz “, *Skripsi* Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2021.
- Nina W. Syam, *Psikologi Sebagai Akar Ilmu Komunikasi* (Bandung: Simbiosia Rekatama Media, 2016).
- Novianti Indah Putri dkk., “Kajian Empiris Pada Transformasi Bisnis Digital, Jurnal Administrasi Bisnis,” *Jurnal Administrasi Bisnis*,No. 1,Vol. 7 (2021).
- Nur Hidayah, Implementasi Kewirausahaan Di Pondok Pesantren Modern Nurussalam Sidogede Belitang, *Jurnal MPI Idaaratul ‘Ulum*, No.2,Vol.4, (2022)
- Nuriawati, “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Pemasaran Dalam Bisnis Syariah,” *Jurnal Ekonomi Islam*,No. 1,Vol.1 (2021).
- Nyoman Kutha Ratna, *Metodologi Penelitian Kajian Budaya Dan Ilmu Sosial Humaniora Pada Umumnya* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016).
- Olga Rafida Yumna, Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Upaya Pemulihan Ekonomi Pada Umkm Yang Terdampak Pandemi Covid-19 Di

Kampung Purun Kota Banjarbaru Kalimantan Selatan,*Thesis Universitas Islam Kalimantan MAB.2021*

R. Zainul Mushtofa dan Siti Aminah, “Analisis Hukum Islam Terhadap Jasa Pengiriman Barang/Surat Di PT Pos Indonesia Dalam Implementasi Akad Wakalah Bil Ujrah,” *Jurnal Ummul Qura*,No.1,Vol. 13 (2019).

Siti Aminah dkk., “Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Padangsidimpuan,” *Jurnal Ekonomi Syariah*, 1, 1 (2022).

Sri Adiningsih, *Transformasi Ekonomi Berbasis Digital Di Indonesia* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum,2019).

Suci Hartini, “Digital Marketing Dalam Perspektif Islam,” *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*,No. 1,Vol.5 (2022).

Suhairi, “Persepsi Model Bisnis Perkembangan Kolaborasi Masa Depan,” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*,No. 1,Vol. 9 (2022).

Sugiyanto, “Dampak Triangulasi Hasil Terhadap Keberlanjutan Organisasi Dalam Penelitian Kualitatif Studi Kasus Di Lks Hamba DIY,” *Jurnal Binawakya*,No. 8, Vol.16 (2022).

Supiani Supiani,dkk, “Pengaruh Budaya Dan Persepsi Masyarakat Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah,” *Jurnal Islamic Banking and Finance* , No.1,Vol.1, (2021).

Suryana, *Bisnis Digital: Cara Mudah Bisnis di Era Industri 4.0* (Jakarta: Salemba Empat, 2022).

Vivi Novinggi, “Sensasi Dan Persepsi Pada Psikologi Komunikasi,*Journal iain langsa*,Vol.10,No.1,(2019

Wawancara dengan Awe, Pemilik Warung Awe Jl. Kenanga pada 23 Juni 2022 pukul 17.58 Wib.

Wawancara dengan Eva Diana, Pemilik Usaha Jelly Potter Jl. Kenanga, RSU Padangsidimpuan pada 08 Juli 2022 pukul 14.20 Wib.

Wawancara dengan admin visit sidimpuan pada tanggal 20 November 2022 pukul 20.18 Wib

Wawancara dengan Gustina, salah satu pelakuusaha di Kota Padangsidimpuan pada tanggal 20 April 2023 pukul 21.00 Wib.

Wawancara dengan Nurliana Lubis, salah satu pelakuusaha di Kota Padangsidempuan pada 01 April 2023 pukul 09.25 Wib.

Wawancara dengan Halimah Harahap, salah satu pelakuusaha di Kota Padangsidempuan pada tanggal 22 April 2023 pukul 16.18 Wib.

Wawancara dengan Eva Diana, salah satu pelakuusaha di Kota Padangsidempuan pada tanggal 23 April 2023 pukul 17.00 Wib.

Wawancara dengan Widia, salah satu karyawan Goklat Siborang Kota Padangsidempuan pada tanggal 23 April 2023 pukul 13.30 Wib.

Wawancara dengan Rahmat, salah satu pelakuusaha di Kota Padangsidempuan pada tanggal 26 April 2023 pukul 21.50 Wib.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

1. Nama : Muhammar Kadapi
2. Tempat/Tanggal Lahir : Padangsidimpuan, 11 September 2001
3. Agama : Islam
4. Jenis Kelamin : Laki-laki
5. Alamat : Sidangkal, Jl. Sutan Maujalo Harahap,
Kec. Padangsidimpuan Selatan, Kota
Padangsidimpuan
6. Email : radapibatubara9359@gmail.com
7. No.Hp : 0853 5821 7649

II. RIWAYAT PENDIDIKAN

SDN. 200210 PADANGSIDIMPUAN (2007-2013)

SMPN. 6 PADANGSDIMPUAN (2013-2016)

SMAN. 5 PADANGSIDIMPUAN (2016-2019)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH ALI HASAN AHMAD
ADDARY PADANGSIDIMPUAN (2019 - 2023)

PEDOMAN WAWANCARA

1. Apakah anda sudah mengetahui bisnis yang berbasis online/digital?
2. Bagaimana pandangan anda dengan bisnis yang berbasis online/digital?
3. Bagaimana pandangan anda adanya bisnis yang berbasis online/digital di Kota Padangsidempuan?
4. Apakah anda sudah mengetahui aplikasi jasa antar jemput/delivery gojek dan adopejek?
5. Bagaimana pandangan anda tentang adanya kedua jasa tersebut di Kota Padangsidempuan?
6. Apakah anda pernah bekerja sama dengan kedua jasa tersebut?
7. Apakah anda sudah mengetahui tentang hilangnya kedua aplikasi di Kota Padangsidempuan
8. Apa menurut anda yang menyebabkan kedua jasa tersebut tidak beroperasi lagi?
9. Bagaimana pandangan anda tentang banyaknya persaingan jasa *delivery* di Kota Padangsidempuan?
10. Apa keuntungan dan kerugian hilangnya jasa tersebut di Kota Padangsidempuan khususnya bagi masyarakat?

DOKUMENTASI KEGIATAN WAWANCARA





