



**DAMPAK GADGET SEBAGAI SARANA PROMOSI
JUAL BELI *ONLINE* PERSPEKTIF EKONOMI
ISLAM PADA MASYARAKAT
DESA PANGURABAAN**

SKRIPSI

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

Oleh

**ANGGI RAJU VALENTINE
NIM. 18 402 00315**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

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

2023



**DAMPAK *GADGET* SEBAGAI SARANA PROMOSI
JUAL BELI *ONLINE* PERSPEKTIF EKONOMI
ISLAM PADA MASYARAKAT
DESA PANGURABAAN**

SKRIPSI

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

Oleh

**ANGGI RAJU VALENTINE
NIM. 18 402 00315**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

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



**DAMPAK *GADGET* SEBAGAI SARANA PROMOSI
JUAL BELI *ONLINE* PERSPEKTIF EKONOMI
ISLAM PADA MASYARAKAT
DESA PANGURABAAN**

SKRIPSI

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

Oleh

**ANGGI RAJU VALENTINE
NIM. 18 402 00315**

PEMBIMBING I

**Dr. Budi Gautama Siregar, S.Pd., M.M
NIP. 197907202011011005**

PEMBIMBING II

**M. Yarham, M.H.
NIP. 199210092020121003**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

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

2023

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. ANGGI RAJU VALENTINA
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidempuan, 14 Juni 2023
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam Universitas Islam Negeri Syekh
Ali Hasan Ahmad Addary
Padangsidempuan
Di-
Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. ANGGI RAJU VALENTINA yang berjudul “**Dampak Gadget Sebagai Sarana Promosi Jual Beli Online Perspektif Ekonomi Islam Pada Masyarakat Desa Pangurabaan**”, maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqasyah.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak/Ibu kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

PEMBIMBING I



Dr. Budi Gautama Siregar, S. Pd., M.M
NIP. 19790720 201101 1 005

PEMBIMBING II



M. Yarham, M.H
NIP. 199210092020121003

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : ANGGI RAJU VALENTINE
NIM : 18 402 00315
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Dampak *Gadget* Sebagai Sarana Promosi Jual Beli *Online*
Perspektif Ekonomi Islam Pada Masyarakat Desa Pangurabaan.

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa UIN SYAHADA Padangsidempuan 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 UIN SYAHADA Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 14 Juni 2023
Saya yang Menyatakan,



ANGGI RAJU VALENTINE
NIM. 18 402 00315

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary. Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : ANGGI RAJU VALENTINA
NIM : 18 402 00315
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: “Dampak *Gadget* Sebagai Sarana Promosi Jual Beli *Online* Perspektif Ekonomi Islam Pada Masyarakat Desa Pangurabaan.” Dengan Hak Bebas Royalti Non Ekklusif 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 peneliti dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan
Pada tanggal : 14 Juni 2023
Yang menyatakan,



The image shows an official stamp of Universitas Islam Negeri Padangsidempuan. The stamp includes the university's logo, the text 'METERAI TEMPEL', and a unique identification number 'BF044AKX355187732'. A handwritten signature is written over the stamp.

**ANGGI RAJU VALENTINA
NIM. 18 402 00315**



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 Faximile (0634) 24022

**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

NAMA : ANGGI RAJU VALENTINA
NIM : 18 402 00315
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI : EKONOMI SYARIAH
JUDUL SKRIPSI : DAMPAK *GADGET* SEBAGAI SARANA PROMOSI
JUAL BELI *ONLINE* PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
PADA MASYARAKAT DESA PANGURABAAN

Ketua

Nofinawati, S.E.I., M.A.
NIP. 198211162011012003

Sekretaris

Sry Lestari, S.H.I., M.E.I.
NIP. 198905052019032011

Anggota

Nofinawati, S.E.I., M.A.
NIP. 198211162011012003

Sry Lestari, S.H.I., M.E.I.
NIP. 198905052019032011

Dr. Budi Gautama Siregar, S.Pd., M.M.
NIP. 197907202011011005

Ferri Alfadri, M.E.
NIP. 199409282020121007

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Kamis/ 13 Juli 2023
Pukul : 14.00 WIB s/d Selesai
Hasil/Nilai : Lulus/ 77,25 (B)



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 Padangsidempuan 22733
Telepon. (0634) 22080 Faxmile. (0634) 24022

PENGESAHAN

Judul Skripsi : **DAMPAK GADGET SEBAGAI SARANA PROMOSI
JUAL BELI ONLINE PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
PADA MASYARAKAT DESA PANGURABAAN**
Nama : **ANGGI RAJU VALENTINE**
NIM : **1840200315**
Indeks Prestasi Kumulatif : **3,53**
Medikafid : **Pujian**

Telah dapat diterima untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidempuan, 4 September 2023



Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si.
NID 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

NAMA : Anggi Raju Valentine
NIM : 18 402 00315
JUDUL SKRIPSI : **Dampak *Gadget* Sebagai Sarana Promosi Jual Beli *Online* Perspektif Ekonomi Islam Pada Masyarakat Desa Pangurabaan.**

Bangsa Indonesia merupakan salah satu bangsa yang ikut terlibat dalam kemajuan media informasi dan teknologi. Meningkatnya penggunaan *gadget* atau alat-alat yang dapat dengan mudah terkoneksi dengan internet tidak hanya menjadi media hiburan melainkan mempermudah masyarakat untuk melakukan kegiatan jual beli. Begitu juga dengan masyarakat Desa Pangurabaan yang mayoritas islam mengatakan bahwa mereka sekarang dipermudah dengan adanya *gadget* pada saat sekarang ini. Mereka mengatakan lebih sering melakukan kegiatan penjualan dan pembelian barang secara *online* dengan menggunakan *gadget*. Dengan demikian ini mempengaruhi canggihnya zaman dan pengetahuan mereka juga dalam menggunakan teknologi. tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui dampak *gadget* sebagai sarana promosi jual beli *online*, (2) Untuk mengetahui bagaimana perspektif ekonomi Islam terhadap dampak *gadget* sebagai sarana promosi jual beli *online* di Desa Pangurabaan.

Pemabasan penelitian ini berkaitan dengan dampak *gadget* sebagai sarana promosi jual beli *online* pada masyarakat Desa Pangurabaan, sehubungan dengan itu pendekatan yang dilakukan adalah teori-teori yang berkaitan dengan dampak *gadget* sebagai sarana promosi jual beli *online* yaitu membahas tentang pengertian, pemahaman, keuntungan dan hambatan.

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Subjek penelitian ini adalah masyarakat muslim Desa Pangurabaan yang terdiri dari 30 informan dengan menggunakan teknik mengolah data menggunakan NVivo. Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah metode observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dampak gadget terhadap sarana berpromosi dalam jual beli secara online sangatlah membantu dan memudahkan dalam setiap proses dari masing-masing pihak, baik penjual maupun dari pihak pembeli. Dalam tinjauan Islam adanya dampak gadget sebagai sarana berpromosi dalam jualan beli online yaitu terpenuhinya rukun jual beli.

Kata kunci: *Dampak Gadget, Promosi, Jual Beli Online, Ekonomi Islam*

KATA PENGANTAR



Assalāmu'alaikum Warahmatullāhi Wabarakātuh

Alḥamdulillāh, segala puji syukur ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian *Salawāt* serta Salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi Besar Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, *madinatul 'ilmi*, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini berjudul: **“Dampak Gadget Sebagai Sarana Promosi Jual Beli Online Perspektif Ekonomi Islam Pada Masyarakat Desa Pangurabaan,”** ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Ilmu Ekonomi Syariah di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary (UIN SYAHADA) Padangsidimpuan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang terbatas dan jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M. Ag., selaku Rektor UIN SYAHADA Padangsidimpuan, serta 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, Alumni dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.H.I, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan S.E. M.Si selaku Wakil Dekan I Bidang Akademik, Bapak Dr. H. Armyn Hasibuan, M.Ag selaku Wakil Dekan II bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Ibu Dra. Replita, M.Si selaku Wakil Dekan III bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidempuan. Ibu Delima Sari Lubis, M.A selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidempuan. Terima kasih kepada seluruh dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam yang tidak bisa peneliti sebut satu persatu sehingga peneliti bisa menyangang gelar Sarjana Ekonomi (S.E).
3. Bapak Dr. Budi Gautama Siregar, S.Pd., M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan motivasi, dukungan, ilmu pengetahuan dengan ikhlas kepada peneliti.
4. Bapak Dr. Budi Gautama Siregar, S.Pd., M.M. selaku Pembimbing I dan Bapak M. Yarham, M.H. selaku Pembimbing II, yang telah menyediakan waktu dan tenaganya untuk memberikan pengarahan, bimbingan, dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak Yusri Fahmi, M.Hum. selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak/Ibu dosen beserta staf di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan, dorongan dan masukan kepada peneliti dalam proses perkuliahan di UIN SYAHADA Padangsidempuan.
7. Penghargaan istimewa kepada Ayahanda (Ahmad Saleh Pane) dan Ibunda (Tri Rubiati), dan (Rahma Ito Siregar) tercinta atas doa dan upaya, kasih sayang, pengorbanan, materi, dan selama ini telah membimbing, mendukung dan tiada henti-hentinya memberikan semangat dan tidak lupa pula nasehat untuk memahami arti kesabaran dan keikhlasan, perjuangan yang tiada pernah lelah kepada peneliti dalam pengerjaan skripsi ini berjalan dengan lancar sesuai yang diharapkan.
8. Terima kasih untuk saudari kandung penulis, Ade Anju Nauli Syahban Pane, S.I.Kom yang turut menyemangati dan memberikan perhatian serta doanya, tanpa kalian semua peneliti tidak mungkin bisa mengerjakan skripsi ini, serta keluarga lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang turut mendoakan selama proses perkuliahan dan penulisan skripsi ini. Semoga keluarga peneliti selalu dalam lindungan Allah SWT.
9. Teruntuk sahabat-sahabat dekat di Program Studi Ekonomi Syariah angkatan 2018, Endang Lestari Siregar SE, Ade Angraini Siregar SE, Risa Manora Panggabean, Riska Yulianita Siregar, Rizky Angelina Putri SE, Shaibhatul

Aslamiyah Siregar, Hiyasni Ayu, Riski Ardina Batubara, Saima Putri Siregar, Linda Sari Hasibuan, Wahid Ritonga, Syafwan Siregar, Dinda Vivi, Asmiati Harahap, Mentari, dan rekan-rekan mahasiswa seluruhnya terima kasih atas dukungan, motivasi, saran-saran yang kalian berikan kepada peneliti. Mudah-mudahan Allah mempermudah segala urusan kita Amin.

10. Terima kasih kepada Bapak Ramadhan Syahril Pane selaku Kepala Desa Pangurabaan, dan Muhammad Rais Pane selaku Kaur Umum dan Perencanaan, terima kasih juga kepada para pegawai yang berada di Kantor Desa Pangurabaan yang tidak bisa disebutkan satu per satu, serta seluruh informan peneliti yang berkenan membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Terima kasih untuk sahabat-sahabat peneliti Sri Desina Handayani, Nurma Sari Hutapea, Intan Wahyuni Siregar, Novi Yanti Siregar, Zainul Abidin Siregar S.P, Azhari Siregar, Winda Rizka Ramdyah Siregar, Leni Asreanita Harahap, Nur Aisyah Hanum Siagian, Rohli Ismi Pane, Ros Mala Dewi Pane, serta teman-teman KKL Angkatan 2018 kelompok 48 Rukun Jaya, Mandailing Natal, teman-teman Magang di Dinas Koperasi Pandan dan sahabat yang tidak dapat saya sebutkan semuanya, yang selalu membantu, memberikan dukungan serta semangat kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Teman-teman Ekonomi Syariah angkatan 2018 yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada peneliti selama proses perkuliahan yang telah berjuang bersama-sama meraih gelar S.E dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita.

13. Teman-teman 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.

Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. 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.

Wassalāmu 'alaikum Warahmatullāhi Wabarakātuh.

Padangsidempuan, Juni 2023
Peneliti

ANGGI RAJU VALENTINE
NIM. 18 402 00315

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan

Fonem 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	ša	š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	šad	š	Es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	žā	ž	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘.	Koma terbalik di 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

B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	dommah	U	U

2. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....ي	fathah dan ya	Ai	a dan i
و.....	fathah dan wau	Au	a dan u

3. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
.....ا.....ى	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
.....ى	Kasrah dan ya	ī	i dan garis dibawah
و.....	dommah dan wau	ū	u dan garis di atas

C. Ta Mar butah

Transliterasi untuk tamar butah ada dua :

1. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dommah, 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 system 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 diberi tanda *syaddah* itu.

E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1. 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.

2. 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 perkata dan bisa pula dirangkaikan.

H. Huruf Kapital

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

Penggunaan huruf awal capital 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 kapital 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	
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI	
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
DEWAN PENGUJI MUNAQOSYAH	
HALAMAN PENGESAHAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	vii
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	13
C. Batasan Istilah	14
D. Rumusan Masalah.....	14
E. Tujuan Penelitian	15
F. Kegunaan Penelitian	15
G. Sistematika Pembahasan	16

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori.....	18
1. Dampak.....	18
a. Pengertian Dampak.....	18
b. Dampak Positif dan Negatif.....	18
2. <i>Gadget</i>	19
a. Pengertian <i>Gadget</i>	19
b. Dampak Penggunaan <i>Gadget</i>	21
3. Promosi	24
a. Pengertian Promosi.....	24
b. Bauran Promosi	25
c. Tujuan Promosi.....	27
d. Peran Promosi.....	28
e. Promosi Dalam Perspektif Islam	29
f. Sarana Promosi Jual Beli <i>Online</i>	29
g. Promosi dalam Konsep Ekonomi Islam	31
4. Jual Beli Online	33
a. Pengertian Jual Beli.....	33

b. Rukun dan Syarat Jual Beli	33
c. Jual Beli Yang Dilarang Dalam Islam	35
d. Macam-Macam Jual Beli Dalam Islam	35
e. Jual Beli <i>Online</i>	36
f. Jual Beli Dalam Perspektif Islam	39
5. Ekonomi Islam	40
a. Pengertian Ekonomi Islam.....	40
b. Tujuan Ekonomi Islam	41
6. Masyarakat.....	42
a. Pengertian Masyarakat	42
b. Macam-macam Masyarakat.....	43
7. Dampak <i>Gadget</i> Sebagai Sarana Promosi Jual Beli <i>Online</i> Perspektif Ekonomi Islam Pada Masyarakat	43
B. Penelitian Terdahulu	49

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	62
B. Jenis Penelitian	62
C. Subjek Penelitian.....	62
D. Sumber Data	63
1. Data Primer	63
2. Data Sekunder	64
E. Teknik Pengumpulan Data	64
1. Observasi.....	64
2. Wawancara.....	65
3. Dokumentasi	66
F. Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data	67
1. Reduksi Data	67
2. Penyaji Data	68
3. Analisis Data NVivo	68
4. Penyimpulan dan Verifikasi	69
G. Teknik Pengecekan Keabsahan Data.....	69
1. Triangulasi Sumber	70
2. Triangulasi Metode	70

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Desa Pangurabaan.....	72
1. Sejarah Desa Pangurabaan	72
2. Letak dan Geografis Desa Pangurabaan	73
3. Struktur Organisasi Pemerintahan Desa Pangurabaan	74
4. Keadaan Penduduk Desa Pangurabaan Berdasarkan Jenis Kelamin.....	74
5. Keadaan Penduduk Desa Pangurabaan Berdasarkan Ekonomi	75
6. Keadaan Penduduk Desa Pangurabaan Berdasarkan Kesehatan ...	75
7. Keadaan Penduduk Desa Pangurabaan Berdasarkan Pendidikan ..	76
8. Keadaan Penduduk Desa Pangurabaan Berdasarkan Keagamaan ..	77

B. Deskripsi Informan	78
C. Hasil Peneliti Wawancara Dengan Pembeli <i>Online</i>	80
D. Hasil Pengolahan Data Dengan NVivo.....	92
E. Pembahasan Hasil Penelitian.....	96
F. Keterbatasan Penelitian.....	99

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	101
B. Saran	102

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel II. 1 : Penelitian Terdahulu	49
Tabel IV. 1 : Keadaan Penduduk berdasarkan Jenis Kelamin Desa Pangurabaan.....	74
Tabel IV. 2 : Tingkat Pendidikan Masyarakat Desa Pangurabaan.....	77
Tabel IV. 3 : Penjual dan Pembeli <i>Online</i> Masyarakat Desa Pangurabaan.....	79
Tabel IV. 4 : Hasil Uji Wawancara Penjual <i>Online</i>	93
Tabel IV. 5 : Hasil Uji Wawancara Pembeli <i>Online</i>	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar IV.1 : Struktur Organisasi Pemerintahan Desa Pangurabaan.....	74
Gambar IV.2 : Hasil Uji Wawancara Penjual <i>Online</i>	92
Gambar IV.3 : Hasil Uji Wawancara Penjual <i>Online</i>	94

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 2 : Daftar Pernyataan Pembimbing Skripsi

Lampiran 3 : Permohonan Surat Izin Riset

Lampiran 4 : Balasan Persetujuan Riset

Lampiran 5 : Surat Selesai Penelitian

Lampiran 6 : Instrumen Wawancara

Lampiran 7 : Hasil dan Dokumentasi Wawancara

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bangsa Indonesia merupakan salah satu bangsa yang ikut terlibat dalam kemajuan media informasi dan teknologi. Meningkatnya penggunaan *gadget* atau alat-alat yang dapat dengan mudah terkoneksi dengan internet ini, mengambil peningkatkan dari waktu ke waktu. *Gadget* adalah sebuah istilah dalam bahasa Inggris yang mengartikan sebuah alat elektronik kecil dengan berbagai macam fungsi.¹ *Gadget* sendiri dapat berupa komputer atau laptop, tablet PC dan juga telepon seluler atau *handphone*. *Gadget* adalah telepon genggam (telepon genggam) atau telepon seluler (ponsel) atau *handphone* (HP) adalah perangkat telekomunikasi elektronik yang mempunyai kemampuan dasar yang sama dengan telepon konvensional saluran tetap, namun dapat dibawa ke mana-mana (*portable/mobile*) dan tidak perlu disambungkan dengan jaringan telepon menggunakan kabel (*nirkabel wireless*).²

Gadget merupakan barang canggih yang diciptakan dengan berbagai aplikasi yang dapat menyajikan berbagai media berita, jejaring sosial, hobi, bahkan hiburan. Barang canggih ini yang dilihat dari segi harga yang tidak bisa dibilang murah tidak hanya sekedar dijadikan media hiburan semata tapi dengan aplikasi

¹Ahmad Ikhsan, "Peran Media Sosial Bagi Komunitas Transportasi Online Di Cimahi", *Jurnal Community Education*, Vol. 4 No. 3, (September 2021), hlm. 122.

²Ai Farida, "Optimis Gadget Dan Implikasinya Terhadap Pola Asuh Anak", *Jurnal Inovasi Penelitian*, Vol. 1 No. 8 (Januari 2021), hlm. 1701-1702.

yang terus diperbaharui *gadget* wajib digunakan oleh orang-orang yang memiliki kepentingan bisnis, atau pengerjaan tugas kuliah dan Kantor.³

Melalui internet ataupun *handphone* seperti yang dilakukan Tokopedia, Blibli, Lazada, Shopee, Bukalapak, Bhinneka dan lain-lain. Dalam bisnis ini pelayanan terhadap konsumen digunakan sebuah website atau situs dan biasanya tersedia juga pada *gadget* diaplikasi storenya lalu langsung saja diunduh melalui store aplikasi tersebut. Begitu juga dengan menggunakan aplikasi yang ada didalam *gadget* seperti *Facebook, Instagram, Twitter, Whatshap*. Dengan demikian pengguna atau yang disebut konsumen bisa melihat dan membeli (order) apa saja yang dibutuhkannya dan yang ingin dibeli. Pada penjualan *online shop* itu sendiri biasanya sudah diberi keterangan-keterangan dimulai dari harga hingga kualitas-kualitas yang bisa meyakinkan konsumen agar tertarik untuk membeli barang tersebut.⁴

Dalam perspektif Islam, mengenai promosi sudah ada sejak zaman Nabi Muhammad SAW. Nabi Muhammad SAW menggunakan promosi dalam perdagangan. Prinsip-prinsip yang digunakan Nabi Muhammad SAW berbeda dengan promosi yang dilakukan pada saat ini. Konsepnya tidak terlepas dari nilai-nilai moralitas dan sesuai dengan etika serta estetika ke-Islaman. Di dalam Islam dilarang keras melakukan penipuan, kebohongan dan mengingkari janji. Oleh karena itu dalam pelaksanaan promosi pebisnis Muslim harus menghindari tindakan

³Junierissa Marpaung, "Pengaruh Penggunaan Gadget Dalam Kehidupan (The Effect Of Use Of Gadget In Life)", *Jurnal KOPASTA*, Volume 5, No. 2, 2018, hlm. 56-59.

⁴Sitti Nurhalimah, *Media Sosial dan Masyarakat Pesisir: Refleksi Pemikiran Mahasiswa Bidikmisi*, (Kendari: Deepublish, 2019), hlm. 17.

kebohongan, janji palsu, iklan porno (ilusi ketidak senonohan), serta publikasi produk yang menghalalkan segala cara.⁵

Mekanisme pasar dalam konsep Islam melarang adanya sistem kerjasama yang tidak jujur. Prinsip monopoli dan oligopoli tidak dilarang dalam Islam selama pelaku tidak mengambil keuntungan di atas keuntungan yang wajar. Bila pasar dalam keadaan tidak sehat, di mana telah terjadi tindak kezaliman seperti penipuan, penimbunan, atau perusakan pasokan dengan tujuan menaikkan harga, maka menurut Ibn Taimiyah pemerintah wajib melakukan regulasi harga pada tingkat yang adil antara produsen dan konsumen tanpa ada pihak yang dirugikan atau dieksploitasi oleh pihak lain. Praktik perdagangan yang Islami adalah perdagangan yang dilandasi oleh nilai-nilai dasar agama yang menjunjung tinggi kejujuran dan keadilan. Perdagangan yang adil dalam konsep Islam adalah perdagangan yang “tidak menzalimi dan tidak dizalimi”.⁶

Desa Pangurabaan terletak di Kecamatan Sipirok, Kabupaten Tapanuli Selatan, Provinsi Sumatera Utara. Masyarakat Desa Pangurabaan berjumlah 696 jiwa, dengan rincian jenis kelamin laki-laki sebanyak 342 jiwa sedangkan perempuan sebanyak 354 jiwa. Sebagian besar masyarakat Desa Pangurabaan bekerja sebagai petani, wiraswasta, pedagang, PNS, supir. Apabila dilihat dari segi agama, masyarakat Desa Pangurabaan mayoritas adalah Muslim.⁷ Masyarakat Desa

⁵Ubbadul Adzkiya, *Etika Bisnis Nabi Muhammad SAW Sejarah, Ajaran dan Praktek*, (Semarang: CV Lawwana, 2021), hlm. 73-80.

⁶Yolandari, “Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Penetapan Harga Penjualan Batu Bata Di Desa Sinar Pagi Kecamatan Kaur Selatan Kabupaten Kaur”, (*Skripsi* Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 2019), hlm. 61.

⁷Dokumentasi dengan Bapak Muhammad Rais Pane, selaku Kaur Umum dan Perencanaan Kepegawaian di Kantor Desa Pangurabaan pada tanggal 23 Desember 2022, pukul 14.20 WIB.

Pangurabaan sering melakukan kegiatan jual beli *online*, dengan alasan mengikuti zaman, mempermudah mendapatkan barang, dimana saja bisa memesan barang, banyak macam-macam barang yang tersedia dan banyak promosi yang diadakan di hari-hari tertentu. Banyak penjual online di Desa Pangurabaan yang berjumlah 15 orang dengan berbagai macam menjual pakaian, kosmetik, makanan, alat dapur, dll. Dengan mempromosikan barang dengan biaya yang cenderung lebih murah, pelaksanaannya juga lebih mudah dengan hanya menggunakan internet. Promosi suatu komunikasi yang memberi penjelasan dan meyakinkan calon konsumen mengenai barang dan jasa dengan tujuan untuk memperoleh perhatian, mengingatkan dan meyakinkan calon konsumen. Sehingga animo masyarakat meningkat untuk melakukan kegiatan jual beli *online*.

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan oleh peneliti pertama di Desa Pangurabaan bahwasanya masyarakat melakukan penjualan *online* dan pembelian *online* mendapatkan respon positif dan bahkan hal negatif yang terjadi cukup banyak jumlahnya terjadi ketika membeli barang *online* misalnya saja ketidakpastian barang sampai, penjual barang yang kurang responsif, barang yang dipesan ketika tiba di rumah tidak sesuai dengan gambar dan tidak menerima pengembalian barang yang tidak sesuai dengan pesanan.

Peneliti juga melakukan wawancara dengan beberapa penjual *online* yang berada di Desa Pangurabaan. Hasil wawancara dengan Winda Rizka Ramdyah Siregar seorang penjual *online* yang menjual sepatu sandal dan aksesoris hp di Desa Pangurabaan mengatakan bahwa:

Beliau mulai berjualan *online* dari tahun 2019. Pada saat mempromosikan barang terjadi kesulitan dikarenakan masih pemula melakukan jualan

online. Beliau juga mengatakan belum banyak mengerti bagaimana mempromosikan barang yang dijual dikarenakan kurang baik dalam berkomunikasi, sehingga barang yang dipesan oleh pembeli menumpuk dan membuat pembeli merasa tidak puas dengan pemesanan dari penjualannya.⁸

Wawancara dengan Riska Sonia Gaus seorang penjual *online* yang menjual kosmetik (*skincare*) yang berada di Desa Pangurabaan mengatakan bahwa:

Beliau mulai berjualan *online* dari awal tahun 2019. Pada saat mempromosikan barang sering terjadinya kendala dengan jaringan yang kurang memadai. Pada saat pembelian pertama dari barang yang beliau promosikan ada sebagian pembeli yang tidak merasa puas sehingga pembelian selanjutnya pembeli tidak melakukan pembelian lagi kepada beliau.⁹

Wawancara dengan ibu Nadira Siregar seorang penjual *online* yang menjual pakaian dewasa dan anak-anak di Desa Pangurabaan mengatakan bahwa:

Beliau mulai berjualan *online* pada tahun 2020. Penjualan *online* yang dilakukan oleh Ibu Nadira yang sudah dikemas dan menunggu pengiriman barang kepada pihak pembeli sering terjadi pembatalan pemesanan barang, sehingga banyak barang yang menumpuk dan terjadi promosi dengan penurunan harga barang. Barang yang menumpuk juga akan sulit terjual dikarenakan adanya barang atau produk keluaran baru.¹⁰

Promosi penjualan yang dilakukan dengan menggunakan media sosial dengan perantara *gadget* sulit jika tanpa koneksi internet cuaca buruk (hujan). Masalah lainnya terletak pada bagian harga dimana konsep harga dalam ekonomi Islam itu harga yang adil. Dalam agama Islam adalah harga yang tidak memberatkan ataupun merugikan bagi kedua belah pihak, dan tidak pula menimbulkan kezaliman atas harga yang ditetapkan. Sementara konsep harga

⁸Hasil wawancara dengan Winda Rizka Ramdyah Siregar, penjual online Desa Pangurabaan, pada tanggal 26 November 2022, pukul 11.30 WIB.

⁹Hasil wawancara dengan Riska Sonia Gaus, penjual online Desa Pangurabaan, pada tanggal 26 November 2022, pukul 12.10 WIB.

¹⁰Hasil wawancara dengan ibu Nadira Siregar, penjual online Desa Pangurabaan, pada tanggal 26 November 2022, pukul 13.00 WIB.

dalam ekonomi Islam adalah semua harga terkait dengan faktor produksi maupun produk barang itu sendiri bersumber pada mekanisme pasar seperti itu, karena itu ketetapan harga tersebut telah diakui sebagai harga yang adil dan wajar (harga yang sesuai).¹¹

Peneliti juga melakukan wawancara dengan beberapa pembeli *online* yang berada di Desa Pangurabaan. Hasil wawancara dengan Nur Aisyah Hanum Siagian seorang pembeli *online* di Desa Pangurabaan mengatakan bahwa “Pembelian barang *online* sering terjadi ketidaksesuaian barang yang dipromosikan dengan barang yang dipesan. Harga barang yang dipesan tidak sesuai dengan kualitasnya”.¹²

Wawancara dengan Riska Yulianita Siregar seorang pembeli online di Desa Pangurabaan mengatakan bahwa:

Sering terjadi barang tidak dikirim setelah melakukan transaksi pembayaran di awal dengan sistem transfer. Barang yang dipesan sebelum sampai kepada pembeli sering di return oleh pihak penjual. Beliau juga mengatakan biaya ongkos kirim sering lebih mahal dari pada produk atau barang yang kita pesan. Kurir juga sering menambahkan biaya ongkos kirim (ongkir) yang tidak sesuai dengan struk pembayaran.¹³

Wawancara dengan Ibu Sripadu seorang pembeli *online* di Desa Pangurabaan mengatakan bahwa:

Pada saat promosi barang yang ditunjukkan kualitasnya bagus dan ori, tetapi setelah dilakukan pemesanan dan barang yang telah dipesan sudah sampai tidak sesuai dengan yang dipromosikan. Beliau juga mengatakan sering terjadi barang yang dikirim oleh pihak penjual *online* rusak atau cacat.¹⁴

¹¹Supriadi, *Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam*, (Bogor: Guepedia, 2018), hlm.9.

¹²Hasil wawancara dengan Nur Aisyah Hanum Siagian, pembelian online Desa Pangurabaan, pada tanggal 26 November 2022, pukul 14.00 WIB.

¹³Hasil Wawancara dengan Riska Yulianita Siregar, pembeli online Desa Pangurabaan, pada tanggal 28 November 2022, pukul 13.10 WIB.

¹⁴Hasil wawancara dengan ibu Sripadu, pembeli online Desa Pangurabaan, pada tanggal 28 November 2022, pukul 10.30 WIB.

Dalam pembelian *online* banyak harga promosi yang diberikan oleh penjual pada saat-saat tertentu, barang lengkap atau ketersediaan barang yang akan dipesan, dan akan tetapi masih sering terjadi barang yang diterima tidak sesuai dengan ekspektasi atau yang di iklankan dan dipromosikan. Karena pembeli tidak melihat secara langsung barang yang akan dibeli, dimana pembeli hanya melihat gambar yang akan dijual. Potensi penipuan yang sangat tinggi, dimana ketika pembeli sudah melakukan pembayaran namun barang tidak kunjung diantar kepada pembeli. Potensi gagal bayar dari pembeli, dimana ketika penjual sudah mengirim barang kepada pembeli namun pembayaran tidak kunjung dilakukan oleh pembeli.¹⁵ Dalam QS. An-Nisa ayat 29 dijelaskan jual beli yang diperbolehkan yaitu dalam jual beli harus saling rela merelakan, tidak boleh menipu, tidak boleh berbohong, dan tidak boleh merugikan kepentingan umum.

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

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu”.

¹⁵Muhammad Deni Putra, “Jual Beli On-Line Berbasis Media Sosial Dalam Prespektif Ekonomi Islam”, *Ihtizam Journal Of Shariah Economic Research*, Vol 3, No.1, Tahun 2019, hlm. 86.

Menurut Tafsir Ibnu Kasir, maksud ayat di atas ialah Allah SWT melarang hamba-hamba-Nya yang beriman memakan harta sebagian mereka terhadap sebagian lainnya dengan bathil, yaitu dengan berbagai macam usaha yang tidak syar'i seperti riba, judi dan berbagai hal serupa yang penuh tipu daya, sekalipun pada lahiriahnya cara-cara tersebut berdasarkan keumuman hukum syar'i, tetapi diketahui oleh Allah dengan jelas bahwa pelakunya hendak melakukan tipu muslihat terhadap riba.¹⁶

Dalam jurnal yang ditulis oleh Budi Gautama Siregar “Pengaruh Promosi Dan Lokasi Usaha Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Produk Giro Wadi'ah Di Pt. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan” menyatakan bahwa:

Promosi berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah, karena promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah bank. Promosi ikut mempengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra bank di mata para nasabahnya. Promosi juga mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan produk yang ditawarkan perbankan, karena tanpa promosi calon nasabah dan masyarakat tidak akan mengenal bank dan produknya.¹⁷ Ari Setianingrum menyebutkan bahwa promosi dalam bentuk merupakan satu usaha untuk mempengaruhi pihak lain. Secara lebih spesifik, promosi adalah salah satu elemen *MarketingMix* dalam sebuah perusahaan.¹⁸

Dalam Jurnal yang ditulis oleh Muhammad Isa dengan judul “Perencanaan Pesan Promosi Berdasarkan *Importance-Performance Analysis*” menyatakan bahwa:

Sudah seharusnya setiap promosi yang ditujukan untuk menarik minat calon konsumen untuk membeli produk/jasa yang ditawarkan perusahaan

¹⁶Ade Wahidin, “Prinsip Saling Relasi Dalam Transaksi Ekonomi Islam (Tafsir Analitis Surat An-Nisa’ [4] Ayat 29)”, *Jurnal Ad-Deenar*, Vol. 2 No. 2 (Bogor 2018), hlm. 116-117.

¹⁷Budi Gautama Siregar, “Pengaruh Promosi Dan Lokasi Usaha Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Produk Giro Wadi'ah Di Pt. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan,” *Jurnal Penelitian Ilmu-ilmu Sosial dan Keislaman*, Vol. 2, No.2, Desember 2016, hlm. 21.

¹⁸Ari Setianingrum, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2015), hlm. 223.

dilakukan dengan jujur dan bertanggung jawab. Promosi yang jujur akan memuaskan konsumen dan menumbuhkan kepercayaan yang pada akhirnya menciptakan loyalitas. Sebaliknya promosi yang mengandung kebohongan akan mengecewakan konsumen dan menurunkan volume penjualan produk dalam jangka panjang. Akibat lainnya adalah munculnya komplain pelanggan bahkan dapat dituntut secara hukum di muka pengadilan.¹⁹

Dalam Jurnal yang ditulis oleh Nurul Izzati dengan judul “Motif Penggunaan *Gadget* Sebagai Sarana Promosi Bisnis *Online* Dikalangan Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta” menyatakan bahwa:

Kehadiran *gadget* terutama dalam bentuk *smartphone* telah banyak memberikan kontribusi dalam kehidupan sehari-hari, *gadget* sebagai media pencarian informasi, melakukan interaksi mendapatkan hiburan bahkan hingga berbisnis secara *online*. Menggunakan *gadget* sebagai media untuk berbisnis *online* dianggap selain lebih simpel juga mudah dalam proses penjualan barang berupa produk kecantikan dan kesehatan. Penggunaan aplikasi bisnis *online* yaitu melalui BBM, Whatsapp dan Facebook, ketiga aplikasi tersebut sangat efisien dalam melakukan promosi maupun penjualan produk ataupun barang secara *online*.²⁰

Dalam jurnal yang ditulis oleh Aditya Hermawan dan Aniek Murniati dengan judul “*Designing Online Marketplace To Resolve Marketing Problem For Small And Medium Enterprises (Smes)*” menyatakan bahwa:

Belajar untuk merancang pasar *online* untuk memberikan solusi dengan masalah yang dihadapi oleh Usaha Kecil dan Menengah (UKM), dimana kesulitan untuk memasarkan produk mereka secara *online*. Salah satu masalah yang dihadapi oleh UKM adalah sulit memasarkan produk mereka secara *online*. Dimana dengan salah satu solusi yang disediakan adalah dengan merancang pasar *online* untuk pemasaran secara efektif. Memasarkan produk dengan melalui media sosial seperti *facebook*, *twitter*, *instagram* dan lainnya. Selain itu juga bisa menggunakan situs web untuk mengiklankan produk mereka melalui iklan *online*.²¹

¹⁹Muhammad Isa, “Perencanaan Pesan Promosi Berdasarkan Importance-Performance Analysis,” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan*, Vol. 1, No. 1, Januari-Juni 2015, hlm. 88.

²⁰Nurul Izzati, “Motif Penggunaan Gadget Sebagai Sarana Promosi Bisnis Online Di Kalangan Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga,” *Jurnal Komunikasi ASPIKOM*, Vol. 2, No. 5, Juli 2019, hlm. 379.

²¹Aditya Hermawan, Aniek Mrniawati, “Designing Online Marketplace To Resolve Marketing Problem For Small And Medium Enterprises (Smes),” *Jurnal Ilmiah Bidang Akuntansi dan Manajemen (JEMA)*, Vol. 14, No. 1, Oktober 2018, hlm. 55-56.

Dalam jurnal Muhammad Deni Putra dengan judul “Jual Beli *Online* Berbasis Media Sosial Dalam Perspektif Ekonomi Islam” menyatakan bahwa:

Dalam melakukan transaksi mu’amalah hal-hal yang paling penting di ingat adalah akad (pejanjian). Seiring perkembangan transaksi jual beli kontemporer, tidak lagi semata mengandalkan jual beli dengan tatap muka. Transaksi jual beli kontemporer seiring dengan perkembangan teknologi telah memunculkan bentuk penjualan lainnya yaitu jual beli *online*. Penjualan yang dapat diperkenankan sesuai dengan perkembangan dan kemajuan teknologi, mengingat banyak manfaat yang dapat diperoleh dari transaksi dari modal penjualan ini. Namun perlu diingat baik oleh penjual maupun pembeli adalah prinsip kehati-hatian untuk meminimalisir kemungkinan terjadinya penipuan baik dari sisi penjual maupun dari sisi pembeli.²²

Promosi menjadi dua sudut pandang, bagi produsen adalah sebuah kegiatan untuk memberi info tentang produk, membujuk konsumen, untuk membeli, serta mengingatkan konsumen agar tidak melupakan produk. Bagi konsumen, promosi adalah komunikasi antara produsen dan konsumen yang bertindak sebagai ajakan, memberikan nilai tambah atau insentif untuk membeli produk. Proses transaksi secara online pada dasarnya tidak jauh berbeda dengan proses transaksi secara langsung. Transaksi secara *online* menggunakan kontrak jual beli yang disebut kontrak elektronik. Kontrak elektronik ini adalah perjanjian para pihak yang dibuat melalui sistem elektronik.²³

Kemudian dalam penelitian Rika Yuliana “Faktor-faktor yang Melatarbelakangi Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Bengkulu Memilih Belanja *Online*”, menyatakan bahwa:

Perkembangan perekonomian serta teknologi memberi pengaruh terhadap pertumbuhan dan perkembangan ekonomi dunia usaha. Penggunaan

²²Muhammad Deni Putra, “Jual Beli Online Berbasis Media Sosial Dalam Perspektif Ekonomi Islam,” *Jurnal Ekonomi Syari’ah*, Vol. 3, No. 1, Juni 2019, hlm. 100.

²³Nurul Izzati, “Motif Penggunaan Gadget Sebagai Sarana Promosi Bisnis Online Di Kalangan Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga”, Vol. 2 No. 5, (Juli 2015), hlm. 375

internet semakin populer dikalangan para generasi muda tak terkecuali mahasiswa. Mahasiswa yang cenderung memilih belanja *online* dalam memenuhi kebutuhan memberikan berbagai kemudahan yang instan dalam transaksinya, selain itu juga sebagai pertimbangan sebagai mahasiswa membuktikan bahwa belanja *online* juga menimbulkan kekecewaan. Kewaspadaan terhadap pengguna belanja *online* sebaiknya menjadi pertimbangan bagi semua pihak yang dirugikan.²⁴

Dalam penelitian Nurhaliza dengan judul “Analisis Jual Beli *Online* Dalam Perspektif Hukum Islam Dan Hukum Perdata Indonesia” menyatakan bahwa:

Jual beli *online* telah tumbuh dan menjamur ditengah-tengah masyarakat dan kehidupan kita sehari-hari. Mulai dari penjualan pakaian jadi, pakaian bekas, sepatu, tas, buku, dan lain-lain. Perilaku masyarakat yang konsumtif dan terlalu mengikuti gaya kebarat-baratan, dimana masyarakat yang suka membelanjakan uangnya dalam jumlah yang besar. Masyarakat saat ini lebih mementingkan keinginannya dari pada kebutuhannya. Layanan internet yang berkembang saat ini kurang terfilterisasi sesuai batas umur.²⁵

Hal ini menimbulkan keuntungan dan kerugian masyarakat, dan masyarakat harus menanggung resiko seperti ketidaksesuaian barang dan pengiriman barang yang terlambat, kerusakan barang dan barang cacat. Demikian juga yang terjadi dari pihak penjual terjadi pengembalian barang COD. Hal ini menimbulkan kerugian tersendiri bagi penjual dan pembeli diantaranya, dari segi keuangan pembeli mengalami kerugian sebab barang yang tidak sesuai dengan ekspektasi sementara pembeli sudah melakukan pembayaran. Dari segi penjual mengalami kerugian sebab penjual tidak mendapatkan keuntungan dari barang yang sudah terkirim ke pembeli.

²⁴Rika Yuliana, “Faktor-faktor yang Menelatarbelakangi Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Bengkulu Memilih Belanja Online”, Skripsi Fakultas dan Bisnis Islam Iain Bengkulu, 2017, hlm. 2.

²⁵Nurhaliza, “Analisis Jual Beli Online Dalam Perspektif Hukum Islam Dan Hukum Perdata Indonesia”, Skripsi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2019, hlm. 3.

Berdasarkan latar belakang di atas, masyarakat Kecamatan Desa Pangurabaan sudah tentu memiliki tanggapan yang berbeda-beda dari penjualan dan pembelian *online*. Penelitian ini tentunya sangat penting karena pada dasarnya mekanisme pasar dalam konsep Islam melarang adanya sistem kerjasama yang tidak jujur. Prinsip monopoli dan oligopoli tidak dilarang dalam Islam selama pelaku tidak mengambil keuntungan di atas keuntungan yang wajar. Praktik perdagangan yang Islami adalah perdagangan yang dilandasi oleh nilai-nilai dasar agama yang menjunjung tinggi kejujuran dan keadilan. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti perihal promosi sebagai sarana jual beli *online* melalui sebuah judul penelitian yaitu **“Dampak Gadget Sebagai Sarana Promosi Jual Beli Online Perspektif Ekonomi Islam Pada Masyarakat Desa Pangurabaan”**.

B. Batasan Masalah

Untuk membatasi penelitian dalam proses penelitian, peneliti membatasi masalah yang akan di bahas yaitu bagaimana Dampak *Gadget* Sebagai Sarana

C. Batasan Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam penulisan ini, maka peneliti memberikan batasan istilah dengan kata kunci yang berkaitan dengan penelitian ini sebagai berikut:

1. Dampak adalah benturan, pengaruh yang mendatangkan akibat (baik positif maupun negatif). Benturan yang cukup hebat antara dua benda sehingga menyebabkan perubahan yang berarti dan momentum (puas) sistem memahami

benturan itu.²⁶ Dampak dalam penelitian ini adalah daya yang ada dan timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang dalam menggunakan *Gadget* Sebagai Sarana Promosi Jual Beli *Online* Pada Masyarakat Desa Pangurabaan.

2. *Gadget* adalah sebuah istilah dalam bahasa Inggris yang mengartikan sebuah alat elektronik kecil dengan berbagai macam fungsi khusus.²⁷ *Gadget* dalam penelitian ini dianggap sebagai suatu perangkat elektronik yang memiliki fungsi khusus pada setiap perangkatnya untuk mempermudah Sarana Promosi Jual Beli *Online* Pada Masyarakat Desa Pangurabaan.
3. Promosi adalah bagian dari bauran pemasaran yang besar peranannya. Promosi merupakan kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan perusahaan untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan.²⁸ Promosi dalam penelitian ini bertujuan sebagai alat untuk memengaruhi masyarakat Desa Pangurabaan dalam melakukan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pada jual beli *online*.
4. Jual beli *online* adalah suatu kegiatan ataupun aktivitas jual-beli berupa transaksi penawaran barang, dimana penjual dan pembelinya tidak harus bertemu langsung untuk melakukan penawaran dan pembelian terhadap suatu barang secara *online* dengan memanfaatkan teknologi internet.²⁹ Jual beli *online*

²⁶Veronika Nugraheni Sri Lestari, dkk, “*Deteksi Dini Amdal Dengan Early Warning System Berbasis Aplikasi*”, (Surabaya: CV. Jakad Media Publisng, 2020), hlm. 41.

²⁷Puji Asmaul Husna, Pengaruh Penggunaan Media Gadget Pada Perkembangan Karakter Anak, *Jurnal Dinamika Penelitian Media Komunikasi Sosial Keagamaan*, Volume 17, Nomor 2, November 2017, hlm. 318

²⁸M. Fuad Cristhine, “*Pengantar Bisnis*”, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2020), hlm.130.

²⁹Isnawati, “*Jual Beli Online Sesuai Syariah*”, (Jakarta: Lentera Islam, 2019), hlm.8.

dalam penelitian ini bertujuan untuk mempermudah transaksi pada masyarakat Desa Pangurabaan.

5. Perspektif Ekonomi Islam adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi masyarakat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam.³⁰ Perspektif ekonomi Islam dalam penelitian ini bertujuan untuk menyeimbangkan kehidupan masyarakat Desa Pangurabaan antara dunia dan akhirat.
6. Masyarakat merupakan sekumpulan manusia yang hidup secara berdampingan dengan segala kebudayaan dan kepribadian.³¹ Masyarakat Desa Pangurabaan adalah sekelompok orang yang ingin diteliti, untuk menemukan titik permasalahan dan hasil yang sedang diteliti.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, dirumuskan permasalahan yang ingin diteliti adalah:

1. Bagaimana dampak *gadget* sebagai sarana promosi jual beli *online* di Desa Pangurabaan?
2. Bagaimana perspektif ekonomi Islam terhadap dampak *gadget* sebagai sarana promosi jual beli *online* di Desa Pangurabaan?

³⁰Ika Yunia Fauzia & Abdul Kadir Riyadi, “Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Ekonomi Muqashid Al-Syari’ah”, (Jakarta: Kencana, 2014), hlm. 6.

³¹Purwaningsih, “Pranata Sosial dalam Kehidupan Masyarakat”, (Semarang: Alprin, 2020), hlm.1

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian berdasarkan rumusan masalah yaitu:

1. Untuk mengetahui dampak *gadget* sebagai sarana promosi jual beli *online*.
2. Untuk mengetahui bagaimana perspektif ekonomi Islam terhadap dampak *gadget* sebagai sarana promosi jual beli *online* di Desa Pangurabaan.

F. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Sebagai sarana untuk menambah pengetahuan serta dapat juga menjadi media aplikasi teori-teori yang diperoleh semasa perkuliahan dan merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

2. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan keilmuan khususnya ilmu promosi jual beli *online*. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat dan dapat digunakan sebagai sumber referensi penelitian selanjutnya.

3. Bagi Lembaga

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan yang berkaitan dengan ilmu promosi jual beli *online* kepada masyarakat.

G. Sistematika Pembahasan

Bab I pendahuluan terdiri dari latar belakang masalah yang berisi tentang argumentasi peneliti dengan mendeskripsikan beberapa masalah pada penelitian ini. Batasan masalah berisi tentang istilah yang dipertegas makna apa yang dimaksud peneliti. Tujuan penelitian dan kegunaan penelitian berisi penelitian agar dapat memberi manfaat bagi setiap orang yang membutuhkan.

Bab II Landasan Teori yang berisi pembahasan lebih luas terkait “Dampak *Dagdet* Sebagai Sarana Promosi Jual Beli *Online* Perspektif Ekonomi Islam Pada Masyarakat Desa Pangurabaan” Penelitian terdahulu memuat hasil penelitian sebelumnya yang memiliki kemiripan dengan judul penelitian yang diangkat oleh peneliti yang bertujuan agar penelitian yang diangkat dapat menghasilkan penelitian ilmiah baru.

Bab III Metodologi Penelitian yang terdiri dari waktu dan lokasi penelitian yang akan dilakukan, jenis penelitian yang berisi tentang hal-hal yang akan dijadikan objek penelitian. Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan data sekunder. Instrumen dan teknik pengumpulan data adalah yang berisi pengumpulan data yang dibutuhkan peneliti. Teknik analisis data dalam penelitian ini merupakan analisis kualitatif. Teknik keabsahan data berisi pemeriksaan keabsahan data yang digunakan penelitian ini.

Bab IV Hasil Penelitian yang tersusun atas hasil-hasil penelitian yang merupakan kumpulan data-data yang penulis peroleh dan pembahasan yang merupakan hasil analisis penulis terhadap permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian.

Bab V Penutup yang merupakan kesimpulan penelitian yang terdiri dari kesimpulan dan saran-saran yang terkait dengan masalah atau objek penelitian untuk menjadi bahan pertimbangan serta tindakan mereka.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Dampak

a. Pengertian Dampak

Dampak adalah benturan, pengaruh yang mendatangkan akibat (baik positif maupun negatif).³² Pengaruh adalah daya yang ada dan timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang. Pengaruh adalah suatu keadaan dimana ada hubungan timbal balik atau hubungan sebab akibat antara apa yang mempengaruhi dengan apa yang dipengaruhi.³³

b. Dampak Positif dan Negatif

Dampak positif adalah keinginan untuk membujuk, meyakinkan, mempengaruhi atau memberi kesan kepada orang lain, dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginan yang baik. Dampak negatif adalah keinginan untuk membujuk, meyakinkan, memengaruhi atau memberi kesan kepada orang lain, dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginannya yang buruk dan menimbulkan akibat tertentu.³⁴

³²Veronika Nugraheni Sri Lestari, dkk, *Deteksi Dini Amdal Dengan Early Warning System Berbasis Aplikasi*, hlm. 41.

³³<https://repository.widyatama.ac.id> diakses pada juni 2014

³⁴Junierissa Marpaung, "Pengaruh Penggunaan Gadget Dalam Kehidupan", *Jurnal Kopasta*, Vol 5 No. 2, 2018.

2. Gadget

a. Pengertian *Gadget*

Setiap manusia saat ini tidak pernah terlepas dari *gadget* atau sering disebut dengan *handphone*. *Gadget* pada awalnya hanya dipahami sebagai perangkat elektronik yang berbentuk kecil dan bisa dibawa kemana-mana atau *mobile*. Saat ini pengertiannya sudah bergeser bukan saja bentuknya yang kecil namun memiliki fungsi yang lebih baik, praktis, komplit dan didesign lebih bergaya dan modern.³⁵

Gadget adalah sebuah istilah dalam bahasa Inggris yang mengartikan sebuah alat elektronik kecil dengan berbagai macam fungsi khusus. *Gadget* (Bahasa Indonesia: acang) adalah suatu istilah yang berasal dari bahasa Inggris untuk merujuk pada suatu peranti atau instrumen yang memiliki tujuan dan fungsi praktis spesifik yang berguna yang umumnya diberikan terhadap sesuatu yang baru. *Gadget* dalam pengertian umum dianggap sebagai suatu perangkat elektronik yang memiliki fungsi khusus pada setiap perangkatnya. Contohnya: *handphone* atau *smartphone* dan games.³⁶

Gadget memiliki fungsi dan manfaat yang relatif sesuai dengan penggunaannya. Fungsi dan manfaat *gadget* secara umum diantaranya:

³⁵S Nada Azkia, "7 Formula Baru Mengatasi Kecanduan Gadget Pada Anak", (Jawa Timur: Detak Pustaka, 2022), hlm. 2.

³⁶Puji Asmaul Husna, "Pengaruh Penggunaan Media Gadget Pada Perkembangan Karakter Anak", *Jurnal Dinamika Penelitian Media Komunikasi Sosial Keagamaan*, Volume 17, Nomor 2, November 2017, hlm. 318.

1) Komunikasi

Kegiatan komunikasi bukan hanya memberi informasi, tetapi juga merupakan kegiatan persuasi. Artinya, satu kegiatan yang dilakukan dengan cara membujuk dan bertujuan agar orang lain bersedia menerima suatu paham atau keyakinan.³⁷

Pengetahuan manusia semakin luas dan maju. Jika zaman dahulu manusia berkomunikasi melalui batin, kemudian berkembang melalui tulisan yang dikirimkan melalui pos. Sekarang zaman era globalisasi manusia dapat berkomunikasi dengan mudah, cepat, praktis dan lebih efisien dengan menggunakan *handphone* atau *smartphone*.³⁸

2) Sosial

Gadget memiliki banyak fitur dan aplikasi yang tepat untuk kita dapat berbagi berita, kabar, dan cerita. Sehingga dengan pemanfaatan tersebut dapat menambah teman dan menjalin hubungan kerabat yang jauh tanpa harus menggunakan waktu yang relatif lama untuk berbagi.³⁹

3) Pendidikan

Seiring berkembangnya zaman, sekarang belajar tidak hanya terfokus dengan buku. Namun melalui *gadget* kita dapat mengakses berbagai ilmu pengetahuan yang kita perlukan. Tentang pendidikan,

³⁷Ratu Mutialela Caropeboka, *Konsep dan Aplikasi Ilmu Komunikasi*, (Yogyakarta: ANDI, 2017), hlm, 1.

³⁸Omas Sauludin, dkk, *Teknologi Meningkatkan Atau Memajukan Kreativitas Anank*, (Yogyakarta: Alineaku, 2021), hlm. 45.

³⁹Omas Sauludin, dkk, *Teknologi Meningkatkan Atau Memajukan Kreativitas Anak*, hlm. 46.

politik, ilmu pengetahuan umum, agama tanpa harus repot pergi ke perpustakaan yang mungkin jauh untuk dijangkau.⁴⁰

4) Hiburan

Bukan rahasia lagi *gadget* juga bermanfaat untuk menghilangkan kepenatan melalui hiburan yang ditawarkan seperti menonton video dan bermain *game*. Dengan adanya internet dan juga *gadget* dapat dimanfaatkan untuk belajar dan mempermudah mencari informasi serta berbisnis melalui *online*.⁴¹

b. Dampak Penggunaan *Gadget*

Gadget memiliki banyak manfaat apalagi digunakan dengan cara yang benar dan semestinya diperbolehkan orang tua mengenalkan *gadget* pada anak memang perlu tetapi harus diingat dampak positif dan dampak negatifnya. *Gadget* memiliki dampak positif dan juga negatif.

Dampak tersebut antara lain adalah:

1) Dampak Positif Penggunaan *Gadget*

- a) Berkembangnya imajinasi (melihat gambar kemudian menggambarinya sesuai imajinasinya yang melatih daya pikir tanpa diatasi oleh kenyataan).
- b) Melatih kecerdasan (dalam hal ini anak dapat terbiasa dengan tulisan, angka, gambar yang membantu melatih proses belajar).

⁴⁰Puji Asmaul Husna, *Pengaruh Media Gadget Pada Perkembangan Karakter Anak*, hlm. 318-319.

⁴¹Nurudin, dkk, *Relasi Kuat Antara Geberasi Milenial dan Media*, (Malang: PT. Citra Intrans Selarah), hlm. 48.

c) Meningkatkan rasa percaya diri (saat anak memenangkan suatu permainan akan termotivasi untuk menyelesaikan permainan). Mengembangkan kemampuan dalam membaca, matematika, dan pemecahan masalah (dalam hal ini anak akan timbul sifat dasar rasa ingin tahu akan suatu hal yang membuat anak akan muncul kesadaran kebutuhan belajar dengan sendirinya tanpa perlu dipaksa).⁴²

2) Dampak Negatif Penggunaan *Gadget*

a) Menyalahgunakan sosial media seperti kasus *online shop* yang menawarkan barang barang mewah berkedok penipuan sebagai alat mencari uang dengan cara yang tidak benar.⁴³

b) Penurunan konsentrasi saat belajar (pada saat belajar anak menjadi tidak fokus dan hanya teringat dengan *gadget*, misalnya anak teringat dengan permainan *gadget* seolah-olah dia seperti tokoh dalam *game* tersebut).

c) Malas menulis dan membaca (hal ini diakibatkan dari penggunaan *gadget* misalnya pada saat anak membuka video di aplikasi youtube anak cenderung melihat gambarnya saja tanpa harus menulis apa yang mereka cari).

⁴²Derry Iswidharmanjaya & Beranda Argency, *Bila Si Kecil Bermain Gadget*, (Jakarta: Bisakimian, 2014), hlm.32.

⁴³Nurudin, dkk, *Relasi Kuat Antara Geberasi Milenial dan Media*, hlm. 13.

- d) Penurunan dalam kemampuan bersosialisasi (misalnya anak kurang bermain dengan teman di lingkungan sekitarnya, tidak memperdulikan keadaan disekelilingnya).
- e) Kecanduan (anak akan sulit dan ketergantungan dengan *gadget* karena sudah menjadi suatu hal yang menjadi kebutuhan untuknya).
- f) Dapat menimbulkan gangguan kesehatan (jelas dapat menimbulkan gangguan kesehatan karena paparan radiasi yang ada pada *gadget*, dan juga dapat merusak kesehatan mata anak).
- g) Perkembangan kognitif anak terhambat (kognitif atau pemikiran proses psikologis yang berkaitan bagaimana individu mempelajari, memperhatikan, mengamati, membayangkan, memperkirakan, menilai dan memikirkan lingkungannya akan terhambat).
- h) Menghambat kemampuan berbahasa (anak yang terbiasa menggunakan gadget akan cenderung diam, sering menirukan bahasa yang didengar, menutup diri dan enggan berkomunikasi dengan teman atau lingkungannya).
- i) Dapat mempengaruhi perilaku anak (seperti contoh anak bermain *game* yang memiliki unsur kekerasan yang mempengaruhi pola perilaku dan karakter yang dapat menimbulkan tindak kekerasan terhadap teman).⁴⁴

Jadi, dampak dari penggunaan secara berlebihan dapat menimbulkan berbagai macam gangguan kesehatan. Kebanyakan dari

⁴⁴Derry Iswidharmanjaya & Beranda Argency, *Bila Si Kecil Bermain Gadget*, hlm. 15.

mereka baru menyadari tentang bahaya terlalu lama menggunakan *gadget* secara berlebihan setelah mengalami rasa sakit pada tubuhnya.

c) Tujuan Penggunaan *Gadget*

Ada berbagai tujuan seseorang menggunakan *gadget*, diantaranya sebagai sarana untuk memudahkan komunikasi jarak jauh dengan orang lain, baik antara Kota ataupun mancanegara, dan juga sebagai media informasi. *Gadget* dapat memperpendek jarak ruang jauh, sehingga dapat saling berkomunikasi pada saat bersamaan. *Gadget* membantu komunikasi antar individu dan bahkan antar antar kelompok dengan berbagai fasilitas layanan yang disediakan oleh jasa telekomunikasi.

3. Promosi

a. Pengertian Promosi

Promosi adalah latihan dalam informasi upaya untuk memberitahukan, menawarkan produk atau jasa pada tujuan dengan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya.⁴⁵

Menurut Lupiyoadi promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhan.⁴⁶

⁴⁵Yenni Arfah, "Keputusan Pembelian Produk" (Padangsidempuan: PT. Inovasi Pratama Internasional, 2022), hlm. 12.

⁴⁶Lupiyoadi Rambat, A.Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), hlm. 76.

Kotler dan Armstrong meendefinisikan bahwa promosi merupakan bentuk persuasif secara langsung melalui penggunaan berbagai intensif yang diatur untuk dapat merangsang pembelian suatu produk dengan segera guna meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan. Promosi mengacu pada kegiatan berkomunikasi dua menit dan membujuk pelanggan sasaran untuk membeli.⁴⁷

b. Bauran Promosi

Kegiatan promosi biasanya merupakan salah satu komponen yang menjadi prioritas dari kegiatan pemasaran. Dengan adanya promosi maka konsumen akan mengetahui bahwa perusahaan meluncurkan produk baru yang akan menggoda konsumen untuk melakukan pembelian. Kegiatan promosi sangat erat kaitannya dengan penyebaran informasi untuk disampaikan ke konsumen karena selama ini tingkat keberhasilan produk dipasar salah satunya dipengaruhi oleh pemilihan media dan tipe promosi yang dipilih.⁴⁸ Berikut adalah alat-alat promosi yang umum digunakan Kotler dan Armstrong.

1) Periklanan (*Advertising*)

Periklanan (*Advertising*) merupakan komunikasi yang dilakukan dalam bentuk tayangan gambar atau kata-kata yang tertuang dalam spanduk, brosur, billboard dll. Periklanan memberikan

⁴⁷Rahmawati, *Apa Saja Panduan Variabe Dalam Bidang Marketing*, (Samarinda: CV. Budi Utama, 2022), hlm.20.

⁴⁸Arianto, *Komunikasi Pemasaran Konsep dan Aplikasi di Era Digital*, (Surabaya: Airlangga University Press), hlm. 76-77.

perusahaan kesempatan untuk mengembangkan satu merek dan satu identitas.

2) Publisitas dan Hubungan Masyarakat

Publisitas adalah informasi mengenai suatu perusahaan, produk, atau acara yang disiarkan oleh media masa umum untuk menarik perhatian publik. Hubungan masyarakat adalah informasi yang dipengaruhi perusahaan yang bertujuan untuk membangun iktikad baik dengan masyarakat, dengan cara mempublikasikan kontribusi amal perusahaan, hal ini digunakan untuk memperoleh pengertian, simpati, dan dukung.

3) Promosi Penjualan (*sales promotion*)

Promosi penjualan merupakan aktifitas pemasaran yang mengusu lkan nilai tambah dari suatu produk dalam jangka waktu tertentu dalam rangka mendorong pembelian konsumen, aktivitas penjualan, atau mendorong upaya yang dilakukan oleh tenaga penjual, iklan, dan dukungan promosi penjualan. Promosi yang dilakukan penjual akan menjadi daya tarik yang dapat mempercepat terjadinya proses pembelian barang atau jasa.⁴⁹

Jenis-jenis yang bisa digunakan dalam promosi penjualan diantaranya:

⁴⁹Miguna Astuti & Nurhafifah Mantondang, “*Manajemen Pemasaran UMKM dan Digital Sosial Medi*”, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020), hlm. 12.

- a) Kupon adalah sertifikat yang membuat pemegangnya memiliki hak atas penghematan yang tertulis terhadap pembelian produk tertentu dilakukan dengan menulis identitas pembeli kemudian diundi.
- b) Premi (hadiah) adalah barang-barang yang ditawarkan pada biaya relatif rendah atau gratis sebagai insentif untuk membeli produk tertentu.
- c) Garansi produk adalah janji eksplisit atau implisit oleh penjual bahwa produk akan berkinerja dengan baik, jika tidak penjual akan memperbaikinya atau mengembalikan uang pembeli sepanjang periode tertentu.
- d) Penurunan harga adalah diskon langsung dari harga resmi untuk setiap pembeli sepanjang periode waktu yang ditentukan. Dengan harga yang diturunkan, sehingga orang tertarik untuk membelinya.
- e) Barang gratis adalah menawarkan tambahan barang kepada perantara yang membeli dalam kuantitatif atau menampilkan rasa atau ukuran tertentu.
- f) Pameran dagang adalah menjual produk di tempat keramaian agar produk itu dikenal orang dan biasanya disertai potongan harga.

c. Tujuan Promosi

Penjualan digenerasikan menjadi tiga yaitu meningkatkan dari para pengguna industri atau konsumen akhir, meningkatkan kinerja bisnis, mendukung dan mengkoordinasikan kegiatan personal dan iklan. Tujuan akhir promosi adalah meningkatkan penjualan. Selain itu, para tenaga pemasaran menggunakan promosi diantaranya:⁵⁰

- 1) Penyampaian informasi sehingga pembeli banyak mengetahui tentang produk.
- 2) Memposisikan produk, sehingga membuat calon pelanggan sadar terhadap produk tersebut.
- 3) Nilai tambah, membujuk mereka untuk menyukai produk.
- 4) Meningkatkan jumlah penjualan seperti pada perencanaan awal penjualan.
- 5) Mengendalikan volume penjualan, serta dapat mempengaruhi keputusan belanja pembeli.

d. Peran Promosi

Peran promosi adalah untuk memfasilitasi pertukaran langsung atau tidak langsung dengan menginformasikan individu, kelompok, atau organisasi, serta memengaruhi mereka untuk menerima produk suatu perusahaan atau untuk memiliki perasaan yang lebih positif tentang perusahaan. Untuk mempercepat perubahan secara langsung, pemasar

⁵⁰Astri Rumondang Banjarnahor, dkk, *Manajemen Komunikasi Pemasaran*, (Medan: 2021), hlm. 199.

menyampaikan informasi tentang barang, jasa, dan ide-ide perusahaan untuk segmen pasar tertentu.

Untuk mewujudkan pertukaran secara tidak langsung, pemasar mengelola kelompok kepentingan (seperti kelompok lingkungan dan pelanggan), lembaga legulator, investor, dan masyarakat umum tentang perusahaan dan produk-produknya. Oleh karena itu, dampak yang lebih luas dari promosi untuk mempertahankan hubungan yang positif antara perusahaan dan berbagai kelompok di lingkungan pemasaran.⁵¹

e. Promosi Dalam Perspektif Islam

Adapun etika yang dilakukan dalam berpromosi sesuai dengan ajaran Islam:

- 1) Jangan pernah mengobral sumpah, dalam beriklan dan berpromosi. Jujur, Islam sangat melarang memalsukan dan menipu karena dapat menyebabkan kerugian dan kezaliman.
- 2) Menjaga agar selalu memenuhi akad dan perjanjian serta kesepakatan diantara kedua belah pihak.
- 3) Menghindari berpromosi palsu.
- 4) Rela dengan laba yang sedikit karena itu akan mengundang kepada kecintaan manusia dan menarik banyak pelanggan serta mendapat berkah dalam rezeki.⁵²

f. Sarana Promosi Jual Beli *Online*

⁵¹Airlangga University, Peran Promosi, Dikutip dari <http://www.coursehero.com>, Pada hari Rabu, tanggal 18 November 2022, pukul 14.40.

⁵²Ismail Marzuki, Strategi Pemasaran Pedagang Sembako Dalam Meningkatkan Taraf Ekonomi Perspektif Ekonomi Islam, *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, Vol. 6, No. 1, (2019).

1) Sosial Media

Sosial media adalah kumpulan perangkat lunak di internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk iklan sosial secara virtual. Dalam makna bersosial adalah pengenalan (*cognitive*), komunikasi (*communicate*), dan kerjasama (*cooperation*).

Pendekatan melalui media sosial sering kali ditempuh, mengingat hampir semua orang memiliki akun media sosial seperti *Facebook*, *Twitter* dan *Instagram*. Kini, siapapun yang memiliki bisnis *online* maupun *offline* memanfaatkan media social sebagai wadah promosi produk dan *brand*. Bahkan, banyak toko *online* yang memulai bisnis mereka dari sosial media dan baru berpindah ke *website e-commerce* sendiri setelah memiliki *fanbase* yang luas.⁵³

2) Blog

Hampir semua *website* toko *online* yang sukses memiliki halaman *blog*, karena *blog* pun dapat menunjang promosi toko yang kita miliki. Jika, *website* berfungsi sebagai *platform* untuk bertransaksi *online*, maka *blog* ini berfungsi untuk mendukung promosi toko. Kita dapat memuat berita, *review* produk, *tips and tricks*, atau topik lainnya yang berkaitan dengan produk yang kita jual. Dukungan dengan konten

⁵³Sirclo, *Manfaat Media Promosi Online*, Dikutip dari <http://www.sirclo.com>, pada hari kamis, tanggal 01 September 2022, pukul 23.50.

yang menarik dan seru, *blog* ini dapat membuat pembaca semakin tertarik untuk mempelajari *brand* kita secara lebih dalam. *Blog* juga berguna untuk mendukung SEO (*Search Engine Optimization*) dari *website* toko *online* yang kita miliki.

3) *Marketplace*

Marketplace adalah segala usaha yang dilakukan untuk melakukan pemasaran suatu produk atau jasa yang dilakukan media internet atau jaringan *world wide web*. Sedangkan *place* sendiri dalam kamus bahasa inggris artinya adalah tempat. Jadi, pengertian dari *marketplace* adalah tempat atau wadah untuk melakukan pemasaran produk atau jasa menggunakan media internet.⁵⁴

Selain *website* pribadi, biasanya para pemilik toko *online* akan memanfaatkan situs jual beli *online* berupa *market place* untuk menjual produk serta berpromosi. Situs-situs seperti Lazada, Tokopedia, Elevenia, Bukalapak, Matahari Mall dan masih banyak lagi dapat kamu manfaatkan untuk memperluas jangkauan produk kamu di luar memiliki *webiste*. Nilai plus dari penggunaan *marketplace* ini adalah tidak dikenakannya biaya untuk menampilkan produk dalam situsnya dan hanya akan ada *surcharge* ketika transaksi berlangsung. Dengan kata lain, sarana *market place* tidak akan menimbulkan biaya promosi bagi toko *online* kamu.

⁵⁴Agus Dwi Cahya, dkk, "Memanfaatkan Marketplace Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Penjualan Di Tengah Pandemic Covid-19", *Jurnal Economic, Accounting, Management, and Business*, Volume 4, No.3, Juli 2021, hlm. 506.

g. Promosi dalam Konsep Ekonomi Islam

Seorang pengusaha Muslim diharamkan dan tidak diperbolehkan menjalankan usaha apapun yang melakukan transaksi dengan cara yang tidak dianjurkan dan bertentangan dengan syariat Islam. Dalam menjalankan suatu usaha pengusaha Muslim dilarang dalam melakukan praktik-praktik bisnis mencakup semua perbuatan bisnis yang tidak baik, jelek (secara moral) terlarang, membawa kerugian bagi pihak yang lain, seperti melakukan kecurangan dengan manipulasi identitas, data dan informasi, melakukan pencurian informasi rahasia atau mengakses dan menggunakan informasi yang bukan haknya.⁵⁵

Biasanya dalam kegiatan promosi, perusahaan berusaha memuji dan mengemukakan keunggulan barang yang di jualnya. Akan tetapi suatu hal yang tidak baik adalah apabila perusahaan secara berlebihan memuji-muji barang-barang yang dijualnya, padahal mutunya tidak sebaik yang sebenarnya. Karena semua aktivitas yang kita lakukan, Allah adalah dzat yang mengetahui apa-apa yang diperbuat oleh manusia baik sedikit maupun banyak, tersembunyi maupun terang-terangan. Hanya Allah-lah yang semestinya ditakuti dan dicintai. Adapun berpromosi yang harus dilakukan sesuai dengan anjuran agama Islam adalah:⁵⁶

⁵⁵Yabbul Bahri, "Hukum Promosi Produk Dalam Perspektif Hukum Islam", *Jurnal Epistemé*, Vol. 8, No. 1, Juni 2013, hlm. 141.

⁵⁶Nurul Huda, Handi Riza Idris, Dan Mustafa Edwin Nasution, "*Ekonomi Makro Islam, Pendekatan Teoritis*", (Jakarta: Salemba Empat, 2007), hlm. 131

- 1) Jangan menyembunyikan cacatnya barang. Salah satu penyebab hilangnya keberkahan jual beli, jika seseorang menjual barang cacat yang disembunyikan.
- 2) Menjaga dalam menepati akad dan janji serta kesepakatan-kesepakatan di antara kedua belah pihak (pembeli dan penjual), dalam beriklan atau promosi janganlah mudah mengucapkan janji sekiranya janji tersebut tidak bisa ditepati.
- 3) Jujur serta menghindari promosi palsu yang bertujuan menarik perhatian pembeli dan mendorongnya untuk membeli.

4. Jual Beli Online

a. Pengertian Jual Beli

Jual beli adalah terjemahan dari bahasa arab “*albay’u*”, secara bahasa, al-bay’u artinya tukar menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain. Tukar menukar suatu produk dengan produk lain, atau bisa juga menukar dengan tukar menukar dengan uang.

Jual beli secara umum adalah akad atau transaksi tukar menukar harta (berupa barang atau uang) dengan harta lain yang berdampak pada adanya pelepasan kepemilikan dan kepemilikan baru bagi masing-masing pihak.⁵⁷

b. Rukun dan syarat jual beli

1) Rukun Jual Beli

Sebagai salah satu bentuk transaksi, dalam jual beli harus ada beberapa hal agar akadnya dianggap sah dan mengikat. Beberapa hal

⁵⁷Holilur Rohman, *Hukum Jual Beli Online*, (Jawa Timur: Duta Media, 2020), hlm. 1-2.

tersebut disebut sebagai rukun. Dalam menetapkan rukun jual beli, diantara para ulama terjadi perbedaan pendapat. Menurut ulama Hanafiyah, rukun jual beli adalah ijab dan qabul yang menunjukkan pertukaran barang secara ridha, baik dengan ucapan maupun perbuatan.

Rukun jual beli ada tiga yaitu:⁵⁸

a) Penjual (bai‘)

Penjual adalah pihak yang memiliki objek barang yang akan di perjualbelikan.

b) Pembeli (mustari)

Pembeli adalah pihak yang ingin memperoleh barang yang akan di harapkan, dengan membayar sejumlah uang tertentu kepada penjual.

c) Ijab dan qabul (shigat)

Ijab dari segi bahasa berarti “pewajiban atau perkenaan”, sedangkan qabul berarti “penerimaan”. Dalam jual beli ucapan atau tindakan yang lahir pertama kali dari salah satu yang berakad disebut ijab, kemudian ucapan atau tindakan yang lahir sesudahnya disebut qabul.

2) Syarat-syarat Jual Beli

Dalam jual beli terdapat empat syarat, yaitu syarat terjadinya akad, syarat sahnya akad, syarat terlaksananya akad, dan syarat lujum. Secara

⁵⁸Ammi Nur Baits, *Fiqh Jual Beli & Harta Haram*, (Jawa Timur: Muamalah Publishing, 2011), hlm. 43-44.

umum tujuan adanya semua syarat tersebut antara lain untuk menghindari pertentangan diantara manusia, menjaga kemaslahatan orang yang sedang akad, menghindari jual beli gharar (terdapat unsur penipuan) dan lain-lainya.

Syarat-syarat bagi orang yang melakukan akad antara lain:

- a) Baligh (berakal)
- b) Beragama Islam
- c) Tidak dipaksa

c. Jual beli yang dilarang dalam Islam

- 1) Jual beli benda yang tidak ada atau dikhawatirkan tidak ada.
- 2) Jual beli barang yang tidak dapat diserahkan.
- 3) Jual beli garar (penipuan) adalah jual beli yang mengandung unsur-unsur penipuan, baik dalam ketidak jelasan dalam objek jual-beli atau ketidak pastian dalam kesamaran.
- 4) Jual beli barang yang najis dan yang terkena najis.
- 5) Jual beli barang yang tidak ada di tempat akad, tidak dapat dilihat.
- 6) Terlarang sebab syara'.
- 7) Jual beli riba.
- 8) Jual beli dengan uang dari barang yang diharamkan.

d. Macam-macam jual beli dalam islam

- 1) Jual beli Salam (pesanan), jual beli melalui pesanan, yakni jual beli dengan cara menyerahkan terlebih dahulu uang muka kemudian barangnya diantar belakangan. Contohnya jual beli *online*.

- 2) Jual beli barter, yakni jual beli dengan cara tukar menukar barang dengan barang, seperti baju dengan sepatu.
- 3) Jual beli mutlak, yakni jual beli barang dengan sesuatu yang telah disepakati sebagai alat pertukaran, seperti uang.
- 4) Jual beli alat penukar dengan alat penukar, yakni jual beli barang yang biasa dipakai sebagai alat penukat dengan alat penukar lainnya, seperti uang perak dengan uang emas.⁵⁹

e. Jual Beli *Online*

1) Pengertian Jual Beli *Online*

Jual beli *online* adalah suatu kegiatan ataupun aktivitas jual-beli berupa transaksi penawaran barang, dimana penjual dan pembelinya tidak harus bertemu langsung untuk melakukan penawaran dan pembelian terhadap suatu barang secara *online* dengan memanfaatkan teknologi internet. Serta transaksi dan komunikasi yang digunakan oleh penjual dan pembeli bisa melalui alat komunikasi seperti *chat*, telepon, sms, *instagram*, *whatsapp*, dan sebagainya.⁶⁰

Kegiatan jual beli *online* saat ini semakin marak, karena ditambah dengan adanya situs yang digunakan untuk melakukan transaksi jual beli *online* ini semakin baik dan beragam. Namun seperti diketahui bahwa dalam sistem jual beli *online* produk atau barang yang ditawarkan hanya berupa penjelasan spesifikasi barang dan gambar yang tidak bisa dijamin

⁵⁹Ammi Nur Baits, *Fiqh Jual Beli & Harta Haram*, hlm. 47.

⁶⁰Feri Sulianta, “*Transaksi Online Dalam dan Luar Negeri*”, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2014), hlm. 3.

kebenarannya. Maka dari itu sebagai pemakai atau pembeli barang tersebut, pembeli harus mencari tahu kebenaran apakah barang atau produk yang ingin dibeli itu sudah sesuai atau tidak dengan yang telah dipesan.

Dengan demikian dari pengertian-pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa jual beli *online* adalah persetujuan saling mengikat melalui internet antara penjual sebagai pihak yang menjual barang dan pembeli sebagai pihak yang membayar harga barang yang dijual. Jual beli secara *online* menerapkan sistem jual beli di internet. Tidak ada kontak secara langsung antara penjual dan pembeli. Jual beli *online* dilakukan melalui suatu jaringan yang terkoneksi dengan menggunakan *smartphone* atau *handphone*.⁶¹

2) Transaksi dalam jual beli *online*

Perkembangan teknologi ini yang bisa memudahkan transaksi jarak jauh, dimana manusia bisa dapat berinteraksi secara singkat walaupun tanpa *face to face*, akan tetapi didalam bisnis adalah yang terpenting memberikan informasi dan mencari keuntungan. Berikut beberapa cara pembayaran yang biasanya disediakan oleh para penyedia layanan *e-commerce* antara lain:

a) Transfer antar bank

⁶¹Candra Ahmadi dan Dadang Hermawan, *E-Business & E-Commerce*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2013), hlm. 6-7.

Cara pembayaran ini adalah yang paling umum yang disediakan layanan *e-commerce* dan para penjual online di Indonesia, serta menjadi alat pembayaran yang paling populer. Konsumen biasanya sudah terbiasa dengan metode ini dan menjadi bagian sehari-hari. Mekanismenya adalah mentransfer uang pada rekening situs *e-commerce* atau penjual, kemudian mengirimkan bukti pembayaran lewat email sebagai konfirmasi. Biasanya ada kepercayaan yang cukup tinggi antara penjual dan pembeli karena tingkat penipuannya cukup tinggi. Antara lain, barang tidak dikirim tetapi uang untuk membeli barang telah ditransfer, pun demikian sebaliknya.

b) Kartu kredit

Menjadi salah satu pembayaran yang cukup otomatis untuk beli barang online namun peminatnya masih cukup sedikit. Salah satu alasannya adalah masih dikitnya pemilik kartu kredit di Indonesia serta faktor keamanan atau *fraud*.

c) Rekening Bersama atau *Escrow*

Cara pembayaran ini mengikut sertakan pihak ketiga yang dipercaya sebagai lembaga pembayaran. Jadi uang ditransfer dahulu ke pihak Rekening Bersama atau *Escrow* lalu setelah barang diterima pembeli uang baru ditransfer ke penjual. Cara pembayaran ini juga populer di sarana jual beli *online* berbentuk forum serta banyak digunakan bagi mereka situs jual beli *online* yang belum menyediakan sistem pembayaran otomatis. Cara pembayaran ini juga

banyak dipilih karena dianggap aman, barang diterima uang baru diberikan pada penjual.

d) COD (*Cash On Delivery*)

Ini sebenarnya bukan sistem pembayaran untuk belanja *online*, tetapi lebih pada cara pembayaran. Pembeli membeli barang secara *online*, barang diantar dan baru pembayaran dilakukan. Cara pembayaran ini bisa jadi paling aman karena pembeli bisa melihat barang yang dijual cara ini bukanlah *e-commerce*, dan menghilangkan kemudahan dalam belanja *online* yang tidak memerlukan uang tunai dan otomisasi sampai barang dikirimkan. Pengguna lokal, selain transfer antar bank memilih metode ini karena masih kurang percaya pada keamanan *e-commerce* serta perilaku yang masih membutuhkan untuk melihat produk sebelum membeli. Namun demikian, cara pembayaran ini paling pas untuk barang second, karena biasanya kondisi barang sudah digunakan atau tidak seperti barang baru.⁶²

f. Jual Beli Dalam Perspektif Islam

Muamalah dalam Islam mempunyai posisi dan peran sangat signifikan, karena merupakan bagian dari hidup dan kehidupan manusia. Muamalah sangat menentukan keberlangsungan hidup manusia dalam kehidupan masyarakat. Jual beli sebagian dari muamalah mempunyai dasar

⁶²Trenologi, *Tipe-tipe Transaksi Jual Beli Online di Dunia Maya*, dikutip dari <http://www.trenologi.com>, diakses pada tanggal 30 Februari 2016 Pukul 20.10

hukum yang jelas, baik dari Al-Quran, Al-Sunnah dan telah menjadi ijma ulama dan kaum muslimin. Jual beli bukan hanya sekedar muamalah, akan tetapi menjadi salah satu media untuk melakukan kegiatan untuk saling tolong menolong sesama manusia.⁶³

Adapun jual beli menurut para terminologi, para ulama berbeda pendapat dalam mendefinisikannya, antara lain:

- 1) Menurut ulama Hanafyah: Jual beli adalah pertukaran harta (benda) dengan harta berdasarkan cara khusus (yang dibolehkan).
- 2) Menurut Imam Nawawi dalam Al-Majmu': jual beli adalah pertukaran harta dengan harta untuk kepemilikan.
- 3) Menurut Ibnu Qudamah dalam kitab Mugni: jual beli adalah pertukaran harta dengan harta untuk saling menjadikan milik.

Secara ternologi, jual beli diartikan dengan tukar menukar harta atau peralihan pemilik dengan cara penggantian menurut bentuk yang dibolehkan. Jual beli menurut bahasa adalah saling menukar (pertukaran), sedangkan menurut *syara'* jual beli adalah pertukaran harta atas dasar saling sukarela (*'antaradhin*), atau memindahkan hak kepemilikan harta terhadap suatu benda atau harta dengan ganti yang dapat dibenarkan oleh hukum (yaitu berupa alat tukar yang sah).⁶⁴

⁶³Imam Mustofa, *Fiqih Muamalah Kontemporer*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016), hlm. 22.

⁶⁴Siswadi, "Jual Beli Dalam Perspektif Islam", *Jurna Ummul Qura*, Vol. 3, No.2, (Agustus, 2013), hlm. 60.

5. Ekonomi Islam

a. Pengertian Ekonomi Islam

Ekonomi Islam adalah sebuah sistem ilmu pengetahuan yang menyoroti masalah perekonomian. Sama seperti konsep ekonomi konvensional lainnya. Hanya dalam sistem ekonomi ini, nilai-nilai Islam menjadi landasan dan dasar dalam setiap aktifitasnya.

Adapun pengertian Ekonomi Islam menurut beberapa ahli.⁶⁵

- 1) Menurut M.A. Manan, Ekonomi Islam adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam.
- 2) Menurut Prof. Dr. Zainuddin Ali, pengertian Ekonomi Islam adalah kumpulan Norma Hukum yang bersumber dari Alquran dan Hadits yang mengatur perekonomian umat manusia.
- 3) Menurut Dr. Mardani, pengertian Ekonomi Islam yaitu kegiatan atau usaha yang dilakukan oleh perorang atau kelompok atau badan usaha yang berbadan hukum dan tidak berbadan hukum dalam rangka memenuhi kebutuhan yang bersifat komersial dan tidak komersial menurut prinsip syariah.
- 4) Menurut Umar Chapra ekonomi Islam adalah sebuah pengetahuan yang membantu upaya realisasi kebahagiaan manusia melalui alokasi dan distribusi sumber daya yang terbatas yang berada dalam koridor yang

⁶⁵Aan Anshori, "Digitalisasi Ekonomi Syariah". *Jurnal Ekonomi Keuangan dan Bisnis Islam* Vol.7 No.1, 2016.

mengacu pada pengajaran Islam tanpa memberikan kebebasan individu atau tanpa perilaku makro ekonomi yang bersinambungan dan tanpa ketidakseimbangan lingkungan.⁶⁶

b. Tujuan Ekonomi Islam

Islam menghendaki bahwa setiap aktivitas manusia tidak hanya bernilai duniawi (material) semata, tetapi seharusnya juga bernilai spiritual. Termasuk juga setiap aktivitas berekonomi harus juga membawa muatan spiritual, dalam arti harus dapat kesesuaian dengan tujuan dan nilai-nilai ekonomi Islam.

Tujuan dan nilai-nilai ekonomi Islam adalah:

- 1) Kesejahteraan ekonomi dengan berpegang dengan norma moral
- 2) Persaudaraan dan keadilan
- 3) Kesetaraan distribusi pendapatan
- 4) Kebebasan individu dalam konteks kesejahteraan sosial

Kegiatan ekonomi Islam harus didasarkan pada prinsip keseimbangan. Keseimbangan yang dimaksudkan bukan hanya berkaitan dengan keseimbangan antara kebutuhan duniawi dan ukhrawi, tapi juga berkaitan dengan keseimbangan kebutuhan individu dan kebutuhan masyarakat (umum). Islam menekankan keselarasan antara lahir dan batin, individu dan masyarakat. Keseimbangan dalam Ekonomi Islam juga mengandung makna keseimbangan dalam mendistribusikan ke kekayaan yang dimiliki Negara, seperti Zakat, Sedekah, Ganimah (harta rampasan perang),

⁶⁶Astri Rumondang Banjarnahor, *Manajemen Komunikasi Pemasaran*, hlm. 1-2.

Fai (harta rampasan tidak melalui perang), Kharaj (pajak atas daerah yang ditaklukan dalam perang), dan sebagainya.

6. Masyarakat

a. Pengertian Masyarakat

Secara umum masyarakat adalah sekumpulan individu-individu orang yang hidup bersama, masyarakat disebut dengan “*society*” artinya adalah interaksi sosial, perubahan sosial, dan rasa kebersamaan. Masyarakat juga merupakan seriap sekelompok manusia yang telah hidup dan bekerja bersama cukup lama sehingga mereka dapat mengatur diri sebagai suatu kesatuan sosial dan menghasilkan suatu adat istiadat.⁶⁷

b. Macam-macam Masyarakat

1) Masyarakat informasi

Masyarakat informasi atau disebut dengan *information society* adalah sebuah istilah yang digunakan untuk mendeskripsikan sebuah masyarakat dan sebuah ekonomi yang dapat membuat kemungkinan terbaik dalam menggunakan informasi dan teknologi komunikasi.

2) Masyarakat Virtual

Masyarakat virtual adalah masyarakat yang menciptakan aplikasi/avatar untuk memberikan kebijakan sehingga akan muncul *wisdom* (kebijaksanaan). Karena pada dasarnya sertiap orang itu

⁶⁷Donny Prasetyo dan irwansyah, “Memahami Masyarakat dan Perspektifnya” *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*” Vol. 1, No. 1, Januari 2020, hlm. 164.

menciptakan dan berusaha apapun agar kehidupannya menjadi lebih baik.

7. Dampak *Gadget* Sebagai Sarana Promosi Jual Beli *Online* Perspektif Ekonomi Islam Pada Masyarakat

Masyarakat awam sering mendengar dan membaca promosi, baik itu promosi dalam bentuk media cetak, baliho, billboard, radio, televisi, dan internet. Mereka yang memiliki minat sesuai dengan iklan atau promosi tersebut umumnya akan membaca informasi yang ada di promosi tersebut lebih lama.

Menurut Tjipno, promosi merupakan bentuk komunikasi pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, memengaruhi/membujuk dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Menurut Kotler, promosi adalah bagian dan proses strategi pemasaran sebagai cara untuk berkomunikasi dengan pasar dengan menggunakan komposisi bauran promosi.

Menurut Gito Sudarman, promosi merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka mengenal produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa promosi merupakan kegiatan yang sangat penting dalam memasarkan produk atau jasa sehingga dapat menarik untuk membeli produk tersebut, kegiatan promosi harus

diarancang semenarik mungkin dan informasi yang disampaikan harus mudah dimengerti.⁶⁸

Gadget adalah sebuah istilah dalam bahasa Inggris yang mengartikan sebuah alat elektronik kecil dengan berbagai macam fungsi khusus. *Gadget* (Bahasa Indonesia: acang) adalah suatu istilah yang berasal dari bahasa Inggris untuk merujuk pada suatu peranti atau instrumen yang memiliki tujuan dan fungsi praktis spesifik yang berguna yang umumnya diberikan terhadap sesuatu yang baru. *Gadget* dalam pengertian umum dianggap sebagai suatu perangkat elektronik yang memiliki fungsi khusus pada setiap perangkatnya. Contohnya: *handphone* atau *smartphone* dan *games*.

Jual beli *online* adalah kegiatan yang dilakukan oleh penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi terhadap suatu produk barang atau jasa yang dilakukan tidak dengan tatap muka, melainkan dengan menggunakan media sosial yang di unduh melalui *gadget* dengan bermodalkan internet.⁶⁹

Menurut Soerjono Soekanto, Masyarakat pada umumnya manusia yang hidup bersama, sekurang-kurangnya terdiri atas dua orang. Bercampur atau bergaul dalam jangka waktu yang cukup lama, berkumpulnya manusia baru, sebagai akibat dari hidup bersama, timbul sistem komunikasi dan peraturan yang mengatur hubungan antar manusia, sadar bahwa mereka merupakan satu kesatuan sistem hidup bersama yang menimbulkan kebudayaan karena mereka merasa dirinya terkait satu sama lain.

⁶⁸Muh Nur Eli Ibrahim, *Akuntansi Dan Keuangan Lembaga Bidang Dan Keahlian Bisnis & Manajemen*, (Yogyakarta: ANDI, 2021), hlm. 66.

⁶⁹Hafidz Muftisany, *Hukum Jual Beli Online*, (Jakarta: INTERA, 2021), hlm. 7-8.

Menurut Paul B. Horton, masyarakat merupakan sekumpulan manusia yang relatif mandiri dengan hidup bersama dalam jangka waktu cukup lama, mendiami suatu wilayah tertentu dengan memiliki kebudayaan yang sama, dan sebagian besar kegiatan dalam kelompok itu.

Dapat disimpulkan dalam pengertian masyarakat yang terbagi atas dua pengertian yaitu masyarakat dalam arti luas dan pengertian masyarakat dalam arti sempit. Arti luas adalah keseluruhan hubungan hidup bersama tanpa dengan dibatasi lingkungan, bangsa dan sebagainya. Sedangkan masyarakat dalam arti sempit adalah sekelompok individu yang dibatasi oleh golongan bangsa, teritorial dan lain sebagainya.⁷⁰

Menurut peneliti dari Rizki Syahputra dalam judul yang berjudul “Strategi Pemasaran Dalam Alquran Tentang Promosi Penjualan”, menyatakan bahwa:

Promosi adalah suatu kegiatan bidang *marketing* yang merupakan komunikasi yang dilaksanakan pebisnis kepada pembeli atau konsumen yang memuat pemberitaan, membujuk, dan memengaruhi segala sesuatu mengenai barang maupun jasa yang dihasilkan untuk konsumen. Tujuan promosi adalah untuk mempengaruhi suatu konsumen dalam mengambil keputusan untuk meningkatkan volume penjualan. Dalam promosi kita tidak hanya sekedar berkomunikasi ataupun menyampaikan informasi, tetapi juga menginginkan komunikasi yang mampu menciptakan suasana atau keadaan dimana para konsumen bersedia memilih dan memiliki produk.⁷¹

⁷⁰Rina Yulianti, *Perlindungan Hukum Bagi Hak Masyarakat Atas Sumber Daya Pesisir*, (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2021), hlm. 22-23.

⁷¹Rizki Syahputra, “Strategi Pemasaran Dalam Alquran Tentang Promosi Penjualan”, *Jurnal ECOBISMA*, Vol. 6, No. 1, (April, 2019), hlm. 83.

Menurut Peneliti dari Rofiq Noorman Haryadi, dkk dalam jurnal yang berjudul “Sosialisasi Penggunaan *Online Shop* Berbasis *Website* di UMKM Cimanggis”, menyatakan bahwa:

Penjualan *online* adalah suatu aktivitas jual beli yang dilakukan secara *online*, dalam hal ini pembeli dan penjual tidak melakukan transaksi langsung secara tatap muka. Dengan demikian transaksi yang dilakukan menggunakan sebuah media atau alat sebagai penghubung antara penjual yang menawarkan produknya kepada calon pembeli dan pembeli mendapatkan penawaran produk secara *online*. Tentu media yang digunakan dapat berupa *website* maupun aplikasi yang di akses melalui perangkat elektronik yang terhubung dengan internet seperti *gadget*, laptop, dll.⁷²

Menurut penelitian dari Dede Abdurohman, dkk dalam jurnal berjudul “Tinjauan Fiqih Muamalah Terhadap Jual Beli Online” menyatakan bahwa:

Jual beli online yang ada di Indonesia baik itu shoope, lazada, tokopedia dan lainnya. Pada dasarnya menggunakan konsep yang sama, yakni memberikan spesifikasi tentang kualitas barang, jenis barang dan harga dari barang itu sendiri. Selain itu dalam transakis online pihak penjual telah menentukan dalam hal cara pembayaran dan klaim jika terdapat cacat atau kerusakan atas barang yang diterima. Detail obyek barang sebagai pandangan bagi pembeli untuk mengetahui kadar kualitas dari barang itu sendiri sehingga pembeli akan melanjutkan atau berhenti dalam pembelian tersebut.⁷³

Menurut penelitian dari Budi Prasetyo dan Yunita Rismawati dalam jurnal yang berjudul “Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Harjagunatama Lestari (Toserba Borma) Cabang Dakota” menyatakan bahwa:

Promosi penjualan sudah semestinya dapat diprogramkan secara sistematis dan berkelanjutan sehingga dapat meningkatkan keputusan

⁷²Rofiq Noorman Haryadi, “Sosialisasi Penggunaan *Online Shop* Berbasis *Website* di UMKM Cimanggis”, *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani*, Vol. 1, No.1, (Agustus, 2021), hlm. 10.

⁷³Dede Abdurohman, dkk, “Tinjauan Fiqih Muamalah Terhadap Jual Beli Online”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 1, No. 2, (Bandung, 2020), hlm. 46.

pembelian konsumen yang pada akhirnya dapat omset penjualan ritel. Promosi penjualan mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian konsumen sehingga keputusan pembelian meningkat dengan adanya konsumen melalui lima tahap dalam proses keputusan pembelian: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.⁷⁴

Menurut penelitian dari Nurul Izzati dalam jurnal yang berjudul “Motif Penggunaan *Gadget* Sebagai Sarana Promosi Bisnis *Online* Di Kalangan Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga” menyatakan bahwa:

Gadget adalah sebuah alat elektronik canggih yang berbentuk kecil simple. Kehadiran *Gadget* terutama dalam bentuk *smartphone* telah banyak memberikan kontribusi dalam kehidupan sehari-hari, *gadget* sebagai media pencarian informasi, melakukan interaksi, mendapatkan hiburan, bahkan hingga untuk keperluan kegiatan berbisnis secara *online*. Menggunakan *gadget* dalam bentuk *smartphone* untuk melakukan bisnis *online* disebabkan kemudahan, kenyamanan dan lebih simpel dalam melakukan promosi maupun transaksi penjualan suatu produk atau barang. Berbisnis secara *online* dapat melatih diri menjadi sosok yang mandiri dan dapat mencukupi sebagian kebutuhan.⁷⁵

Menurut peneliti dari Agus Dwi Cahya, dkk, dalam jurnal yang berjudul “Memanfaatkan *Marketplace* Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Penjualan Di Tengah Pandemi Covid-19” menyatakan bahwa:

Dengan adanya perkembangan teknologi berupa internet ini dapat mengubah proses bisnis. Internet sangat berguna untuk proses menjual dan membeli secara *online* atau sering dikenal dengan *e-commerce*. *E-commerce* sendiri merupakan suatu aplikasi yang digunakan untuk melakukan aktivitas mulai bermunculan *e-commerce* seperti tokopedia, lazada, blibli, bukalapak, shopee, dan sebagainya. Bagi pelaku umkm dengan adanya *marketplace* ini dapat menjadi pilihan untuk melakukan promosi atau melakukan transaksi. Hal ini terkait dengan perubahan

⁷⁴Budi Prasetyo Danyunita Rismawati, “Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Harjagunatama Lestari (Toserba Borma) Cabang Dakota”, *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, Vol. 2, No. 2, (Juni, 2018), hlm. 60.

⁷⁵Nurul Izzati, “Motif Penggunaan *Gadget* Sebagai Sarana Promosi Bisnis *Online* Di Kalangan Mahasiswa Uin Sunan Kalijaga”, *Jurnal Komunikasi ASPIKOM*, Vol. 2, No. 5, (Juli 2015), hlm. 23.

cara bertransaksi masyarakat yang berubah dari belanja konvensional menuju transaksi yang menggunakan media internet.⁷⁶

Menurut peneliti dari Junierissa Marpaung dalam judul yang berjudul “Pengaruh Penggunaan *Gadget* Dalam Kehidupan (*The Effect Of Use Of Gadget In Life*)”, menyatakan bahwa:

Salah satu alat komunikasi yang paling berkembang pada saat ini adalah *gadget*, di Indonesia *gadget* merupakan barang yang hampir dimiliki oleh setiap orang baik tua dan muda bahkan anak-anak usia pendidikan dasar sudah banyak yang menggunakannya. Kemajuan teknologi memberikan dampak positif yang besar bagi para penggunanya dengan adanya *gadget* manusia dapat dengan sangat mudah mencari informasi yang mereka butuhkan juga dapat mempermudah dalam hal pekerjaan dengan adanya aplikasi-aplikasi yang canggih di dalam *gadget* seperti; internet, sms, jejaring sosial, *game*, dan lain-lain.⁷⁷

Berdasarkan penjelasan teori dan penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa teknologi telekomunikasi yang berkembang pesat menjadikan promosi sangat penting dan diperlukan dalam kegiatan bisnis online terkait jual beli online yang membuat merubah gaya hidup masyarakat berubah dalam berjualan dan berbelanja pada zaman sekarang ini.

B. Penelitian Terdahulu

Untuk memperkuat penelitian ini, maka peneliti mengambil penelitian terdahulu yang berhubungan dengan judul dampak *gadget* sebagai sarana promosi jual beli online prespektif ekonomi Islam pada masyarakat Desa Pangurabaan.

⁷⁶Agus Dwi Cahya, dkk, “Memanfaatkan Marketplace Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Penjualan Di Tengah Pandemi Covid-19”, *Jurnal Economic Accounting Management and Business*, Vol. 4, No. 3, (Juli 2021), hlm. 504.

⁷⁷Junierissa Marpaung, “Pengaruh Penggunaan *Gadget* Dalam Kehidupan (*The Effect Of Use Of Gadget In Life*)”, *Jurnal Kopasta, Universitas Kepulauan Riau Batam*, Vol. 5, No. 2, (Juni 2018), hlm. 58.

Table II. 1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Muhammad Isa (Jurnal At-Tijarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan, 2015) ⁷⁸	Dampak <i>Gadget</i> Sebagai Sarana Promosi Jual Beli <i>Online</i> Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Febi Iain Bengkulu)	Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa: Dampak gadget sebagai sarana promosi jual beli online terbagi mejadi dua garis besar positif dan negative. Dari sisi penjual tidak memerlukan lagi biaya banyak untuk menjalankan suatu bisnis, lebih mudah mempromosikan suatu barang. Dampak penggunaan gadget untuk si pembeli, membantu mencari barang yang di inginkan di sosial media. Dampak negatif penjualan online <i>slow respon</i> , sedangkan dari pembeli memesan barang online tidak sesuai dengan ekspektasi.
2.	Budi Gautama Siregar, (Jurnal Penelitian Ilmu-ilmu Sosial dan Keislaman, 2016) ⁷⁹	Pengaruh Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Mahamah Pada PT. Bank Sumut Cabang	Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa: Promosi sangat mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Namun dalam

⁷⁸Muhammad Isa, "Perencanaan Pesan Promosi Berdasarkan Importance-Performance Analysis," *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan*, Vol. 1, No. 1, Januari-Juni (2015).

⁷⁹Budi Gautama Siregar, "Pengaruh Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Mahamah Pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan", *Jurnal Penelitian Ilmu-ilmu Sosial dan Keislaman*, Vol. 4, No. 1, (Januari, 2018).

		Syariah Padangsidimpuan.	penelitian ini ditemukan hasil bahwa promosi tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah. Hasil penelitian ini mendukung penelitian dari Winda yang menyatakan bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk melakukan deposito. Karena adanya
3.	Rika Yuliana (Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri, 2017) ⁸⁰	Faktor-Faktor Yang Melatar Belakang Mahasiswa Ekonomi Syariah Iain Bengkulu Memilih Belanja <i>Online</i>	Hasil penelitian dapat disimpulkan: Faktor-faktor yang melatar belakang mahasiswa Ekonomi Syariah dalam melakukan belanja online: Pertama, Waktu dan tempat fleksibel. Kedua, harga relatif terjangkau. Ketiga, pilihan produk yang lebih variatif. Perspektif Ekonomi Islam terhadap perilaku mahasiswa Ekonomi Syariah yang melakukan belanja <i>online</i> pada penelitian ini prakteknya belum sesuai syariat Ekonomi Islam, karena dalam belanja <i>online</i> adanya ketidaksesuaian produk yang

⁸⁰Rika Yuliana, "Faktor-Faktor Yang Melatar Belakang Mahasiswa Ekonomi Syariah Iain Bengkulu Memilih Belanja Online", *Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri*, (2017).

			diinginkan oleh mahasiswa.
4.	Aditya Hermawan & Aniek Murniati (Jurnal Ilmiah Bidang Akuntansi dan Manajemen (JEMA), 2017) ⁸¹	Merancang Marketplace Online Untuk Menyelesaikan Masalah Pemasaran Bagi Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm)	<p>Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa: Dalam merancang pasar online yang dibutuhkan oleh UKM, langkah pertama adalah menganalisis kebutuhan sistem.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kelayakan teknologi: Kelayakan teknologi berkaitan dengan ketersediaan pasar pembangun sistem teknologi. 2. Kelayakan Hukum: Kelayakan hukum dalam hal tujuan penggunaan sistem, legalitas materi untuk sistem serta dalam hal informasi yang dihasilkan. 3. Kelayakan Operasional: Pasar online yang dirancang dapat dikatakan layak secara operasional karena sudah ada beberapa sistem serupa dan penggunaan teknologi informasi yang telah dilakukan oleh UKM dan Pelanggan. 4. Kelayakan ekonomi: aspek yang perlu dipertimbangkan adalah jumlah dana yang sangat diperlukan untuk

⁸¹Aditya Hermawan dan Aniek Murniati, "Merancang Marketplace Online Untuk Menyelesaikan Masalah Pemasaran Bagi Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm)", *Jurnal Ilmiah Bidang Akuntansi dan Manajemen (JEMA)*, Vol. 14 No. 1 (2017).

			mengembangkan sistem dan manfaat yang diperoleh dari sistem tersebut.
5	Budi Prasetyo, dkk, (Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi dan Akuntansi, Universitas Nasional Pasim Bandung, 2018) ⁸²	Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Harjagunatama Lestari (Toserba Borma) Cabang Dakota	Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa: Promosi penjualan pada PT. Harjagunatama Lestari (Toserba Borma) Cabang Dakota dari hasil penelitian terdapat indikasi kelemahan pada variabel promosi penjualan khususnya pada alat insentif yang ditawarkan. Namun Secara umum keputusan pembelian pada konsumen PT. Harjagunatama Lestari (Toserba Borma) Cabang Dakota cukup baik.
6	Junierissa Marpaung (Jurnal Kopasta Universitas Riau Kepulauan Batam, 2018) ⁸³	Pengaruh Penggunaan Gadget Dalam Kehidupan (<i>The Effect Of Use Of Gadget In Life</i>),	Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa: eknologi telekomunikasi yang berkembang pesat dewasa ini, mampu mengubah pola interaksi dan komunikasi manusia. Berkembangnya teknologi komunikasi memudahkan manusia untuk selalu keep in touch (berhubungan) dengan orang lain tanpa memperdulikan

⁸²Budi Prasetyo, dkk, "Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Harjagunatama Lestari (Toserba Borma) Cabang Dakota", *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi dan Bisnis Akuntansi*, Vol. 2, No. 2, (Juni 2018).

⁸³Junierissa Marpaung, "Pengaruh Penggunaan Gadget Dalam Kehidupan (*The Effect Of Use Of Gadget In Life*)", *Jurnal Kopasta*, Vol. 2, No. 2, (2018).

			<p>ruang dan waktu. Kehadiran teknologi dapat memperoleh kehidupan manusia tidak ada yang tidak dapat dilakukan oleh gadget mulai dari sarana untuk bermain hingga digunakan untuk keperluan bekerja, membuat kehidupan manusia tidak dapat lepas dari gadget. Seiring dengan berkembangnya zaman, manusia kurang mengerti bahwa dampak dari penggunaan gadget secara berlebihan dapat menimbulkan berbagai macam gangguan kesehatan.</p>
7.	Rizky Syahputra (Jurnal Ecobisma STIE Labuhan Batu, Sumatera Utara, 2019) ⁸⁴	Strategi Pemasaran Dalam Al Quran Tentang Promosi Penjualan	<p>Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa: Setiap bisnis tentunya mempunyai tujuan tertentu, misalnya meraih laba, mempertahankan eksistensi, mencapai pertumbuhan tertentu, merebut pangsa pasar, memberi pelayanan sosial dan lain-lain. Untuk mencapai tujuan tersebut, pebisnis berupaya menghasilkan suatu produk yang kemudian ditawarkan kepada pasar.</p>

⁸⁴Rizky Syahputra, "Strategi Pemasaran Dalam Al Quran Tentang Promosi Penjualan", *Jurnal Ecobisma*, Vol. 6, No. 2, (2019).

8.	Muhammad Deni Putra (Iltizam Journal Of Shariah Economic Research, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sulthan Saifuddin Jambi 2019) ⁸⁵	Jual Beli <i>On-Line</i> Berbasis Media Sosial Dalam Perspektif Ekonomi Islam.	Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa: Perkembangan transaksi jual beli kontemporer tidak lagi semata mengandalkan sesuai dengan perkembangan dan kemajuan teknologi, mengingat banyaknya manfaat diperoleh dari transaksi dari model penjualan seperti ini. Namun yang perlu diingat baik oleh penjual maupun pembeli prinsip kehati-hatian untuk meminimalisir kemungkinan terjadinya penipuan baik dari sisi penjual maupun dari sisi pembeli.
9.	Nurhaliza (Skripsi Program Studi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2019). ⁸⁶	Analisis Jual Beli Online Dalam Perspektif Hukum Islam Dan Hukum Perdata Indonesia.	Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa: Jual beli online tentu saja dapat memberi kemudahan dan menguntungkan bagi masyarakat, akan tetapi kemudahan dan keuntungan tersebut jika tidak sesuai dengan hukum Islam dan hukum negara yaitu berdasarkan hukum perdata Indonesia dan tidak adanya niat dan etika baik manusia yang salah satunya dalam

⁸⁵Muhammad Deni Putra, "Jual Beli On-Line Berbasis Media Sosial Dalam Perspektif Ekonomi Islam", *Jurnal Ekonomi Syari'ah*, Vol. 3, No. 1, (2021).

⁸⁶Nurhaliza, "Analisis Jual Beli Online Dalam Perspektif Hukum Islam Dan Hukum Perdata Indonesia", *Skripsi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*, (2019).

			hal jual beli online, maka akan saling mencurangi dan saling menzalimi antara sesama manusia. Jual beli online diperbolehkan dan sah dalam perspektif hukum Islam selama tidak mengandung unsur-unsur yang dapat merusaknya seperti riba, kezaliman, penipuan, paksaan.
10.	Nurul Izzati (Jurnal Komunikasi ASPIKOM, Program Studi Kajian Komunikasi dan Masyarakat Islam (KKMI), Universitas UIN Sunan Kalijaga, Daerah Isrimewa Yogyakarta 2019) ⁸⁷	Motif Penggunaan <i>Gadget</i> Sebagai Sarana Promosi Bisnis <i>Online</i> Di Kalangan Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga	Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa: Berbisnis secara online memberikan kemudahan dan kecepatan baik dalam ajang promosi maupun transaksi penjualan, memesan barang produk ataupun barang di media online beragam variasi produk yang ditawarkan. Namun pelanggan tidak dapat mengetahui atau melihat langsung suatu produk yang telah dipesan oleh karena itu penjual harus benar benar memperhatikan suatu produk dan sesuai dengan tampilan foto serta keterangan produk yang di publikasikan.
11.	Dede Abdurohman, dkk, (Jurnal Ilmiah	Tinjauan Fiqh Muamalah Terhadap Jual Beli Online	Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa:

⁸⁷Nurul Izzati, "Motif Penggunaan Gadget Sebagai Sarana Promosi Bisnis Online Di Kalangan Mahasiswa Uin Sunan Kalijaga", *Jurnal Komunikasi ASPIKOM*, Vol. 2, No. 5, (2015).

	Ekonomi Islam, 2020) ⁸⁸		Jual beli online yang ada di Indonesia baik itu shoope, lazada, tokopedia dan lainnya. Dalam berjualan memberikan spesifikasi tentang kualitas barang, jenis barang dan harga dari barang itu sendiri. Selain itu dalam transakis online pihak penjual telah menentukan dalam hal cara pembayaran dan klaim jika terdapat cacat atau kerusakan atas barang yang diterima. Detail obyek barang sebagai pandangan bagi pembeli untuk mengetahui kadar kualitas dari barang itu sendiri sehingga pembeli akan melanjutkan atau berhenti dalam pembelian tersebut.
12.	Rofiq Norman Haryadi, dkk, (Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani, STEBIS Bina Mandiri, Bogor, 2021) ⁸⁹	Sosialisasi Penggunaan <i>Online Shop</i> Berbasis <i>Website</i> di UMKM Cimanggis	Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa: Sistem pengelolaan online shop berbasis website dapat berjalan sesuai dengan kaidah sistem yang telah dirancang sebelumnya, ditandai dengan pengujian keseluruhan aspek pendukung perjalanan sistem ini baik dari

⁸⁸Dede Abdurohman, dkk, "Tinjauan Fiqh Muamalah Terhadap Jual Beli Online", *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 3, No.1, (2020).

⁸⁹Rofiq Norman Haryadi, dkk, "Sosialisasi Penggunaan *Online Shop* Berbasis *Website* di UMKM Cimanggis", *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani*, Vol. 1, No. 1, (Agustus 2021).

			laman admin/operator sebagai pelaku update data pada sistem untuk konsumen. Sehingga proses transaksi yang dilakukan melalui online shop berbasis website yang diberi nama Swalayan Cimanggis ini dapat dipercaya dan mampu membantu para pelaku UMKM.
13.	Agus Dwi Cahya, dkk, (Jurnal Ekonomi, Akuntansi, Manajemen, dan Bisnis, Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, Yogyakarta 2021) ⁹⁰	Memfaatkan Marketplace Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Penjualan Di Tengah Pandemi Covid-19	Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa: Mewabahnya virus COVID-19 dan kebijakan pembatasan gerak menyebabkan berkurangnya interaksi langsung antar pelaku usaha dalam menjalankan roda perekonomian dan perdagangan. Banyak produk yang ditawarkan dengan berbagai pilihan harga. Bagi pelaku UMKM dengan adanya marketplace ini dapat menjadi pilihan untuk melakukan promosi atau melakukan transaksi. Banyak pilihan dari berbagai produk yang dipromosikan oleh media sosial. Begitu juga dengan memilih barang yang dipromosikan.

⁹⁰Agus Dwi Cahya, dkk, "Memfaatkan Marketplace Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Penjualan Di Tengah Pandemi Covid-19", *Jurnal Ekonomi, Akuntansi, Manajemen, Dan Bisnis, Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta*, Vol. 4, No. 3, (Juli 2021).

Adapun Perbedaan dan persamaan penelitian terdahulu dengan peneliti antara lain yaitu:

1. Muhammad Isa (2015) persamaannya adalah memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan yaitu memiliki kesamaan yang diteliti mengenai promosi. Sedangkan yang membedakannya adalah penelitian Muhammad Isa adalah lokasi dan subjek yang diteliti.
2. Budi Gautama Siregar (2016), persamaannya adalah memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan yaitu memiliki kesamaan yang diteliti mengenai promosi. Sedangkan yang membedakannya adalah penelitian Budi Gautama Siregar meneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif deskriptif, dan penelitian saya adalah jenis penelitian kualitatif deskriptif.
3. Rika Yuliana (2017), persamaanya adalah memiliki kesamaan yaitu menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Sedangkan yang membedakannya adalah penelitian Rika Yuliana lebih membahas tentang akad jual beli sedangkan saya membahas dampak gadget dan promosi jual beli online.
4. Aditya Hermawan dan Aniek Murniati (2017), persamaanya adalah memiliki kesamaan yaitu menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Sedangkan yang membedakannya adalah adalah penelitian Aditya Hermawan dan Aniek Murniati objek yang diteliti.
5. Budi Prasetyo dan Yunita Rismawati (2018), persamaannya adalah memiliki kesamaan dengan penelitian yang diteliti mengenai promosi penjualan. Sedangkan yang membedakannya adalah penelitian Budi Prasetyo meneliti

menggunakan jenis penelitian kuantitatif, dan penelitian saya adalah jenis penelitian kualitatif deskriptif.

6. Junierissa Marpaung (2018), persamaanya adalah memiliki kesamaan dengan peneliti yang diteliti mengenai dampak penggunaan gadget. Sedangkan yang membedakannya adalah penelitian Junierissa Marpaung adalah subjek dan lokasi penelitiannya.
7. Rizky Syahputra (2019), persamannya adalah memiliki kesamaan yaitu menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Sedangkan yang membedakan adalah penelitian Rizky Syahputra meneliti tentang bagaimana promosi penjualan dalam Al-Qur'an, sedangkan saya meneliti promosi penjualan online.
8. Muhammad Deni Putra (2019), persamaanya adalah memiliki kesamaan dengan judul peneliti yaitu mengenai Sarana Bisnis *Online* Menurut Ekonomi Islam dan pemanfaatan *gadget* sama-sama membahas tentang dunia bisnis online. Sedangkan yang membedakannya adalah penelitian Muhammad Deni Putra yaitu hanya membahas tentang kegiatan bisnisnya saja sedangkan penelitian saya membahas tentang bagaimana dampak dari gadget tersebut.
9. Nurhaliza (2019), persamaanya adalah memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan yaitu memiliki kesamaan yang diteliti mengenai jual beli online. Sedangkan yang membedakannya adalah penelitian Nurhaliza yaitu membahas tentang perspektif hukum Islam dan perdata sedangkan penelitian saya meneliti perspektif ekonomi Islam.
10. Nurul Izzati (2019), persamaanya adalah memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan yaitu kesamaan yang diteliti mengenai promosi jual beli online.

Sedangkan yang membedakannya adalah penelitian Nurul Izzati membahas tentang motif penggunaan *gadget* sebagai sarana promosi bisnis *online* di kalangan mahasiswa sedangkan penelitian saya tentang dampak *gadget* sebagai sarana promosi jual beli online pada masyarakat.

11. Dede Abdurohman, dkk (2020), persamaannya adalah memiliki kesamaan yaitu menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dan meneliti tentang jual beli online. Sedangkan yang membedakan adalah penelitian Dede Abdurohman meneliti bagaimana tinjauan fiqh muamala terhadap jual beli online, sedangkan penelitian saya promosi sebagai sarana jual beli online.
12. Rofiq Noorman Haryadi, dkk (2021), persamaannya adalah memiliki kesamaan meneliti tentang dunia bisnis online. Sedangkan yang membedakannya adalah peneliti Rofiq Noorman adalah lokasi penelitiannya.
13. Agus Dwi Cahya, dkk (2021), persamaannya adalah memiliki kesamaan dimana peralihan berbelanja dengan serba online. Sedangkan yang membedakannya adalah peneliti Agus Dwi Cahya meneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif deskriptif dan penelitian saya adalah jenis penelitian kualitatif deskriptif.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Desa Pangurabaan, Kecamatan Sapiro, Kabupaten Tapanuli Selatan. Untuk waktu penelitiannya dilaksanakan pada Bulan Agustus sampai dengan Juni 2023.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Penelitian kualitatif adalah suatu penelitian yang hasil penelitiannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau metode kuantifikasi yang lain. Peneliti biasanya menggunakan pendekatan naturalistik untuk memahami suatu fenomena tertentu. Penelitian kualitatif berusaha mendapatkan pencerahan, pemahaman terhadap suatu fenomena dan ekstrapolasi pada situasi yang sama.⁹¹

Adapun jenis penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk mendeskriptifkan apa yang saat ini berlaku dan memperoleh informasi-informasi mengenai keadaan saat ini. Penelitian ini digunakan untuk mempermudah dan mengetahui seperti apa dampak gadget sebagai sarana promosi jual beli online perspektif islam pada masyarakat Desa Pangurabaan.

⁹¹Albi Anggito & Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Sukabumi: CV. Jejak, 2018), hlm. 8-9.

C. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah individu, benda atau organisme yang dijadikan informasi yang dibutuhkan dalam pengumpulan data penelitian. Istilah lain dari subjek penelitian lebih dikenal dengan responden, yaitu orang yang memberi respon atau informasi yang dibutuhkan dalam pengumpulan data penelitian. Jadi sumber yang bersedia memberikan informasi dalam pengumpulan data penelitian berasal dari responden maupun informan.⁹²

Dalam menentukan subjek penelitian, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah suatu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu atau seleksi khusus.⁹³ Mengingat subjek yang terbatas pengetahuannya secara mendetail tentang jual beli online, maka peneliti mengambil sebagian subjek penelitian sebagai informan di Desa Pangurabaan sebanyak 30 informan, yaitu penjual online sebanyak 15 penjual dan pembeli online sebanyak 15 pembeli. Dalam hal ini, peneliti akan meneliti masyarakat Desa Pangurabaan dengan beberapa kriteria antara lain masyarakat Muslim yang menjual online, masyarakat muslim pembeli online, masyarakat muslim yang berjenis kelamin laki-laki dan perempuan, serta yang berusia mulai dari umur 20 sampai dengan 50 tahun.

D. Sumber Data

Sumber data penelitian ini terdiri dari dua sumber, yaitu data primer dan data sekunder:

⁹²Sri Wahyuni Hasibuan, dkk, Metodologi Penelitian Bidang Muamalah, Ekonomi Dan Bisnis (Bandung: Media Sains Indonesia, 2021), hlm. 137-138.

⁹³Budi Gautama Siregar dan Ali Hardana, Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis (Medan: CV. Merdeka Kreasi Group, 2021), hlm. 100.

1. Data primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya yang berupa wawancara, jejak pendapat dari individu atau kelompok (orang) maupun hasil observasi dari suatu objek, kejadian atau hasil pengujian (benda). Data primer yang dibutuhkan dalam penelitian yaitu data untuk mendapatkan informasi secara langsung dari masyarakat Desa Pangurabaan.
2. Data sekunder adalah data yang dikumpulkan untuk maksud lain dan data ini telah ada di tempat tertentu. Untuk penelitian ini data sekunder diperoleh dari jurnal, skripsi, *website*, dan buku-buku yang relevan yang berkaitan dengan judul penelitian.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara mengumpulkan data yang dibutuhkan dari lapangan dengan menggunakan instrumen-instrumen yang diperlukan dalam penelitian. Disamping menggunakan instrumen dapat pula dilakukan dengan mempelajari dokumentasi-dokumentasi atau catatan-catatan yang menunjang penelitian. Sebelum melakukan pengumpulan data maka hal yang terpenting adalah melakukan observasi (pengamatan langsung) kelapangan supaya tidak terkendala pada saat pelaksanaan penelitian.⁹⁴

Adapun jenis teknik pengumpulan data antara lain sebagai berikut:

⁹⁴Mardalis, *Metode Pendekatan Penelitian Suatu Pendekatan Proposal* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2007), hlm. 73-74.

1. Observasi

Observasi adalah pencatatan pola perilaku orang, objek dan kejadian-kejadian dalam suatu cara sistematis untuk mendapatkan informasi tentang fenomena-fenomena yang diminati.⁹⁵ Metode observasi dalam penelitian ini peneliti mengamati Masyarakat Desa Pangurabaan, benda disekitar dan kejadian yang terjadi terhadap subjek yang akan diteliti yaitu di Desa Pangurabaan. Dalam hal ini peneliti melakukan observasi guna untuk mengetahui bagaimana dampak gadget sebagai sarana promosi penjualan dan pembelian online Desa Pangurabaa.

2. Wawancara

Interview atau lebih sering disebut juga dengan wawancara adalah perlakuan yang dilakukan oleh peneliti untuk mendapatkan data secara mendalam. Menurut Sugiyono, wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti. Wawancara mulai dilakukan pada bulan November 2022.

Jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur, karena untuk mempermudah peneliti dalam mencapai penelitian. Pewawancara sudah menyiapkan topic dan daftar pertanyaan pemandu wawancara sebelum aktivitas wawancara dilaksanakan. Pewawancara perlu menelusuri lebih jauh topik berdasarkan

⁹⁵Sigit Hermawan dan Amirullah, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*, (Malang: Media Nusa Creative, 2016), hlm. 37.

jawaban yang diberikan partisipan. Urutan pertanyaan dan pembahasan tidak harus sama sama seperti pada panduan, semua tergantung pada jalannya wawancara.⁹⁶

Adapun indikator yang digunakan dalam penyusunan pedoman wawancara pada rumusan masalah bagaimana dampak *gadget* sebagai sarana promosi jual beli *online* di Desa Pangurabaan adalah sebagai berikut:

- a. Pengetahuan penjual online terhadap penggunaan gadget sebagai sarana promosi dalam perspektif Islam.
- b. Pemahaman penjual online terhadap penggunaan gadget sebagai sarana promosi dalam perspektif Islam.

Adapun indikator yang digunakan dalam penyusunan pedoman wawancara pada rumusan masalah bagaimana perspektif ekonomi Islam terhadap dampak *gadget* sebagai sarana promosi jual beli *online* di Desa Pangurabaan adalah sebagai berikut:

- 1) Pengetahuan masyarakat Desa Pangurabaan saat menggunakan gadget pada transaksi jual beli online dalam perspektif Islam.
- 2) Pemahaman masyarakat Desa Pangurabaan saat menggunakan gadget pada transaksi jual beli online dalam perspektif Islam.

⁹⁶Samiaji Sarosa, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: PT. Kanisius, 2012), hlm. 23-24.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan atau karya seseorang tentang sesuatu yang sudah berlalu. Dokumen tentang orang atau sekelompok orang, peristiwa, atau kejadian dalam situasi sosial yang sesuai dan terkait dengan fokus penelitian adalah sumber informasi yang sangat berguna dalam penelitian kualitatif.⁹⁷ Hasil penelitian akan lebih dapat dipercaya jika didukung dengan dokumentasi. Dokumentasi yang dilakukan pada bulan November 2022 dengan menggunakan catatan tertulis, rekaman, maupun gambar.

F. Teknik Pengolahan Dan Analisis Data

Pengolahan data merupakan analisis terhadap data dan metode serta cara tertentu yang berlaku dalam penelitian. Pengolahan data berkaitan dengan teknik analisis data. Analisis data merupakan suatu proses dalam menemukan dan mengatur secara sistematis data yang diperoleh, lalu mengerjakan unit, memilih data yang digunakan dalam menentukan kesimpulan yang dimengerti oleh peneliti dan orang lainnya. Penganalisisan data akan memproses data yang diperoleh dengan menggabungkan variabel-variabel dalam penelitian, dan menyederhanakan data tersebut agar mengarah kepada pemahaman struktural yang lebih dimengerti oleh semua pihak.⁹⁸

⁹⁷A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan* (Jakarta: Kencana, 2017), hlm. 391.

⁹⁸Elidawaty Purba, dkk, *Metode Penelitian Ekonomi* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021), hlm. 94.

Analisis data yang dilaksanakan secara kualitatif. Langkah-langkah dilaksanakan dalam pengolahan data kualitatif adalah:

1. Reduksi Data

Data yang diperoleh ditulis dalam bentuk laporan atau data yang terperinci. Laporan yang disusun berdasarkan data yang diperoleh direduksi, dirangkum, dipilih hal-hal yang pokok, difokuskan pada hal-hal yang penting. Data hasil mengikhtiarkan dan memilah-milah berdasarkan satuan konsep, tema dan kategori tertentu akan memberikan gambaran yang lebih tajam tentang hasil pengamatan juga mempermudah peneliti untuk mencari kembali data sebagai tambahan atas data sebelumnya yang diperoleh jika diperlukan.

Dengan demikian reduksi data dalam penelitian ini akan memberikan gambaran yang lebih jelas serta mempermudah bagi peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya mengenai dampak gadget sebagai sarana promosi jual beli online perspektif ekonomi Islam pada Desa Pangurabaan.

2. Penyajian Data

Data yang diperoleh dikategorisasikan menurut pokok permasalahan dan dibuat dalam bentuk matriks sehingga mempermudah peneliti untuk melihat pola-pola hubungan satu data dengan data lainnya. Semuanya dirancang guna menggabungkan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang padu dan mudah diraih serta lebih mudah dipahami sehingga

peneliti dapat mengetahui apa yang terjadi untuk menarik kesimpulan-kesimpulan yang diambil terhadap data yang akurat.

3. Analisis Data Nvivo

Penelitian ini menggunakan analisis data Nvivo untuk membantu peneliti kualitatif dengan melakukan koding terhadap data dari berbagai sumber dan sekaligus memisahkan data yang bersumber dari informan, peneliti, serta sumber data sekunder. Tekni-teknik memasukkan berbagai sumber data kualitatif untuk di analisis dalam Nvivo dengan memasukkan dokumen ke dalam Nvivo, PDF ke dalam Nvivo, dokumen ke dalam Nvivo, data dari database ke dalam Nvivo, dan website jejaring media sosial ke Nvivo.⁹⁹

4. Penyimpulan dan Verifikasi

Kegiatan penyimpulan merupakan langkah lebih lanjut dari kegiatan reduksi dan penyajian data. Data yang sudah direduksi dan disajikan secara sistematis akan disimpulkan sementara. Kesimpulan yang diperoleh pada tahap awal biasanya kurang jelas, tetapi pada tahap-tahap selanjutnya akan semakin tegas dan memiliki dasar yang kuat. Kesimpulan sementara perlu diverifikasi. Teknik yang dapat digunakan untuk memverifikasi adalah triangulasi sumber data dan metode, diskusi teman sejawat, dan pengecekan anggota.¹⁰⁰

⁹⁹Agustinus Bandur, *Penelitian Kualitatif Metodologi, Desain, dan Teknik Analisis Data Dengan Nvivo 11 Plus*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016), hlm. 111.

¹⁰⁰V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2021), hlm. 35.

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif yang diharapkan adalah proses perumusan makna dari hasil penelitian yang diungkapkan dengan kalimat yang jelas dan mudah dipahami, serta dilakukan dengan cara berulang kali melakukan peninjauan mengenai kebenaran dari penyimpulan tersebut, khususnya berkaitan dengan relevansi dan konsistensinya terhadap judul, tujuan dan perumusan masalah yang ada.

G. Teknik Pengecekan Keabsahan

Untuk menghindari kesalahan atau kekeliruan data yang telah terkumpul, perlu dilakukan pengecekan keabsahan data.¹⁰¹ Hal-hal yang harus dilakukan peneliti untuk mendapatkan data yang akurat adalah pengecekan keabsahan data menggunakan triangulasi.

Triangulasi merupakan teknik pengambilan data yang dilakukan dengan cara mengecek ulang crosscheck dengan subjek lain. Dalam penelitian ini, triangulasi data dilakukan dengan dua cara yaitu:

1. Triangulasi sumber

Triangulasi sumber, berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif.¹⁰² Seperti membandingkan data dengan hasil pengamatan melalui wawancara, yakni membandingkan data dengan apa yang dilakukan dengan apa yang dikatakan secara pribadi atau secara umum.

¹⁰¹Abdul Rahman Rahim, *Cara Praktik Penulisan Karya Ilmiah* (Yogyakarta: Zahir Publishing, 2020), hlm. 113.

¹⁰²Rusdiana dan Nasihudin, *Sistem Informasi Manajemen Pendidikan Tinggi* (Bandung: Pustaka Tresna Bhakti Press, 2016), hlm. 59-60.

2. Triangulasi Metode

Triangulasi metode adalah proses uji keabsahan data dengan cara mengonfirmasi data penelitian yang sudah diperoleh dengan metode yang berbeda. Tujuannya adalah untuk memberikan keyakinan pada penelitian bahwa data yang diperoleh sudah sah atau layak untuk terus menjadi data penelitian yang akan di analisis.¹⁰³

Untuk memperoleh data yang sah atau layak, maka peneliti bisa menggunakan metode wawancara atau observasi atau pengamatan untuk mengecek kebenarannya. Selain itu, peneliti juga bisa menggunakan informan yang berbeda untuk mengecek kebenaran informasi tersebut melalui berbagai pandangan yang diharapkan diperoleh hasil yang mendekati kebenaran.

¹⁰³Sigit Hermawan dan Amirullah, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*, hlm. 226.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Desa Pangurabaan Kecamatan Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan

1. Sejarah Desa Pangurabaan

Desa Pangurabaan merupakan salah satu desa yang ada di Kecamatan Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan Sumatera Utara. Desa Pangurabaan terbentuk dari zaman kerajaan Oppu Pane yang mempunyai 5 keturunan yaitu Raja Gulingan Pane, Raja Mangantabilang, Raja Jabengan, Raja Guppak, dan satu lagi boru yang berasal dari Kecamatan Arse. Asal mula terbentuknya Desa Pangurabaan yaitu dikarenakan perpindahan tempat dari anak-anak Raja Oppu Pane yaitu Raja Gulingan Pane ke Desa Pangurabaan yang pada saat itu dinamai Desa Pagaran. Pindahnya Raja Gulingan Pane dikarenakan lahan atau tempat yang sudah penuh penduduk di wilayah arse pada saat itu. Kemudian Raja Gulingan Pane membuka lahan untuk tempat tinggalnya di Desa Pagaran yang sekarang sudah menjadi Desa Pangurabaan. Pada Zaman itu Desa Pangurabaan hanya berukuran kecil yang sekarang sudah menjadi kuburan Raja Gulingan Pane dan ke 5 anaknya. Hingga sampai sekarang Desa Pangurabaan berkembang yang sekarang masih ada aliran darah dari anak-anak Raja Gulingan Pane. Oleh karena itulah nama anak dari Raja Gulingan Pane yang dikatakan sebagai 5 paroppuan, yaitu dari siakkaan

Janaek, Pamutung, Hima, Mappar, dan sianggian Sopo, hingga sampai saat ini jadi ada 5 paroppuan di Desa Pangurabaan tersebut.

Desa pangurabaan menjadi desa lokasi penelitian yang terdiri atas persawahan dan perkebunan, perkebunan tersebut seperti kebun kopi, coklat, karet dan sebagainya. Potensi pertanian dan perkebunan di desa Pangurabaan cukup besar, hingga menjadi sector mata pencaharian bagi masyarakat. Sebagian besar masyarakat Desa Pangurabaan bekerja sebagai petani, wiraswasta, pedagang, PNS, dan supir. Masyarakat Desa Pangurabaan mayoritas keseluruhan muslim yang bersebalahan dengan kampung toba.

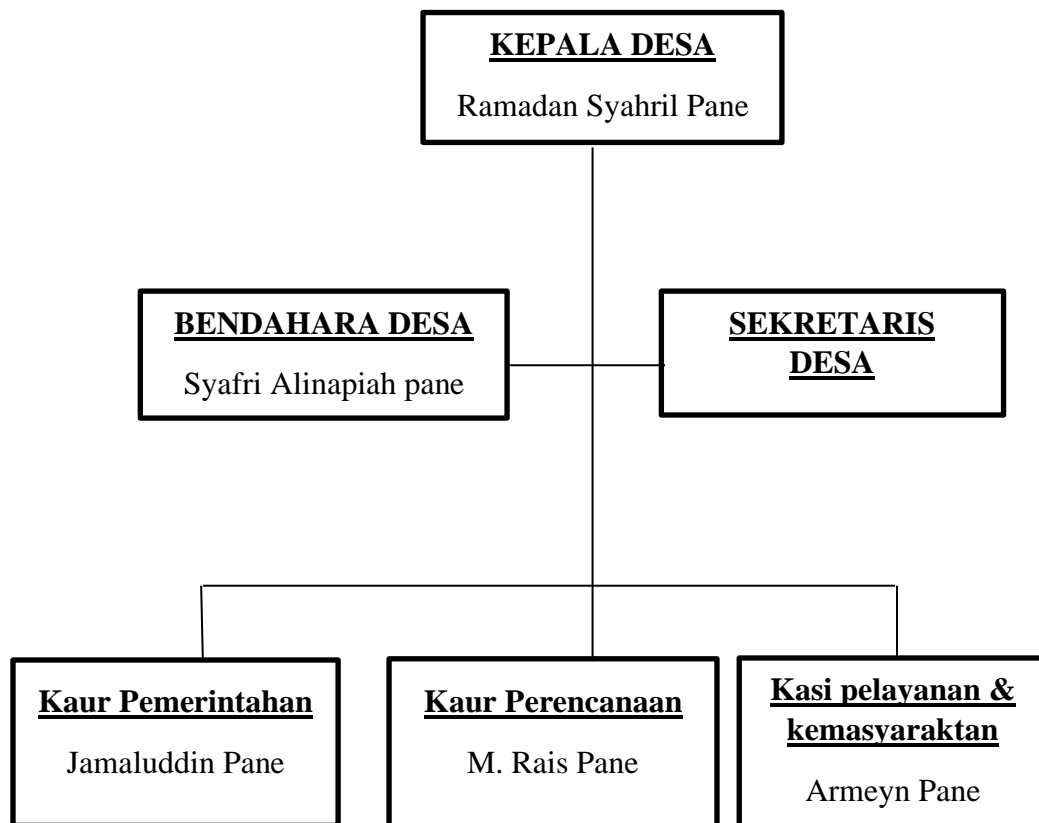
2. Letak Geografis Desa Pangurabaan

Desa Pangurabaan Kecamatan Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan merupakan wilayah daratan Sipirok dengan batas batas wilayah yaitu:

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan Marsada aek sagala
- b. Sebelah Selatan berbatasan dengan Sipirok Godang
- c. Sebelah Timur berbatasan dengan Bagas Lombang
- d. Sebelah Barat berbatasan dengan Paranjulu
- e. Keadaan iklim musim hujan dan kemarau
- f. Keadaan alam dataran tinggi

3. Struktur Organisasi

Gambar IV.1
Struktur Organisasi Pemerintahan Desa Pangurabaan
Kecamatan Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan



4. Keadaan Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin

Jumlah Penduduk Desa Pangurabaan berdasarkan jenis kelamin laki-laki dan perempuan yaitu:

Tabel IV.1
Keadaan Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin
Desa Pangurabaan

No	Jumlah KK	Jenis kelamin	Jumlah
1	201	Laki-laki	342 Jiwa
2		Perempuan	354 Jiwa
Jlh	201		696 Jiwa

Sumber: Kantor Kepala Desa Pangurabaan Kecamatan Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan, November 2022.

Berdasarkan tabel IV. 1 diatas dapat disimpulkan bahwa masyarakat Desa Pangurabaan Kecamatan Sipirok Kabupaten Tapsel berjenis kelamin laki-laki berjumlah 342 jiwa dan berjenis kelamin perempuan berjumlah 354 jiwa. Total keseluruhan laki-laki dan perempuan sebanyak 696 jiwa penduduk. Dalam hal ini, berjenis perempuan lebih mendominasi di Desa Pangurabaan.

5. Keadaan Ekonomi

Mata pencaharian masyarakat Desa Pangurabaan Kecamatan Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan mayoritas Bertani dan berkebun, hal tersebut disebabkan luasnya lahan pertanian dan perkebunan di Desa Pangurabaan. Selain bertani dan juga berkebun pekerjaan masyarakat desa pangurabaan yaitu, berdagang, bertenun, dan kerajinan tangan lainnya. Berkebun dan bertani sudah menjadi kehidupan sehari-hari masyarakat desa pangurabaan, meskipun telah memiliki pekerjaan lain seperti PNS ataupun honorer masyarakat Desa Pangurabaan tetap bertani ataupun berkebun.

6. Kesehatan

Kesehatan masyarakat juga adalah hal yang penting untuk diperhatikan. Kesehatan masyarakat adalah tolak ukur dalam meningkatkan kesejahteraan rakyat. Untuk menjamin dan mendukung kesehatan masyarakat, ada fasilitas Kesehatan di Desa Pangurabaan Kecamatan Sipirok yaitu adanya Bidan Desa. Bidan desa merupakan tenaga kesehatan yang banyak berperan dalam mengembangkan kesehatan masyarakat sesuai dengan perannya, yaitu sebagai pendidik, penggerak, fasilitator, dan

mediator dalam menggerakkan dan memberdayakan masyarakat untuk mencapai kemandirian dalam upaya peningkatan kesejahteraan khususnya pelayanan kesehatan ibu dan anak.

7. Pendidikan

Pendidikan adalah hal yang sangat utama dan menjadi faktor yang sangat utama dan menjadi faktor yang sangat penting untuk masyarakat. Hal ini didasarkan kepada pengetahuan masyarakat yang menjadi faktor utama pendorong kemajuan dan kesejahteraan masyarakat. Keretiban, keadilan dan kemaslahatan yang terbentuk dikalangan masyarakat adalah bentuk dan cara berfikir dari setiap individu masyarakat. Maka untuk itu pentingnya pendidikan menjadi salah satu perhatian besar oleh pemerintah untuk masyarakat.

Pendidikan di Desa Pangurabaan Kecamatan Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan ini sangat beragam, mulai dari masyarakatnya yang tidak tammat sekolah dasar hingga sarjana. Hal ini yang menjadi faktor keadaan tersebut adalah banyaknya orang tua yang memang dahulunya tidak bersekolah, kemudian faktor biaya dan kemajuan menjadi alasan anak-anak maupun remaja tidak mau melanjutkan sekolahnya dan memilih untuk bekerja saja.

Kemajuan dari desa ataupun masyarakat itu sendiri dilihat dari pendidikannya, di Desa Pangurabaan untuk fasilitas Pendidikan terdapat dua SD yaitu SD 2 dan SD Impres. Selain itu, di Desa Pangurabaan juga

terdapat satu perpustakaan yaitu perpustakaan umum daerah Prof Lafran Pane.

Tabel IV.2
Tingkat Pendidikan Masyarakat Desa Pangurabaan Kecamatan Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan Tahun 2023

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (orang)
1	Tidak tamat SD	225
2	SD	119
3	SLTP/Sederajat	169
4	SLTA/Sederajat	137
5	Diploma/Sarjana	46
	Jumlah	696

Sumber:
Kantor
Kepala
Desa

Pangurabaan Kecamatan Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan, April 2023.

8. Kondisi keagamaan

Kesejahteraan dalam bermasyarakat di dukung oleh tingginya tingkat pengetahuan dalam etika, moral, adab dan cara berinteraksi yang baik dan benar antar sesama individu. Maka perlu untuk mengembangkan pengetahuan masyarakat melalui fasilitas yang mendukung dalam meningkatkan nilai religious dalam jiwa setiap perorangan.

Masyarakat Desa Pangurabaan Kecamatan Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan keseluruhannya beragama Islam. Fasilitas tempat peribadahan berupa dua masjid yaitu masjid At-Toyyibah dan masjid taqwa Muhammadiyah. Selain itu, juga terdapat sekolah mengaji ataupun sekolah ibtidaiyah yang diperuntukkan untuk anak-anak dalam memenuhi pendidikan di bidang ilmu agama. Selain itu, aktifitas keagamaan seperti isra'mi'raj, maulid nabi, wirit yasinan ibu ibu setiap minggunya dan

remaja masjid, thahlilan hingga safari Ramadan remaja masjid di bulan suci Ramadan.

B. Deskripsi Informasi Penelitian

Pada bab ini akan menjelaskan tentang hasil penelitian dan pembahasan mengenai Dampak *Gadget* Sebagai Sarana Promosi Jual Beli *Online* Perspektif Ekonomi Islam Pada Masyarakat Desa Pangurabaan. Setelah menentukan tempat penelitian, kemudian peneliti melakukan observasi, melakukan prosedur perizinan dan akhirnya peneliti mendapatkan tanggapan yang positif dari pihak masyarakat Desa Pangurabaan yang dijadikan fokus pada penelitian skripsi saya. Tahap selanjutnya peneliti melakukan penelitian pada penjual *online* dan pembeli *online* Desa Pangurabaan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif analisis data Nvivo.

Untuk memperoleh data, peneliti melakukan wawancara dengan memberikan pertanyaan yang dilakukan dengan tatap muka langsung dengan masyarakat Desa Pangurabaan. Peneliti melakukan wawancara berdasarkan pedoman wawancara, proses wawancara dilakukan selama dua minggu. Disini peneliti telah selesai mewawancarai masyarakat Desa Pangurabaan, yang terbagi menjadi dua bagian, yaitu bagian penjual *online* dan pembeli *online*. Dari penjual informan yang didapat ada 15 orang, dan informan untuk pembeli ada 15 orang yang merupakan masyarakat Desa Pangurabaan. Berikut data penjual *online* dan pembeli *online* dengan 30 informan yang merupakan masyarakat Desa Pangurabaan:

Tabel IV.3
Penjual dan Pembeli *Online*
Masyarakat Desa Pangurabaan

No	Nama	Jenis kelamin (L/P)	Alamat	Usia	Penjual Online/Pembeli Online
1	Siti Robayan Dalimunte	P	Pangurabaan	22	Penjual Online
2	Nisa Wasyamah Hutasuhut	P	Pangurabaan	23	Penjual Online
3	Riska Gaus	P	Pangurabaan	28	Penjual Online
4	Adelina Harahap	P	Pangurabaan	25	Penjual Online
5	Winda Ramdiah Siregar	P	Pangurabaan	25	Penjual Online
6	Bayna Harianja	P	Pangurabaan	25	Penjual Online
7	Resky Pane	P	Pangurabaan	28	Penjual Online
8	Nita Siregar	P	Pangurabaan	30	Penjual Online
9	Dhini Nainggolan	P	Pangurabaan	32	Penjual Online
10	Naenda Pane	P	Pangurabaan	29	Penjual Online
11	Rika Pane	P	Pangurabaan	35	Penjual Online
12	Nadira Siregar	P	Pangurabaan	38	Penjual Online
13	Efrida Pane	P	Pangurabaan	38	Penjual Online
14	Dorilan Siregar	P	Pangurabaan	40	Penjual Online
15	Ahmad Saleh Pane	L	Pangurabaan	45	Penjual Online
16	Efrika Damayanti	P	Pangurabaan	20	Pembeli Online
17	Bunda Juli Pane	P	Pangurabaan	21	Pembeli Online
18	Ine Harahap	P	Pangurabaan	22	Pembeli Online
19	Elida Marwiyah Hasibuan	P	Pangurabaan	22	Pembeli Online
20	Rohli Ismi Pane	P	Pangurabaan	23	Pembeli Online
21	Putri Aprilia Pane	P	Pangurabaan	23	Pembeli Online
22	Nur Khodijah	P	Pangurabaan	23	Pembeli Online
23	Ros Mala Dewi Pane	P	Pangurabaan	24	Pembeli Online
24	Rais Pane	L	Pangurabaan	25	Pembeli Online
25	Nur Aisyah Hanum Siagian	P	Pangurabaan	26	Pembeli Online
26	Sri Desina Handayani	P	Pangurabaan	26	Pembeli Online
27	Leni Asreanita Harahap	P	Pangurabaan	27	Pembeli Online
28	Erni Situmeang	P	Pangurabaan	40	Pembeli Online
29	Sripadu	P	Pangurabaan	42	Pembeli Online
30	Tetti Nasution	P	Pangurabaan	43	Pembeli Online

C. Hasil Penelitian Wawancara Dengan Penjual Online dan Pembeli

Online

1. Dampak *gadget* dalam penjualan *online*

- a. Memulai usaha, cara mempromosikan, keuntungan, hambatan dan komplain berjualan *online*, serta barang apa saja yang ditawarkan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Siti Robayan Dalimunte seorang penjual *online* Desa Pangurabaan, mengatakan bahwa:

Memulai usaha berjualan secara *online* sejak 3 tahun belakangan ini dengan berjualan melalui media *online* seperti *facebook*, *whatshap*, dan *instagram*. Peran dampak *gadget* ini sangatlah membantu menurut saya pribadi dengan mengikuti zaman yang sekarang ini sudah canggih, banyak keuntungan dan kemudahan dalam berjualannya, seperti tidak lagi menyewa lapak toko cukup dirumah saja dan jangkauan promosinya sangat luas dan kita bisa mengerti didunia bisnis. Hambatan yang sering dialami yaitu terhambat pada ongkir yang kemahalan menurut si pembeli, padahal kita juga memperkirakan jarak jauh kota kita dengan si pembeli. Barang yang dijual produk pakaian wanita, laki-laki, produk kecantikan, aksesoris handphone, sepatu, dan juga tas.¹⁰⁴

Berdasarkan hasil wawancara dengan Winda Ramdiah Siregar seorang penjual *online* Desa Pangurabaan, mengatakan bahwa:

Saya mulai berjualan *online* ini kira-kira sudah berjalan 3 tahunan dari tahun 2020. Beberapa barang yang saya jual ada produk kecantikan, baju wanita dan laki-laki, sepatu, dan aksesoris handphone. Keuntungan berjualan melalui *online* ini yaitu barang yang kita jual dikenal banyak orang tanpa harus pergi ke pasar langsung. Zaman sekarang ini sudah canggih apalagi sudah ada yang namanya *gadget*, mempermudah orang yang ingin belanja, dimana-mana orang lebih mudah memesan *online*, praktis dan tidak menguras tenaga. Tetapi ada beberapa hambatan yang sering saya alami yaitu seperti pengembalian barang secara tiba-tiba dan penipuan pembelian melalui chat.¹⁰⁵

¹⁰⁴Hasil wawancara dengan Siti Robayan Dalimunte, penjual *online* Desa Pangurabaan, pada tanggal 29 Maret 2023, pukul 19.30 WIB.

¹⁰⁵Hasil wawancara dengan Winda Ramdiah Siregar, penjual *online* Desa Pangurabaan, pada tanggal 29 Maret 2023, pukul 14.30 WIB.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Nisa Wasyammah Hutasuhut seorang penjual *online* Desa Pangurabaan, mengatakan bahwa:

Saya memulai berjualan *online* mulai dari tahun 2016. Mulai dari menjual produk kecantikan, hiasan rumah, makanan kering, pakaian dewasa, dan anak-anak, serta pernik lainnya. Banyak keuntungan yang saya dapat dari berjualan melalui *online* ini lebih mudah dijangkau dari umur yang muda sampai umur yang tua, dengan hanya mempromosikan barang yang difoto, video dan memberikan deskripsi yang jelas mengenai barang yang ingin kita jual, kemudian kita posting di media sosial kita mereka bisa melihat jualan saya, tidak memerlukan banyak modal untuk meyewa lapak. Alhamdulillah sampai sekarang ini saya belum pernah mendapat komplain, semisalkan ada hambatan yaitu paling di jaringan saya yang mengakibatkan slow respon terhadap pembeli.¹⁰⁶

Berdasarkan hasil wawancara dengan Riska Gaus seorang penjual *online* Desa Pangurabaan, mengatakan bahwa:

Mulai berjualan *online* dari tahun 2019. Saya menjual produk seperti sepatu, baju wanita, kosmetik, dan terkadang apa yang diminta oleh konsumen. Keuntungan berjualan *online* ini memudahkan kita dengan jangkauan yang luas tidak hanya dikota kita saja melainkan bisa dari kota mana saja bisa melihat produk jualan kita, hanya dengan mempromosikan foto, video dan live melalui akun media sosial kita seperti facebook, shopee, whatsapp dan tiktok. Pernah mendapat komplain dari pembeli yaitu kerusakan barang yang diterima, mungkin dari pihak ekspedisinya kurang berhati-hati, karena menurut saya jika saya ingin mengirim barang pesanan saya sudah cek beberapa kali barang dan pengemasannya.¹⁰⁷

Berdasarkan hasil wawancara dengan Adelina Harahap seorang penjual *online* Desa Pangurabaan, mengatakan bahwa:

¹⁰⁶Hasil wawancara dengan Nisa Wasyammah Hutasuhut, penjual *online* Desa Pangurabaan, pada tanggal 2 April 2023, pukul 20.50 WIB.

¹⁰⁷Hasil wawancara dengan Riska Gaus, penjual *online* Desa Pangurabaan, pada tanggal 30 Maret 2023, pukul 20.42 WIB.

Memulai berjualan *online* sejak tahun 2018 pada saat semester 2 diperkuliahan karena bisa untuk penghasilan sampingan uang jajan. Saya menjual produk dalam bidang *fasion* yaitu berupa pakaian wanita dan jilbab. Saya mempromosikan suatu produk penjualan saya melalui media sosial seperti *facebook, instagram, whatsapp, dan shopee*, karena di media sosial banyak teman baik dari sekampung maupun dari luar daerah. Menurut saya keuntungan berjualan *online* ini mempermudah komunikasi pemesanan yang lebih mudah melalui komunikasi, dan hambatannya ya dijaringan dan terkadang jualannya.¹⁰⁸

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bayna Harianja seorang penjual *online* Desa Pangurabaan, mengatakan bahwa:

Saya mulai berjualan *online* tahun 2020 sekitar 3 tahunan. Saya menjual produk kecantikan dan pakaian wanita. Menurut saya keuntungan berjualan *online* kita bisa menghemat biaya dan waktu tidak repot, promosi pemasaran dan transaksinya bisa dilakukan secara *online*. Hambatan atau keluhan yang sering terjadi yaitu pada jaringan dan ongkirnya yang terlalu mahal bagi mereka si pembeli.¹⁰⁹

Berdasarkan hasil wawancara dengan Dorilan seorang penjual *online* Desa Pangurabaan, mengatakan bahwa:

Saya mulai berjualan sekitar dari tahun 2020. Saya menjual beberapa macam produk seperti makanan kering, baju, kosmetik, dan bahan-bahan dapur. Keuntungan berjualan *online* lebih mudah dan praktis, saya memperlihatkan barang jualan saya dengan memfoto dan memvideo serta melakukan *live* di akun media sosial saya seperti *whatsapp, instagram, dan tiktok*. Selama berjualan *online* sampai saat ini saya belum mendapat kompalain dari pihak pembeli. Hanya saja ada hambatan yang sering saya alami merespon pembeli dengan lambat karena jaringan yang tidak stabil.¹¹⁰

¹⁰⁸Hasil wawancara dengan Adelina Harahap, penjual *online* Desa Pangurabaan, pada tanggal 2 April 2023, pukul 17.52 WIB.

¹⁰⁹Hasil wawancara dengan Bayna Harianja, penjual *online* Desa Pangurabaan, pada tanggal 3 April 2023, pada pukul 21.29 WIB.

¹¹⁰Hasil wawancara dengan Dorilan, penjual *online* Desa Pangurabaan, pada tanggal 3 April 2023, pukul 12.57 WIB.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Nadira Siregar seorang penjual *online* Desa Pangurabaan, mengatakan bahwa:

Saya mulai berjualan *online* tahun 2020 sekitaran 3 tahun lebih. Saya menjual produk seperti sprei, tas anak laki-laki, kain tenun dan kerajinan manik-manik sipirok. Banyak keuntungannya, salah satunya adalah lebih mudah untuk mempromosikan barang jualan kita. Saya menggunakan media promosi penjualan dengan memfoto dan video serta memberikan deskripsi tentang barang jualan dengan menawarkan produk secara ramah kepada konsumen.. Hambatannya karena tidak secara langsung berhubungan dengan pembeli, jadi pembeli harus menunggu waktu untuk menanya-nanya barang yang kita jual.¹¹¹

Berdasarkan hasil wawancara dengan Reski Pane seorang penjual *online* Desa Pangurabaan, mengatakan bahwa:

Saya mulai berjualan *online* sejak tahun 2022. Saya menjual produk pakaian wanita, jilbab, sepatu wanita, dan tas wanita. Keuntungannya orang yang dicakup lebih besar dan luas dan kemudahannya itu bisa ke seluruh penjuru yang ada dimuka bumi dan saya tidak mengambil untung banyak-banyak asalkan jualan saya lancar dan pembeli puas terhadap produk jualan saya. Hambatan yang sering terjadi biasanya terkendala di pengiriman karena menggunakan ongkir.¹¹²

Berdasarkan hasil wawancara dengan Rika Pane seorang penjual *online* Desa Pangurabaan, mengatakan bahwa:

Saya mulai berjualan *online* kurang lebih sudah 6 tahun sejak tahun 2018. Saya menjual produk kerajinan tangan asli sipirok yaitu seperti ulos batak, tenun, dan kerajinan manik-manik lainnya. keuntungannya banyak sekali, salah satunya kita dimudahkan mempromosikan produk jualan kita, banyak pelanggan bertambah, semakin luas juga pemasaran kita dan hanya dengan kita *share* di media sosial seperti yang saya pake yaitu *facebook*, *whatsapp*, dan *instagram*. Hambatan atau keluhan yang terkadang terjadi yaitu dijaringan yang tidak bagus, dan dipihak ekspedisi karena mahal ongkirnya dan harga produk

¹¹¹Hasil wawancara dengan Nadira Siregar, penjual *online* Desa Pangurabaan, pada tanggal 1 April 2023, pukul 11.21 WIB.

¹¹²Hasil wawancara dengan Reski Pane, penjual *online* Desa Pangurabaan, pada tanggal 31 Maret 2023, pukul 17.54 WIB.

jualan saya yang mahal. Tetapi saya berani jamin walaupun harga produk jualan saya mahal, tetapi kualitas produknya bagus dan rapi.¹¹³

Berdasarkan hasil wawancara dengan Nita Siregar seorang penjual *online* Desa Pangurabaan, mengatakan bahwa:

Saya mulai berjualan *online* kurang lebih sejak tahun 2018. Saya menjual produk pakaian muslim yaitu, mukenah, baju kokoh, sepatu wanita dan tas. Keuntungan berjualan seperti ini tidak banyak waktu yang terbuang, sembari kerja kita juga bisa melakukan penjualan *online* ini, dengan adanya *gadget* mempermudah segala aktivitas pekerjaan saya. Ada hambatan yang terjadi seperti barangnya lama sampai/diterima oleh pihak pembeli.¹¹⁴

Berdasarkan hasil wawancara dengan Efrida Pane seorang penjual *online* Desa Pangurabaan, mengatakan bahwa:

Saya mulai berjualan *online* pada tahun 2021. Saya menjual produk kerajinan tangan khas sipirok yaitu, ulos batak, kotak tisu, appang, pakaian wanita. Kemudahan dan keuntungannya tidak harus ada lapak bisa berjualan dari rumah, lebih memperluas penjualan ke selurus penjuru daerah. Proses penjualannya dengan memfoto, video live dan mempromosikannya melalui media sosial seperti *facebook*, *instagram*, dan *whatsapp*. Hambatan dan keluhan sering terjadi seperti penipuan pemesanan, transferan lama, jaringan tidak bagus pada saat *live* dan ada aja yang melakukan pengembalian barang secara tiba-tiba.¹¹⁵

Berdasarkan hasil wawancara dengan Naenda Pane penjual *online* Desa Pangurabaan, mengatakan bahwa:

Saya memulai berjualan *online* pada tahun 2021. Saya menjual produk pakaian anak-anak dan kebutuhan rumah tangga. Berjualan *online* mempermudah saya untuk mempromosikan barang jualan saya dengan menggunakan media sosial, adanya *gadget* sangat membantu penjualan saya dikenal banyak orang

¹¹³Hasil wawancara dengan Rika Pane, penjual *online* Desa Pangurabaan, pada tanggal 1 April 2023, pukul 12.04 WIB.

¹¹⁴Hasil wawancara dengan Nita Siregar, penjual *online* Desa Pangurabaan, pada tanggal 3 April 2023, pukul 12.33 WIB.

¹¹⁵Hasil wawancara dengan Efrida Pane, penjual *online* Desa Pangurabaan, pada tanggal 8 April 2023, pukul 10.30 WIB.

mempercepat mendapatkan kebutuhannya dengan mudah.. Keuntungannya tidak harus menggunakan atau menyewa lapak, karena dari rumah sudah bisa kita berjualan. Hambatannya seperti penipuan chat, transferan, dan pengcancelan barang pesanan secara tiba-tiba.¹¹⁶

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ahmad Saleh Pane seorang penjual *online* Desa Pangurbaan, mengatakan bahwa:

Saya berjualan *online* kira-kira sudah berjalan 2 tahun pada tahun 2021. Saya menjual produk dibidang makanan yaitu, kue basah, kue kering dan *frozen* makanan. Keuntungannya berjualan seperti ini sangat mempermudah dan menghemat waktu. Saya lebih serig mempromosikan produk jualan saya melalui *whatsapp* dan *facebook* dengan memposting beberapa macam produk jualan saya. Hambatan yang sering terjadi yaitu dikuota dan jaringan, kalo masalah keuntungan, kualitas rasa dan ongkir alhamdulillah saya amanah, tidak mengambil keuntungan banyak yang penting usaha saya lancar dan tidak mengecewakan pembeli.¹¹⁷

Berdasarkan hasil wawancara dengan Dhini Nainggolan seorang penjual *online* Desa Pangurbaan, mengatakan bahwa:

Saya mulai berjualan *online* kira kira sudah 2 tahun dimulai pada tahun 2021. Saya menjual produk kecantikan yaitu skincare R&D Glow. Kemudahan dan keuntungannya lebih banyak orang mengenal produk saya dan lebih mudah dalam penjualannya. Hambatan ada di jaringan sama pengiriman barang yang untuk keluar daerah lama dan untuk kompalin sampai saat ini alhamdulillah belum ada.¹¹⁸

2. Dampak *gadget* dalam pembelian secara *online*

- a. Keuntungan dan hambatan berbelanja *online*, serta barang apasaja yang dibelanjakan.

¹¹⁶Hasil wawancara dengan Naenda Pane, penjual *online* Desa Pangurbaan, pada tanggal 8 April 2023, pukul 16.00 WIB.

¹¹⁷Hasil wawancara dengan Ahmad Saleh Pane, penjual *online* Desa Pangurbaan, pada tanggal 6 April 2023, pukul 14.09 WIB.

¹¹⁸Hasil wawancara dengan Dhini Nainggolan, Penjual *online* Desa Pangurbaan, pada tanggal 6 April 2023, pada pukul 16.48 WIB.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Efrika Damayanti seorang pembeli *online* Desa Pangurabaan, mengatakan bahwa:

Menurut saya berbelanja *online* itu mudah dan praktis, menghemat waktu, tidak ribet dan bisa belanja dari rumah, dan juga cepat mendapat barang yang keluaran baru lebih gampang, tetapi terkadang terkendala dikuota jaringan dan paketnya lama datang kemudian tidak sesuai dengan ekspektasi. Walaupun begitu saya merasa puas dengan adanya aktivitas pelayanan *online* ini. Barang yang sering saya beli seperti baju, sandal, dan *skincare*.¹¹⁹

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bunda Juli Pane seorang pembeli *online* Desa Pangurabaan, mengatakan bahwa:

Menurut saya berbelanja *online* itu lebih mudah, lebih murah harganya dan banyak pilihannya, tetapi terkadang terkendala pada pengiriman barangnya sangat lama pengemasannya dan keluhan yang saya alami pernah barangnya rusak. Saya merasa kurang puas dengan pelayanan mereka dan barang yang mereka kirim juga sering rusak. Barang yang sering saya beli yaitu seperti baju dan aksesoris.¹²⁰

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ine Harahap seorang pembeli *online* Desa Pangurabaan, mengatakan bahwa:

Menurut saya berbelanja *online* memiliki beberapa alasan lebih mudah, lebih gampang dan banyak pilihan, tertera ukuran dan sudah ada ulasan dari pembeli lain. Dengan menggunakan gadget sudah tersedia aplikasi-aplikasi belanja online dan saya merasa lumayan puaslah dengan adanya *online* ini. Terkadang terkendala di waktu pengemasan dan pengiriman barang lama dan sampai barangnya tidak tepat waktu yang tertera pada toko *online* tersebut. Barang yang sering saya beli seperti pakaian, jilbab, tas.¹²¹

¹¹⁹Hasil wawancara dengan Efrika Damayanti, pembeli *online* Desa Pangurabaan, pada tanggal 29 Maret 2023, pukul 10.06 WIB.

¹²⁰Hasil wawancara dengan Bunda Juli Pane, pembeli *online* Desa Pangurabaan, pada tanggal 5 April 2023, pukul 17.17 WIB.

¹²¹Hasil wawancara dengan Ine Harahap, pembeli *online* Desa Pangurabaan, pada tanggal 30 Maret 2023, pukul 13.09 WIB.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Nur Khodijah seorang pembeli *online* Desa Pangurabaan, mengatakan bahwa:

Berbelanja *online* lebih mudah, praktis, dan hemat waktu. Banyak keuntungan yang saya dapat berbelanja melalui *online* ini, salah satunya yaitu saya bisa mendapatkan barang yang saya mau hanya melalui *online* saja dan saya sangat puas, dengan menggunakan *gadget* berbelanja lebih gampang tidak harus keluar rumah dan tidak mengeluarkan tenaga untuk pergi ke tokonya. Kendala yang sering terjadi yaitu di waktu pengiriman dan waktu pengantaran barangnya ke rumah, sering melenceng dari waktu yang mereka terakan.¹²²

Berdasarkan hasil wawancara dengan Tetti Nasution seorang pembeli *online* Desa Pangurabaan, mengatakan bahwa:

Belanja *online* lebih murah, lebih praktis dan ekonomis, tidak capek, tinggal menunggu datang langsung ke rumah *standby*. Terjadi kendala dan keluhan keluhan seperti tidak cocok diongkos kirim yang kemahalan, terkadang barangnya lama datang, dan barang tidak sesuai pesanan, barang lama sampai. Tetapi dengan adanya *gadget* dan aplikasi aplikasi jual beli *online* saya merasa puas dengan pelayanan mereka. Barang yang sering saya beli yaitu pakaian anak dan dewasa.¹²³

Berdasarkan hasil wawancara dengan Putri Aprilia Nauli seorang pembeli *online* Desa Pangurabaan, mengatakan bahwa:

Berbelanja *online* banyak pilihan, mudah dan praktis dari rumah kita bisa berbelanja tanpa harus keluar rumah. Tetapi terkadang terkendala jika saya tidak ada di rumah dan pembayarannya secara COD, kemudian juga sering terkendala di jaringan, ukuran barang tidak sesuai pesanan dan ongkir barang mahal dari harga barang dan lumayan puas lah bagi saya dalam kegiatan pembelian *online* pada zaman sekarang ini. Barang yang sering saya beli yaitu seperti pakaian, alat *make up* dan makanan cemilan.¹²⁴

¹²²Hasil wawancara dengan Nur Khodijah, pembeli *online* Desa Pangurabaan, pada tanggal 30 Maret 2023, pukul 17.51 WIB.

¹²³Hasil wawancara dengan Tetti Nasution, pembeli *online* Desa Pangurabaan, pada tanggal 4 April 2023, pukul 16.52 WIB.

¹²⁴Hasil wawancara dengan Putri Aprilia Nauli, pembeli *online* Desa Pangurabaan, pada tanggal 6 April 2023, pukul 20.31 WIB.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Elida Marwiyah seorang pembeli *online* Desa Pangurabaan, mengatakan bahwa:

Belanja *online* mudah, praktis, dan banyak pilihannya. Saya sering membeli pakaian, tas, produk kecantikan, dan sepatu. Keuntungannya banyak sekali saya dapat yaitu kapan saja dan dimana saja saya bisa berbelanja melalui *online*, dengan adanya *gadget* sangat membantu dan mempermudah saya untuk mendapatkan barang yang saya inginkan, tinggal *checkout* dan menunggu barang sampai dirumah dan saya juga merasa puas dengan aktivitas kegiatan *online* ini. Kendalanya sering kalo saya tidak ada dirumah paket saya sampai namun tidak ada yang menerima dikarenakan saya pembayarannya melalui sistem COD.¹²⁵

Berdasarkan hasil wawancara dengan oleh Rohli Ismi Pane seorang pembeli *online* Desa Pangurabaan, mengatakan bahwa:

Berbelanja *online* itu mempermudah transaksi, mempermudah aktivitas, menghemat waktu juga, memudahkan kita berbelanja dimana saja dengan tidak harus pergi ke tokonya, karena *online* ini sudah mendunia dimanapun kita berada bisa memesannya dan langsung diantar sampai ke alamat rumah kita. Tetapi saya merasa kurang puas karena sering sekali terjadi ongkir yang terlalu mahal dari harga barang tersebut, dan barang yang diterima cacat. Barang yang sering dibeli yaitu pakaian, jilbab, mainan anak, dan alat-alat memasak.¹²⁶

Berdasarkan hasil wawancara dengan Sripadu seorang pembeli *online* Desa Pangurabaan, mengatakan bahwa:

Membeli barang melalui *online* ini lebih praktis dan mudah, hanya dengan menggunakan fitur-fitur aplikasi belanja *online* yang tersedia dalam *gadget* sangatlah membantu saya. Tidak harus pergi ke tokonya saya dapat membeli barang yang saya mau seperti pakaian, alat dapur, dan makanan. Pernah terjadi hambatan dan kendala yang saya alami yaitu mahal di ongkirnya,

¹²⁵Hasil wawancara dengan Elida Marwiyah, pembeli *online* Desa Pangurabaan, pada tanggal 6 April 2023, pukul 19.45 WIB.

¹²⁶Hasil wawancara dengan Rohli Ismi, pembeli *online* Desa Pangurabaan, pada tanggal 8 April 2023, pukul 10.55 WIB.

dan barangnya pernah rusak. Tetapi saya lebih suka dan puas dengan berbelanja *online* daripada berbelanja *offline*.¹²⁷

Berdasarkan hasil wawancara dengan Nur Aisyah Hanum

Siagian seorang pembeli *online* Desa Pangurabaan, mengatakan bahwa:

Belanja *online* itu kita bisa melihat banyak pilihan, lebih mudah mempersingkat waktu, dan tidak harus pergi ke pasar dengan melalui *gadget* mempermudah tidak menguras tenaga, jadi sambil mengerjakan pekerjaan rumah kita juga bisa berbelanja dan di malam hari juga kita bisa berbelanja tanpa harus ketokonya. Sering terkendala di jaringan, dan pada pihak kurirnya (ekspedisinya) penerimaan barang tidak sesuai dengan tanggal pengirimannya, dan pihak penjual *online* sering sekali *slow respon*, dan saya kurang puas dengan pembelian *online* ini. Barang yang sering saya beli yaitu pakaian, aksesoris, *skincare*, sepatu, dan obat-obatan.¹²⁸

Berdasarkan hasil wawancara dengan Rosmala Dewi Pane

seorang pembeli *online* Desa Pangurabaan, mengatakan bahwa:

Belanja *online* itu kita bisa melihat banyak pilihan, lebih mudah mempersingkat waktu, dan tidak harus pergi ke pasar dengan melalui *gadget* mempermudah tidak menguras tenaga, jadi sambil mengerjakan pekerjaan rumah kita juga bisa berbelanja dan di malam hari juga kita bisa berbelanja tanpa harus ketokonya, dan saya merasa puas berbelanja dengan *online* ini. Sering terkendala di jaringan, dan pada pihak kurirnya (ekspedisinya) penerimaan barang tidak sesuai dengan tanggal pengirimannya, dan pihak penjual *online* sering sekali *slow respon*. Barang yang sering saya beli yaitu pakaian, aksesoris, *skincare*, sepatu, dan obat-obatan.¹²⁹

Berdasarkan hasil wawancara dengan Rais Pane seorang pembeli

online Desa Pangurabaan, mengatakan bahwa:

¹²⁷Hasil wawancara dengan Sripadu, pembeli *online* Desa Pangurabaan, pada tanggal 8 April 2023, pukul 13.30 WIB.

¹²⁸Hasil wawancara dengan Nur Aisyah Hanum Siagian, pembeli *online* Desa Pangurabaan, pada tanggal 31 Maret 2023, pukul 20.10 WIB.

¹²⁹Hasil wawancara dengan Ros Mala Dewi Pane, pembeli *online* Desa Pangurabaan, pada tanggal 31 Maret 2023, pukul 19.30 WIB.

Online shop itu bisa menyediakan banyak barang yang lebih banyak, seperti barang langka, barang keluaran baru yang harganya relatif lebih murah. Keuntungannya mempersimpel, selagi ada *gadget* ada jaringan dimanapun kita berada bisa melakukan transaksi pembelian barang secara *online* ini dengan harga yang biasanya lebih murah dan banyak promosinya. Menurut saya belanja dengan *online* ini sangat puas. Tetapi juga sering terkendala dan mengalami keluhan di jaringan, ukuran tidak sesuai pesanan dan salah pengiriman barang seperti kurang jumlah barang yang dipesan. Barang yang sering dibeli yaitu perlengkapan kamar mandi, baju, sandal.¹³⁰

Berdasarkan hasil wawancara dengan Erni Situmeang seorang pembeli *online* Desa Pangurabaan, mengatakan bahwa:

Berbelanja *online* itu lebih mudah dan banyak pilihannya. Banyak keuntungannya juga di *online shop* ini yaitu, banyak barang keluaran baru sebelum ada dikampung saya dan saya merasa puas dengan pelayanan penjual *online*. Tetapi juga sering barang yang datang tidak sesuai dengan pesanan, mungkin karna efek dari foto atau video pada *gadget* tersebut.¹³¹

Berdasarkan hasil wawancara dengan Leni Asreanita Harahap seorang pembeli *online* Desa Pangurabaan, mengatakan bahwa:

Melalui *online shop* kita lebih mudah berbelanja, praktis banyak pilihannya, dan barangnya sampai dirumah dengan tidak repot-repot pergi ke pasar, melalui *gadget* langsung diantar kerumah, harga lebih murah dan mempermudah aktivitas berbelanja dan saya merasa puas. Kendala yang sering terjadi di jasa kurirnya yang sering melama-lamakan mengantar paket tersebut dan habisnya kuota sehingga tidak bisa mengakses lagi. Barang yang sering dibeli yaitu pakaian, perlengkapan dapur, dan perlengkapan kecantikan seperti *skincare*.¹³²

¹³⁰Hasil wawancara dengan Rais Pane, pembeli *online* Desa Pangurabaan, pada tanggal 11 April 2023, pukul 14.00 WIB.

¹³¹Hasil wawancara dengan Erni Situmeang, pembeli *online* Desa Pangurabaan, pada tanggal 11 April 2023, pukul 16.21 WIB.

¹³²Hasil wawancara dengan Leni Asreanita Harahap, pembeli *online* Desa Pangurabaan, pada tanggal 5 April 2023, pukul 16. 10 WIB.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Sri Desina Handayani seorang pembeli *online* Desa Pangurabaan, mengatakan bahwa:

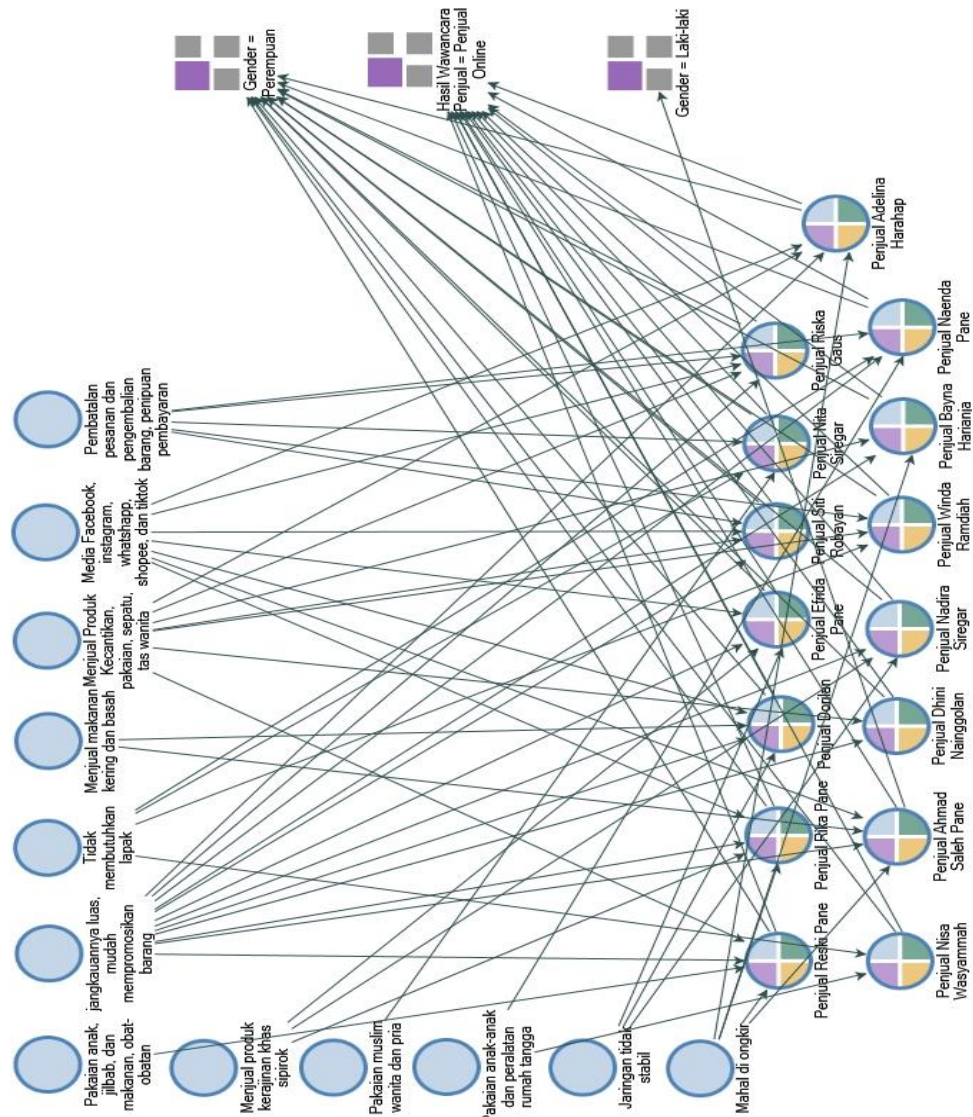
Dengan adanya *online shop* kita lebih mudah berbelanja, praktis banyak pilihannya, dan barangnya sampai dirumah dengan tidak repot-repot pergi ke pasar, melalui *gadget* langsung diantar kerumah, harga lebih murah dan mempermudah aktivitas berbelanja sehingga saya merasa puas dengan adanya *online* ini. Kendala yang sering terjadi di jasa kurirnya yang sering melamakan mengantar paket tersebut dan habisnya kuota sehingga tidak bisa mengakses lagi. Barang yang sering dibeli yaitu pakaian, perlengkapan dapur, dan perlengkapan kecantikan seperti *skincare*.¹³³

¹³³Hasil wawancara dengan Sri Desina Handayani, pembeli *online* Desa Pangurabaan, pada tanggal 5 April 2023, pukul 13.09 WIB.

D. Hasil Pengolahan Data Dengan Nvivo

1. Hasil dari Penjual *Online*

Gambar IV.2
Hasil Uji Wawancara Penjual *Online*



Sumber: Hasil Uji data Nvivo 12 Plus

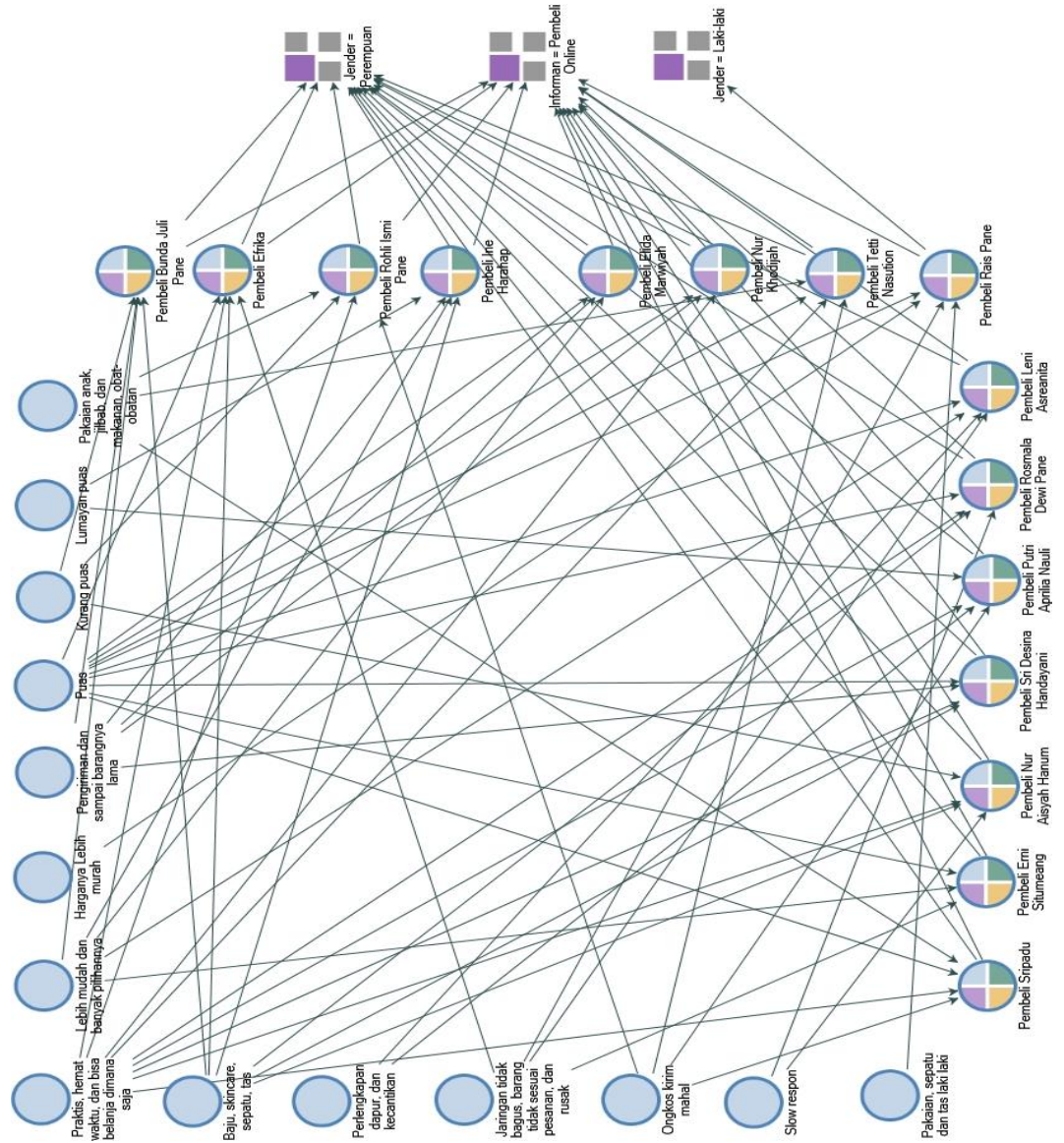
Tabel IV. 4
Hasil Uji Wawancara Penjual *Online*

Hasil Wawancara Penjual <i>Online</i>	Jumlah
Jangkauan luas, mudah mempromosikan barang	12 Orang
Tidak membutuhkan lapak	4 Orang
Media <i>facebook</i> , <i>instagram</i> , <i>whatsapp</i> , <i>Shopee</i> , dan <i>tikok</i>	7 Orang
Pembatalan pesanan dan pengembalian barang, penipuan pembayaran	5 Orang
Menjual produk kecantikan, pakaian, sepatu, dan tas wanita.	7 Orang
Jaringan tidak stabil.	3 Orang
Mahal di ongkir	5 Orang
Menjual makanan kering dan basah.	2 Orang
Pakaian anak, jilbab, makanan, dan obat-obatan.	4 Orang
Menjual produk kerajinan khas sipirok.	3 Orang
Pakaian muslim dan pria.	1 Orang
Pakaian anak-anak dan peralatan rumah tangga	2 Orang

Berdasarkan hasil uji wawancara penjual online pada tabel IV. 4 dapat dilihat bahwa penjual online menjual banyak jenis barang sehingga dalam mempromosikan barangnya itu lebih mudah dan jangkauannya luas serta mempermudah para penjual online dengan tidak membutuhkan lapak.

2. Hasil Pengolahan Pembeli Online

Gambar IV. 3
Hasil Uji Wawancara Pembeli Online



Sumber: Hasil uji data Nvivo 12

Keterangan hasil gambar IV. 2

Tabel IV. 5
Hasil Uji Wawancara Pembeli *Online*

Hasil Wawancara Pembeli <i>Online</i>	Jumlah
Praktis, hemat waktu, dan bisa belanja dari rumah	9 Orang
Lebih mudah dan banyak pilihan	5 Orang
Harganya lebih murah	1 Orang
<i>Slow respon</i>	2 Orang
Ongkos kirim mahal	4 Orang
Pengiriman dan sampai barangnya lama	5 Orang
Puas	10 Orang
Lumayan puas	3 Orang
Kurang puas	2 Orang
Baju, skincare, sepatu, tas	6 Orang
Perlengkapan dapur dan kecantikan	2 Orang
Pakaian anak, jilbab, dan makanan obat-obatan	4 Orang
Pakaian dan sepatu laki-laki	1 Orang

Berdasarkan hasil uji wawancara pembeli *online* pada tabel IV.5 dapat disimpulkan bahwa banyaknya masyarakat yang melakukan belanja *online* dikarenakan lebih mudah dan dapat menghemat waktu dengan hanya memanfaatkan *gadget* dan bisa berbelanja dimana saja dan kapan saja. Meskipun kadang terjadi sedikit kendala dalam proses transaksi jual beli *online*.

E. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Dampak *gadget* sebagai sarana promosi jual beli *online* di Desa Pangurabaan.

Dampak *gadget* terhadap sarana promosi jual beli *online* terjadi karena adanya kebutuhan setiap individu untuk mencari kepuasan yang

ingin dicapai disetiap masing-masing individu tersebut. Berdasarkan hasil penelitian yang diteliti oleh peneliti pada masyarakat Desa Pangurabaan dapat disimpulkan bahwa dampak *gadget* terhadap sarana berpromosi dalam jual beli secara *online* sangatlah membantu dan memudahkan dalam setiap proses dari masing-masing pihak, baik penjual maupun dari pihak pembeli.

Berdasarkan dari pihak penjual yaitu masyarakat Desa Pangurabaan, sesuai dengan yang dijawab pada pedoman wawancara bahwa mereka merasa sangat mudah atas adanya dampak dari *gadget* ketika mereka mencoba mempromosikan dan menawarkan produk yang mereka jual di media sosial mereka masing-masing, ada kepuasan tersendiri bagi mereka karena dari sosial media tersebut barang dan produk yang mereka tawarkan banyak diketahui oleh pengguna sosial media lainnya yang mencakup luas, dan agar pelanggan mereka percaya akan barangnya, mereka menjelaskan detail tentang barang yang mereka jual di media sosial mereka.

Faktor-faktor yang melatar belakangi masyarakat Desa Pangurabaan memilih belanja *online* yakni karena lebih mudah, waktu yang dipakai relatif sedikit daripada belanja secara *offline* membutuhkan waktu yang relatif sangat lama, dalam hal ini berbelanja *online* otomatis dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja terutama bagi masyarakat Desa Pangurabaan jika dibandingkan berbelanja ke toko atau ke plaza. Ada kalanya sebuah barang yang ingin pembeli cari sangat sulit didapat

ditempat tinggal pembeli. Diberbagai toko *online* harga lebih murah dibandingkan harga yang ada di toko *offline*. Mereka juga menjelaskan, belanja *online* sering kali memberi tawaran seperti *chasback* sehingga mereka lebih tertarik untuk membeli barang di toko *online* tersebut.

2. Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Dalam *Gadget* Sebagai Sarana Promosi Jual Beli *Online* di Desa Pangurabaan.

Dalam tinjauan Islam terhadap adanya dampak *gadget* sebagai sarana berpromosi dalam jualan beli *online* yaitu, kembali lagi kedalam rukun jual beli yaitu adanya penjual dan pembeli. Pada era *modernisasi* saat ini, masyarakat cenderung menyukai hal-hal instan, tidak terkecuali masyarakat Desa Pangurabaan, hal ini yang mendorong mereka untuk lebih memilih berbisnis ataupun belanja secara *online*.

Jual beli *online* diperbolehkan asalkan benda atau barang yang akan dijual dijelaskan dengan *konkrit* baik diserahkan langsung, atau diserahkan kemudian pada batas waktu yang ditentukan.¹³⁴ Adapun bentuk *akad* yang dapat diadopsi dalam transaksi jual beli *online* pada masyarakat Desa Pangurabaan adalah *akad ba'i salam* (bisa disebut *akad salam*). Jual beli *salam* adalah suatu benda yang disebutkan sifatnya dalam tanggungan atau memberi uang didepan secara tunai, barangnya diserahkan kemudian untuk waktu yang ditentukan. Secara lebih rinci *salam* didefenisikan dengan bentuk jual beli dengan pembayaran dimuka

¹³⁴M.Nur Rianto Al Arif, "Penjualan On-Line Berbasis Media Sosial Dalam Perspektif Ekonomi Islam", *Jurnal Wacana Hukum Islam dan Kemanusiaan*, Vol. 23, No. 1, (Juni 2013), hal. 34.

dan penyerahan barangnya di kemudian hari dengan harga, spesifikasi, jumlah, kualitas, tanggal dan tempat penyerahan yang jelas, serta disepakati sebelumnya dalam perjanjian.¹³⁵

Bagi masyarakat yang memilih usaha bisnis atau jualan *online*, mereka memilih melakukan promosi dan memasarkan barangnya melalui *gadget* selaku alat dan juga media sosial seperti *facebook*, *instagram*, *whatsapp*, *shopee* dan lainnya, dengan spesifikasi harga dan kualitas yang jelas, rata-rata mereka menjual perlengkapan wanita dan ada juga pakaian pria, hingga perlengkapan kebutuhan sehari-hari. Sama halnya dengan si pembeli mereka mencari barang yang dibutuhkan melalui media sosial seperti aplikasi diatas dengan menggunakan *gadget*. Pembeli atau konsumen hanya butuh koneksi internet untuk bebas memilih barang sesuai keinginannya, sasaran dari bisnis *online* ini adalah konsumen yang memiliki aktivitas padat dan tidak mempunyai banyak waktu untuk berbelanja mencari barang yang dibutuhkan atau diinginkan.

Proses serta transaksinya sangat mudah dan tidak perlu banyak waktu, hanya melakukan transfer serta konsumen tinggal menunggu barang yang diinginkan sampai di rumah. Tidak heran karena *fleksibilitasnya*, jual beli online sangat digemari oleh para konsumen

¹³⁵Ismail Nawawi, *Fiqh Muamalah Klasik dan Kontemporer*, (Bogor: Halia Indonesia, 2012), hal.125.

karena hanya duduk manis melakukan jual beli tanpa harus pergi ke suatu tempat untuk mendapatkan barang yang diinginkan.

Jual beli didefinisikan sebagai suatu perjanjian tukar-menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela diantara kedua belah pihak, yang satu menerima barang dan pihak yang lain menerimanya sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati. Jual beli *online* dalam syariat Islam diperbolehkan berdasarkan Firman Allah SWT dalam QS. An-Nisa: 29.

F. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pada pengalaman peneliti dalam proses penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang dialami dan dapat menjadi beberapa faktor agar dapat untuk lebih diperhatikan bagi peneliti-peneliti yang akan datang dalam lebih menyempurnakan penelitiannya karena penelitian ini sendiri tentu memiliki kekurangan yang perlu terus diperbaiki dalam penelitian-penelitian tersebut antara lain:

1. Adanya keterbatasan penelitian dengan metode yang dilakukan dan terkadang jawaban yang diberikan oleh informan tidak menunjukkan keadaan sesungguhnya.
2. Ada beberapa informan yang tiba-tiba tidak bersedia untuk diwawancarai dengan alasan tidak ingin direkam dan takut mengemukakan pendapatnya. Dalam proses pengumpulan data sulit menemukan buku dan referensi mengenai judul penelitian.

3. Waktu yang terbatas peneliti melakukan penelitian pada bulan puasa yang menyebabkan informan sulit untuk ditemui.
4. Hasil penelitian ini jauh dari kata sempurna karena keterbatasan peneliti dari hal pengetahuan, di samping itu peneliti belum memiliki pengalaman dalam menulis karya ilmiah terutama dalam pekajian teori, pengamatan, dan pengolahan data.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pokok permasalahan yang telah diuraikan pada bab-bab terdahulu, maka dari hasil penelitian ini dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dampak gadget sebagai sarana promosi jual beli *online* yaitu terbagi kepada dua garis besar positif dan negatif. Dari sisi penjual adalah tidak memerlukan lagi biaya banyak untuk menjalankan suatu bisnis, lebih mudah mempromosikan barang. Sedangkan dampak dari penggunaan *gadget* ini untuk si pembeli, membantu mereka mencari barang yang mereka inginkan di sosial media. Sedangkan dampak negatife dari sisi penjual yaitu wajib mempersiapkan koneksi internet. Jika si penjual slow respon konsumen akan membatalkan pesanannya. Dari sisi pembeli biasanya ketika memesan barang *online* tidak sesuai dengan ekspektsi pembeli. Hasil uji wawancara dengan NVivo 12 dilihat dari penjual *online* yang menjual banyak jenis barang sehingga dalam mempromosikan barangnya itu lebih mudah dan jangkauannya luas serta mempermudah oara penjual *online* dengan tidak membutuhkan lapak, dan banyaknya masyarakat yang melakukan belanja *online* dikarenakan lebih mudah dan dapat menghemat waktu dengan hanya memanfaatkan *gadget* dan bisa berbelanja dimana saja dan kapan saja. Meskipun kadang terjadi sedikit kendala dalam proses transaksi jual beli *online*.

2. Perspektif ekonomi Islam terhadap dampak *gadget* sebagai sarana promosi jual beli *online* yaitu menerapkan konsep nilai-nilai Islam yang menjadi prinsip dalam setiap aktifitasnya selama tidak adanya penipuan kezholiman, serta riba, kerelaan dari masing-masing pihak, dan tidak ada keterpaksaan. Islam memperbolehkan melakukan jual beli *online* selama memenuhi akad dalam syariah yaitu adanya penjual dan pembeli.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dalam penelitian ini, dapat dikemukakan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi Penjual *Online*

Ketika melakukan bisnis atau jualan *online*, perhatikan barang yang akan dijual kepada konsumen atau pembeli, detailkan barang yang akan dijual saat promosi di media sosial jangan sampai pembeli ketika menerima barang merasa kecewa karena tidak sesuai dengan detail yang dilihatnya dan tidak lupa memperluas koneksi dalam pergaulan manfaatnya akan menambah konsumen yang baru.

2. Bagi Pembeli

Sebelum memesan barang atau membeli barang secara *online* pastikan dulu barang tersebut sesuai atau tidak dengan yang diinginkan, lalu cek keterangan tentang barang tersebut, jangan sampai menyesal ketika barang sudah sampai. Pembeli harus mencari tahu kebenaran apakah barang atau produk yang ingin dibeli itu sudah sesuai atau tidak dengan yang telah dipesan.

3. Untuk akademik penelitian ini diharapkan dapat dilanjutkan oleh peneliti lain dengan objek dan sudut pandang yang berbeda sehingga dapat memperkaya khasanah kajian Ekonomi Islam.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Adzkiya, Ubbadul, *Etika Bisnis Nabi Muhammad SAW Sejarah, Ajaran dan Praktek*. Semarang: CV. Lawwana, 2021.
- Ahmadi, Ahmadi dan Dadang Hermawan, *E-Bussiness & E-Commerce*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2013.
- Anggito, Albi dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV. Jejak, 2018.
- Arfah, Arafah, *Keputusan Pembelian Produk*. Padangsidempuan: PT. Inovasi Pratama Internasional, 2022.
- Arianto, *Komunikasi Pemasaran Konsep dan Aplikasi di Era Digital*. Surabaya: Airlangga University Press, 2021.
- Astuti, Miguna & Nurhafifah Mantondang, *Manajemen Pemasaran UMKM dan Digital Sosial Media*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020.
- Azkie, Nada S, *7 Formula Baru Mengatasi Kecanduan Gadget Pada Anak*. Jawa Timur: Detak Pustaka, 2022.
- Baits, Ammi Nur, *Fiqh Jual Beli & Harta Haram*. Jawa Timur: Muamalah Publishing, 2011.
- Banjarnahor, Astri Rumondang dkk, *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Medan: 2021.
- Caropeboka, Mutialela Ratu, *Konsep dan Aplikasi Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: ANDI, 2017.
- Cristhine, M. Fuad, *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2020.
- Hasibuan Sri Wahyuni, dkk, *Metodologi Penelitian Bidang Muamalah, Ekonomi Dan Bisnis*. Bandung: Media Sains Indonesia, 2021.
- Hermawan, Sigit dan Amirullah, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*. Malang: Media Nusa Creative, 2016.
- Huda, Nurul dkk, *Ekonomi Makro Islam, Pendekatan Teoritis*. Jakarta: Salemba Empat, 2007.

- Ibrahim Muh. Nur Eli, *Akuntansi Dan Keuangan Lembaga Bidang Dan Keahlian Bisnis & Manajemen*. Yogyakarta: ANDI, 2021.
- Isnawati, *Jual Beli Online Sesuai Syariah*. Jakarta: Lentera Islam, 2019.
- Iswidharmanjaya, Derry & Beranda Agency, *Bila Si Kecil Bermain Gadget*. Jakarta: Bisakimia, 2014.
- Lestari Nugraheni Sri Verinika, dkk, *Deteksi Dini Amdal Dengan Early Warning System Berbasis Aplikasi*. Surabaya: CV. Jakad Media Publising, 2020.
- Mardalis, *Metode Pendekatan Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2007.
- Muftisany, Hafids, *Hukum Jual Beli Online*. Jakarta: INTERA, 2021.
- Mustofa, Imam, *Fiqih Muamalah Kontemporer*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016.
- Nawawi Ismail, *Fiqih Muamalah Klasik dan Kontemporer*, Bogor: Halia Indonesia, 2012.
- Nurhalimah, Siti, *Media Sosial dan Masyarakat Pesisir: Refleksi Pemikiran Mahasiswa Bidikmisi*. Kendari: Deepublish, 2019.
- Nurudin dkk, *Relasi Kuat Antara Geberasi Milenial dan Media*. Malang: PT. Citra Intrans Selarah, 2020.
- Purba, Elidawaty Purba, dkk, *Metode Penelitian Ekonomi*. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Purwaningsih, *Pranata Sosial dalam Kehidupan Masyarakat*. Semarang: Alprin, 2020.
- Rahim, Abdul Rahman, *Cara Praktik Penulisan Karya Ilmiah*. Yogyakarta: Zahir Publishing, 2020.
- Rahmawati, *Apa Saja Panduan Variabe Dalam Bidang Marketing*. Samarinda: CV. Budi Utama, 2022.
- Rambat, Lupiyoadi dan A.Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat, 2014.
- Rusdiana dan Nasihudin, *Sistem Informasi Manajemen Pendidikan Tinggi*. Bandung: Pustaka Tresna Bhakti Press, 2016.

- Sauludin, Omas dkk, *Teknologi Meningkatkan Atau Memajukan Kreativitas Anank*. Yogyakarta: Alineaku, 2021.
- Setianingrum Ari, *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset, 2015.
- Sulianta, Feri, *Transaksi Online Dalam dan Luar Negeri*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2014.
- Supriadi, *Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam*. Bogor: Guepedia, 2018.
- Siregar, Budi Gautama dan Ali Hardana, *Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*. Medan: CV. Merdeka Kreasi Group, 2021.
- Sujarweni, V. Wiratna, *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2021.
- Yulianti, Rina, *Perlindungan Hukum Bagi Hak Masyarakat Atas Sumber Daya Pesisir*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2021.
- Yusuf, A. Muri, *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana, 2017.

Sumber Jurnal:

- Ade Wahidin, “Prinsip Saling Relasi Dalam Transaksi Ekonomi Islam (Tafsir Analitis Surat An-Nisa Ayat 29)”, *Jurnal Ad-Deenar*, Vol. 2 No. 2, (2018).
- Aditya Hermawan, Aniek Mrniawati, “Designing Online Marketplace To Resolve Marketing Problem For Small And Medium Enterprises (Smes),” *Jurnal Ilmiah Bidang Akuntansi dan Manajemen (JEMA)*, Vol. 14, No. 1, (2018).
- Ahmad Ikhsan, “Peran Media Sosial Bagi Komunitas Transportasi Online Di Cimahi”, *Jurnal Community Education*, Vol. 4 No. 3, September (2021).
- Ai Farida, “Optimis Gadget Dan Implikasinya Terhadap Pola Asuh Anak”, *Jurnal Inovasi Penelitian*, Vol. 1 No. 8, (Januari 2021).
- Agus Dwi Cahya, dkk, ”Memanfaatkan Marketplace Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Penjualan Di Tengah Pandemic Covid-19”, *Jurnal Economic, Accounting, Management, and Business*, Volume 4, No.3, (Juli 2021).
- Budi Gautama Siregar, “Pengaruh Promosi Dan Lokasi Usaha Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Produk Giro Wadi’ah Di Pt. Bank Sumut

Cabang Syariah Padangsidempuan,” *Jurnal Penelitian Ilmu-ilmu Sosial dan Keislaman*, Vol. 2, No.2, (Desember 2016).

Budi Prasetyo Danyunita Rismawati, Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Harjagunatama Lestari (Toserba Borma) Cabang Dakota, *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, Vol. 2, No. 2, (Juni 2018).

Dede Abdurohman, dkk, Tinjauan Fiqih Muamalah Terhadap Jual Beli Online, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 1, No. 2, (Bandung 2020).

Harjagunatama Lestari (Toserba Borma) Cabang Dakota, *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, Vol. 2, No. 2, (Juni 2018).

Ignatius Soekarno Hartanto, dkk, Fenomena Perilaku Dan Sikap Belanja Offline Dan Online Shopping Pada Masyarakat Millennial Di Jakarta, *Jurnal Seni & Reka Rancang*, Vol. 3, No. 2, (April 2021).

Ismail Marzuki, Strategi Pemasaran Pedagang Sembako Dalam Meningkatkan Taraf Ekonomi Perspektif Ekonomi Islam, *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, Vol. 6, No. 1, (2019).

Junierissa Marpaung, “Pengaruh Penggunaan Gadget Dalam Kehidupan (The Effect Of Use Of Gadget In Life)”, *Jurnal KOPASTA*, Volume 5, No. 2, (2018).

M Nur Rianto Al Arif, “Penjualan On-Line Berbasis Media Sosial Dalam Perspektif Ekonomi Islam”, *Jurnal Wacana Hukum Islam dan Kemanusiaan*, Vol. 23, No. 1, (2013).

Muhammad Deni Putra, “Jual Beli On-Line Berbasis Media Sosial Dalam Prespektif Ekonomi Islam”, *Ihtizam Journal Of Shariah Economic Research*, Vol 3, No.1, (2019).

Nurhayati, Belanja “Online” Sebagai Cara Belanja Di Kalangan Mahasiswa (Studi Kajian Budaya Di Universitas Malikussaleh, Lhokseumawe, Aceh), *Jurnal Antropologi Aceh, FISIP Universitas Malikussaleh*, Vol. 1, No. 2, (April 2017).

Nurul Izzati, “Motif Penggunaan Gadget Sebagai Sarana Promosi Bisnis Online Di Kalangan Mahasiswa Uin Sunan Kalijaga,” *Jurnal Komunikasi ASPIKOM*, Vol. 2, No. 5, (Juli 2019).

Puji Asmaul Husna, Pengaruh Penggunaan Media Gadget Pada Perkembangan Karakter Anak, *Jurnal Dinamika Penelitian Media Komunikasi Sosial Keagamaan*, Volume 17, Nomor 2, (November 2017).

Rizki Syahputra, Strategi Pemasaran Dalam Alquran Tentang Promosi Penjualan, *Jurnal ECOBISMA*, Vol. 6, No. 1, (April 2019).

Rofiq Noorman Haryadi, Sosialisasi Penggunaan *Online Shop* Berbasis *Website* di UMKM Cimanggis, *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani*, Vol. 1, No.1, (Agustus 2021).

Siswadi, "Jual Beli Dalam Perspektif Islam", *Jurnal Ummul Qura*, Vol. 3, No.2, (Agustus 2013).

Sumber Skripsi:

Nur Isni. "Pemanfaatan Digital Marketing Untuk Business Online Mahasiswa Ekonomi Syariah Iain Palopo," *Skripsi SProgram Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Palopo*, 2020.

Rika Yuliana. "Faktor-Faktor Yang Melatar Belakangi Mahasiswa Ekonomi Syariah Iain Bengkulu Memilih Belanja Online," *Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri*, 2017.

Ulfah Daniah Astarti. "Sarana Promosi Jual Beli Online Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Febi Iain Bengkulu)", *Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam negeri Bengkulu*, 2021.

Yulianti. "Analisi Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Social Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Online Shop Ditinjau Dari Prespektif Ekonomi Islam (Studi Pada Miandsha Shop, Bandar Lampung)," *Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Radem Intan Lampung*, 2019.

Yolandari. "Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Penetapan Harga Penjualan Batu Bata Di Desa Sinar Pagi Kecamatan Kaur Selatan Kabupaten Kaur", *Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Bengkulu*, 2019.

Sumber Lain:

Airlangga. Peran Promosi, dikutip dari <http://www.coursehero.com>, Pada hari Rabu, tanggal 18 November 2020, pukul 14.40.

Sirclo, *Manfaat Media Promosi Online*, dikutip dari <http://www.sirclo.com/bi>, pada hari kamis, tanggal 01 September 2022, pukul 23.50.

Hasil wawancara dengan Winda Rizka Ramdyah Siregar, penjual online Desa Pangurabaan, pada tanggal 26 November 2022, pukul 11.30 WIB.

Hasil wawancara dengan Riska Sonia Gaus, penjual online Desa Pangurabaan, pada tanggal 26 November 2022, pukul 12.10 WIB.

Hasil wawancara dengan ibu Nadira Siregar, penjual online Desa Pangurabaan, pada tanggal 26 November 2022, pukul 13.00 WIB.

Hasil wawancara dengan Siti Robayan Dalimunte, penjual *online* Desa Pangurabaan, pada tanggal 29 Maret 2023, pukul 19.30 WIB.

Hasil wawancara dengan Nisa Wasyamah Hutasuhut, penjual *online* Desa Pangurabaan, pada tanggal 2 April 2023, pukul 20.50 WIB.

Hasil wawancara dengan Adelina Harahap, penjual *online* Desa Pangurabaan, pada tanggal 2 April 2023, pukul 17.52 WIB.

Hasil wawancara dengan Bayna Harianja, penjual *online* Desa Pangurabaan, pada tanggal 3 April 2023, pada pukul 21.29 WIB.

Hasil wawancara dengan Dorilan, penjual *online* Desa Pangurabaan, pada tanggal 3 April 2023, pukul 12.57 WIB.

Hasil wawancara dengan Nadira Siregar, penjual *online* Desa Pangurabaan, pada tanggal 1 April 2023, pukul 11.21 WIB.

Hasil wawancara dengan Reski Pane, penjual *online* Desa Pangurabaan, pada tanggal 31 Maret 2023, pukul 17.54 WIB.

Hasil wawancara dengan Rika Pane, penjual *online* Desa Pangurabaan, pada tanggal 1 April 2023, pukul 12.04 WIB.

Hasil wawancara dengan Nita Siregar, penjual *online* Desa Pangurabaan, pada tanggal 3 April 2023, pukul 12.33 WIB.

Hasil wawancara dengan Efrida Pane, penjual *online* Desa Pangurabaan, pada tanggal 8 April 2023, pukul 10.30 WIB.

Hasil wawancara dengan Naenda Pane, penjual *online* Desa Pangurabaan, pada tanggal 8 April 2023, pukul 16.00 WIB.

Hasil wawancara dengan Ahmad Saleh Pane, penjual *online* Desa Pangurabaan, pada tanggal 6 April 2023, pukul 14.09 WIB.

Hasil wawancara dengan Dhini Nainggolan, Penjual *online* Desa Pangurabaan, pada tanggal 6 April 2023, pada pukul 16.48 WIB.

Hasil wawancara dengan Nur Aisyah Hanum Siagian, pembeli *online* Desa Pangurabaan, pada tanggal 26 November 2022, pukul 14.00 WIB.

Hasil Wawancara dengan Riska Yulianita Siregar, pembeli *online* Desa Pangurabaan, pada tanggal 28 November 2022, pukul 13.10 WIB.

Hasil wawancara dengan Ibu Sripadu, pembeli *online* Desa Pangurabaan, pada tanggal 28 November 2022, pukul 10.30 WIB.

Hasil wawancara dengan Efrika Damayanti, pembeli *online* Desa Pangurabaan, pada tanggal 29 Maret 2023, pukul 10.06 WIB.

Hasil wawancara dengan Bunda Juli Pane, pembeli *online* Desa Pangurabaan, pada tanggal 5 April 2023, pukul 17.17 WIB.

Hasil wawancara dengan Ine Harahap, pembeli *online* Desa Pangurabaan, pada tanggal 30 Maret 2023, pukul 13.09 WIB.

Hasil wawancara dengan Nur Khodijah, pembeli *online* Desa Pangurabaan, pada tanggal 30 Maret 2023, pukul 17.51 WIB.

Hasil wawancara dengan Netti Nasution, pembeli *online* Desa Pangurabaan, pada tanggal 4 April 2023, pukul 16.52 WIB.

Hasil wawancara dengan Putri Aprilia Nauli, pembeli *online* Desa Pangurabaan, pada tanggal 6 April 2023, pukul 20.31 WIB.

Hasil wawancara dengan Elida Marwiyah, pembeli *online* Desa Pangurabaan, pada tanggal 6 April 2023, pukul 15.00 WIB.

Hasil wawancara dengan Rohli Ismi, pembeli *online* Desa Pangurabaan, pada tanggal 8 April 2023, pukul 10.55 WIB.

Hasil wawancara dengan Ros Mala Dewi Pane, pembeli *online* Desa Pangurabaan, pada tanggal 31 Maret 2023, pukul 19.30 WIB.

Hasil wawancara dengan Rais Pane, pembeli *online* Desa Pangurabaan, pada tanggal 11 April 2023, pukul 14.00 WIB.

Hasil wawancara dengan Erni Situmeang, pembeli *online* Desa Pangurabaan, pada tanggal 11 April 2023, pukul 16.21 WIB.

Hasil wawancara dengan Leni Asreanita Harahap, pembeli *online* Desa Pangurabaan, pada tanggal 5 April 2023, pukul 16. 10 WIB.

Hasil wawancara dengan Sri Desina Handayani, pembeli *online* Desa Pangurabaan, pada tanggal 5 April 2023, pukul 13.09 WIB.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : ANGGI RAJU VALENTINE
Nim : 18 402 00315
Tempat/Tanggal Lahir : Pangurabaan/13 Februari 2000
Jenis Kelamin : Perempuan
Anak Ke : 2 dari 2 Bersaudara
Alamat : Jl. Parsambilan, Desa Pangurabaan, Kecamatan Sapiro,
Kabupaten Tapanuli Selatan
Agama : Islam

DATA ORANG TUA

Nama Ayah : Ahmad Soleh Pane
Nama Ibu : Tri Rubiati
Alamat : Jl. Parsambilan, Desa Pangurabaan, Kecamatan Sapiro,
Kabupaten Tapanuli
No. Hp : 085261970574

LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

2006-2012 : SD Inpres Pangurabaan
2012-2015 : SMPN 1 Sapiro
2015-2018 : SMKN 1 Sipiok
2018-2023 : Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad
Addary Padangsidimpuan

**DAMPAK GADGET SEBAGAI SARANA PROMOSI JUAL BELI
ONLINE PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM PADA
MASYARAKAT DESA PANGURABAAN**

PEDOMAN WAWANCARA

Informan: penjual, pembeli
Daftar pertanyaan bagi pihak penjual *online*

1. Pengetahuan penjual *online* terhadap penggunaan gadget sebagai sarana promosi dalam perspektif Islam.
 - a. Sejak kapan Bapak/Ibu/Saudara/i memulai berjualan *online*?
 - b. Kenapa Bapak/Ibu/Saudara/i memilih usaha bergerak dibidang perdagangan secara *online*?
 - c. Apa saja barang yang Bapak/Ibu/Saudara/i jual didalam *online* shop ini?
 - d. Apakah keuntungan dan kemudahan yang Bapak/Ibu/Saudara/i alami dari adanya *gadget* dengan media internet sebagai sarana lalu lintas perdagangan secara *online*?
 - e. Apa saja hambatan-hambatan yang Bapak/Ibu/Saudara/i alami pada saat berjualan *online* dengan menggunakan *gadget*?
2. Pemahaman penjual *online* terhadap penggunaan gadget sebagai sarana promosi dalam perspektif Islam.
 - a. Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i menggunakan media promosi penjualan?
 - b. Apa saja media promosi yang Bapak/Ibu/Sudara/i pakai untuk menjual barang secara *online*?

- c. Mengapa Bapak/Ibu/Saudara/i memilih media sosial sebagai ladang bisnis *online* dalam mempromosikan barang atau jasa?
 - d. Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i sudah memberikan informasi yang jelas mengenai barang yang anda jual?
 - e. Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i pernah mendapat komplain dari pembeli?
 - f. Hal-hal apa saja yang biasanya dikeluhkan oleh pembeli terkait dengan pembelian barang secara *online* tersebut?
 - g. Bagaimana cara Bapak/Ibu/Saudara/i menanggapi dan mengatasi komplain tersebut melalui *gadget*?
3. Pengetahuan masyarakat Desa Pangurabaan saat menggunakan gadget pada transaksi jual beli online dalam perspektif Islam.
- a. Bagaimana promosi jual beli *online* melalui *gadget* dalam ekonomi Islam yang Bapak/Ibu/Saudara/i terapkan?
 - b. Bagaimana proses pelaksanaan/mekanisme transaksi jual beli *online* di Desa Pangurabaan?
 - c. Bagaimana cara Bapak/Ibu/Saudara/i memberikan keuntungan untuk anda dan pembeli?
4. Pemahaman masyarakat Desa Pangurabaan saat menggunakan gadget pada transaksi jual beli online dalam perspektif Islam.
- a. Apakah anda sudah melakukan dan menerapkan nilai-nilai ekonomi Islam terhadap penjualan *online* anda?
 - b. Bagaimana cara Bapak/Ibu/Saudara/i dalam mempromosikan suatu barang dengan menggunakan *gadget*?

- c. Apakah dalam jual beli secara *online* melalui *gadget*, perjanjian tersebut atas kesepakatan bersama?
- d. Apakah keuntungan yang di dapat oleh Bapak/Ibu/saudara/Saudari sudah menurut perspektif ekonomi Islam?

Daftar pertanyaan bagi pihak pembeli *online*

1. Pengetahuan masyarakat Desa Pangurabaan saat menggunakan gadget pada transaksi jual beli online dalam perspektif Islam.
 - a. Mengapa Bapak/Ibu/Saudara/i memilih *online shop* sebagai sarana untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan?
 - b. Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i mendapatkan informasi yang jelas mengenai barang yang dipromosikan atau barang yang dijual oleh toko *online* tersebut?
 - c. Menurut Bapak/Ibu/Saudara/i, keuntungan apa saja yang didapatkan pembeli dari pembelian barang secara *online* melalui *gadget*?
 - d. Apa saja kendala yang Bapak/Ibu/Saudara/i hadapi pada saat melakukan proses transaksi jual beli melalui *online*?
 - e. Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i sudah diberikan jaminan keamanan dari penjual *online* pada saat membeli barang?
 - f. Bagaimana proses pembayaran yang dilakukan oleh Bapak/Ibu/Saudara/i dalam pembelian *online*?
 - g. Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i membayar sesuai dengan nilai yang telah disepakati?

2. Pemahaman masyarakat Desa Pangurabaan saat menggunakan gadget pada transaksi jual beli online dalam perspektif Islam.
- a. Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i sudah melakukan dan menerapkan nilai-nilai ekonomi Islam dalam pembelian *online*?
 - b. Apakah kualitas barang yang di dapatkan secara *online* sesuai dengan yang di promosikan?
 - c. Apakah kualitas barang yang didapatkan secara *online* sesuai dengan harga yang di tawarkan?
 - d. Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i puas dengan pelayanan jasa *online* yang dimanfaatkan?
 - e. Selama Bapak/Ibu/Saudara/i menggunakan pelayanan *online*, adakah keluhan-keluhan yang anda alami?
 - f. Apa saja yang Bapak/Ibu/Saudara/i lakukan apabila mengalami kerugian atau dikecewakan oleh penjual *online*?
 - g. Apa saran Bapak/Ibu/Saudara/i untuk penjual *online* terkait dengan transaksi elektronik ini?

Pembimbing Wawancara

Pembimbing

Wawancara

Dr. Budi Gautama Siregar, S.Pd., M.M

M. Yarham, M.H.

NIP. 19790720 201101 1 005

NIP. 19921009 202012 1 003

INSTRUMEN WAWANCARA
DAMPAK *GADGET* SEBAGAI SARANA PROMOSI JUAL BELI
ONLINE PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM PADA
MASYARAKAT DESA PANGURABAAN

Nama : Siti Robayan Dalimunte
Jenis Kelamin : Perempuan
Umur : 23 Tahun
Alamat : Desa Pangurabaan
Informan : Penjual *Online*

NO	Pertanyaan	Hasil Wawancara
1	Sejak kapan Bapak/Ibu/Saudara/i memulai berjualan <i>online</i> ?	Kira-kira sekitar 3 tahun mulai dari tahun 2019.
2	Kenapa Bapak/Ibu/Saudara/i memilih usaha bergerak dibidang perdagangan secara <i>online</i> ?	Berjualan <i>online</i> ini sebagai sampingan bagi saya, untuk tambahan uang jajan, dan simple tidak membutuhkan lapak.
3	Apa saja barang yang Bapak/Ibu/Saudara/i jual di dalam <i>online shop</i> ini?	Saya menjual pakaian, skincare, sepatu wanita dan barang-barang lainnya juga ada.
4	Apakah keuntungan dan kemudahan yang Bapak/Ibu/Saudara/i alami dari adanya <i>gadget</i> dengan media internet sebagai sarana lalu lintas perdagangan secara <i>online</i> ?	Lebih mudah karena adanya <i>gadget</i> hanya tinggal memposting foto dan video dari barang tersebut ke media sosial saya.
5	Apa saja hambatan-hambatan yang Bapak/Ibu/Saudara/i alami pada saat berjualan <i>online</i> dengan menggunakan <i>gadget</i> ?	Jaringan tidak stabil
6	Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i menggunakan media promosi penjualan?	Menggunakan

7	Apa saja media promosi yang Bapak/Ibu/Saudara/i pakai untuk menjual barang secara <i>online</i> ?	<i>Facebook, instagram, whatsapp, shopee, dan tiktok</i>
8	Mengapa Bapak/Ibu/Saudara/i memilih media sosial sebagai ladang bisnis <i>online</i> dalam mempromosikan barang atau jasa?	Karena berjualan <i>online</i> ini tidak harus tatap muka dengan si pembeli, jadi menghemat waktu dan tenaga.
9	Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i sudah memberikan informasi yang jelas mengenai barang yang anda jual?	Sudah
10	Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i pernah menapat complain dari pembeli?	Alhamdulillah sejauh ini belum ada
11	Hal-hal apa saja yang biasanya dikeluhkan oleh pembeli terkait dengan barang secara <i>online</i> tersebut?	Ongkos kirim terlalu mahal dengan jarak kota yang lumayan jauh
12	Bagaimana cara Bapak/Ibu/Saudara/i menanggapi dan mengatasi complain tersebut melalui <i>gadget</i> ?	Saya menjelaskan keterangannya kembali supaya pembeli percaya bahwa saya tidak melakukan penipuan
13	Bagaimana promosi jual beli <i>online</i> melalui <i>gadget</i> dalam ekonomi Islam yang Bapak/Ibu/Saudara/i terapkan?	Kalau saya sistem transfer
14	Bagaimana proses pelaksanaan/mekanisme transaksi jual beli <i>online</i> di Desa Pangurabaan?	Sistem transfer
15	Bagaimana cara Bapak/Ibu/Saudara/i memberikan keuntungan untuk anda dan pembeli?	Sedikit mengambil keuntungan yang penting usaha saya lancer, mengirim barang sesuai dengan apa yang saya promosikan dan deskripsikan.
16	Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i sudah melakukan dan menerapkan nilai-nilai ekonomi Islam terhadap penjualan <i>online</i> anda?	Sudah
17	Bagaimana cara Bapak/Ibu/Saudara/i dalam	biasanya saya mempromosikan barangnya

	mempromosikan barang dengan menggunakan <i>gadget</i> ?	dengan cara live, foto, dan video dengan mencantumkan deskripsi barang.
18	Apakah dalam jual beli <i>online</i> melalui <i>gadget</i> , perjanjian tersebut atas kesepakatan bersama?	Iya sudah
19	Apakah keuntungan yang di dapat oleh Bapak/Ibu/Saudara/i sudah menurut perspektif ekonomi Islam?	Sudah



Gambar 1. Wawancara dengan Saudari Siti Robayan Dalimunte selaku Penjual *Online* di Desa Pangurabaan, pada tanggal 29 Maret 2023, pukul 19.30 WIB.



Gambar 2. Wawancara dengan Ibu Siti Dorilan selaku Penjual *Online* di Desa Pangurabaan, pada tanggal 3 April 2023, pukul 12.57 WIB.



Gambar 3. Wawancara dengan Ibu Nadira Siregar selaku Penjual *Online* di Desa Pangurabaan, pada tanggal 1 April 2023, pukul 11.21 WIB.



Gambar 4. Wawancara dengan Ibu Bayna Harianja selaku Penjual *Online* di Desa Pangurabaan, pada tanggal 1 April 2023, pukul 11.21 WIB.



Gambar 5. Wawancara dengan Ibu Winda Ramdiah Siregar selaku Penjual *Online* di Desa Pangurabaan, pada tanggal 29 Maret 2023, pukul 14.30 WIB.

INSTRUMEN WAWANCARA
DAMPAK *GADGET* SEBAGAI SARANA PROMOSI JUAL BELI
ONLINE PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM PADA
MASYARAKAT DESA PANGURABAAN

Nama : Nisa Wasyamah Hutasuhut
Jenis Kelamin : Perempuan
Umur : 23 Tahun
Alamat : Desa Pangurabaan
Informan : Penjual *Online*

NO	Pertanyaan	Hasil Wawancara
1	Sejak kapan Bapak/Ibu/Saudara/i memulai berjualan <i>online</i> ?	Sekitaran tahun 2016
2	Kenapa Bapak/Ibu/Saudara/i memilih usaha bergerak dibidang perdagangan secara <i>online</i> ?	Karena kebanyakan masyarakat sekarang mempunyai <i>gadget</i> dan lebih aktif di media sosial, jadi mereka lebih mudah melihat barang jualan saya.
3	Apa saja barang yang Bapak/Ibu/Saudara/i jual di dalam <i>online shop</i> ini?	Mulai dari baju, produk kecantikan, dan peralatan kebutuhan rumah tangga
4	Apakah keuntungan dan kemudahan yang Bapak/Ibu/Saudara/i alami dari adanya <i>gadget</i> dengan media internet sebagai sarana lalu lintas perdagangan secara <i>online</i> ?	Keuntungannya banyak, salah satunya memudahkan kita dan tidak membutuhkan modal banyak.
5	Apa saja hambatan-hambatan yang Bapak/Ibu/Saudara/i alami pada saat berjualan <i>online</i> dengan menggunakan <i>gadget</i> ?	Pesan tertimbun jadi mereka tidk melihat apa yang saya promosikan
6	Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i menggunakan media promosi penjualan?	Menggunakan

7	Apa saja media promosi yang Bapak/Ibu/Saudara/i pakai untuk menjual barang secara <i>online</i> ?	<i>Facebook, instagram, whatsapp, shopee</i>
8	Mengapa Bapak/Ibu/Saudara/i memilih media sosial sebagai ladang bisnis <i>online</i> dalam mempromosikan barang atau jasa?	Karena lebih mudah dijangkau dari umur yang muda sampai yang tua
9	Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i sudah memberikan informasi yang jelas mengenai barang yang anda jual?	Sudah
10	Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i pernah menapat complain dari pembeli?	Alhamdulillah sampai saat ini tidak pernah dan belum ada.
11	Hal-hal apa saja yang biasanya dikeluhkan oleh pembeli terkait dengan barang secara <i>online</i> tersebut?	Terkadang ada sedikit berbeda foto barang dengan yang asli karena afek cahaya dari <i>gadget</i> tersebut.
12	Bagaimana cara Bapak/Ibu/Saudara/i menanggapi dan mengatasi complain tersebut melalui <i>gadget</i> ?	Kalo misalnya ada saya cari titik tengahnya dengan menawarkan barang yang lain atau dikembalikan.
13	Bagaimana promosi jual beli <i>online</i> melalui <i>gadget</i> dalam ekonomi Islam yang Bapak/Ibu/Saudara/i terapkan?	Misalnya saya mengambil keuntungan tidak lebih dari 15% sesuai dengan ajaran Islam.
14	Bagaimana proses pelaksanaan/mekanisme transaksi jual beli <i>online</i> di Desa Pangurabaan?	Menggunakan system COD (Bayar ditempat setelah barangnya sampai duluan)
15	Bagaimana cara Bapak/Ibu/Saudara/i memberikan keuntungan untuk anda dan pembeli?	Untuk saya jualan saya lancar dan mereka percaya denga saya, untuk pembeli mereka merasa puas dengan produk yang mereka terima.
16	Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i sudah melakukan dan menerapkan nilai-nilai ekonomi Islam terhadap penjualan <i>online</i> anda?	Insyallah Sudah
17	Bagaimana cara Bapak/Ibu/Saudara/i dalam mempromosikan barang dengan menggunakan <i>gadget</i> ?	Dengan memfoto dan memberikan keterangan atau deslripsi barag tersebut dengan detail.

18	Apakah dalam jual beli <i>online</i> melalui <i>gadget</i> , perjanjian tersebut atas kesepakatan bersama?	Sudah ada kesepakatan
19	Apakah keuntungan yang di dapat oleh Bapak/Ibu/Saudara/i sudah menurut perspektif ekonomi Islam?	Menurut saya sudah



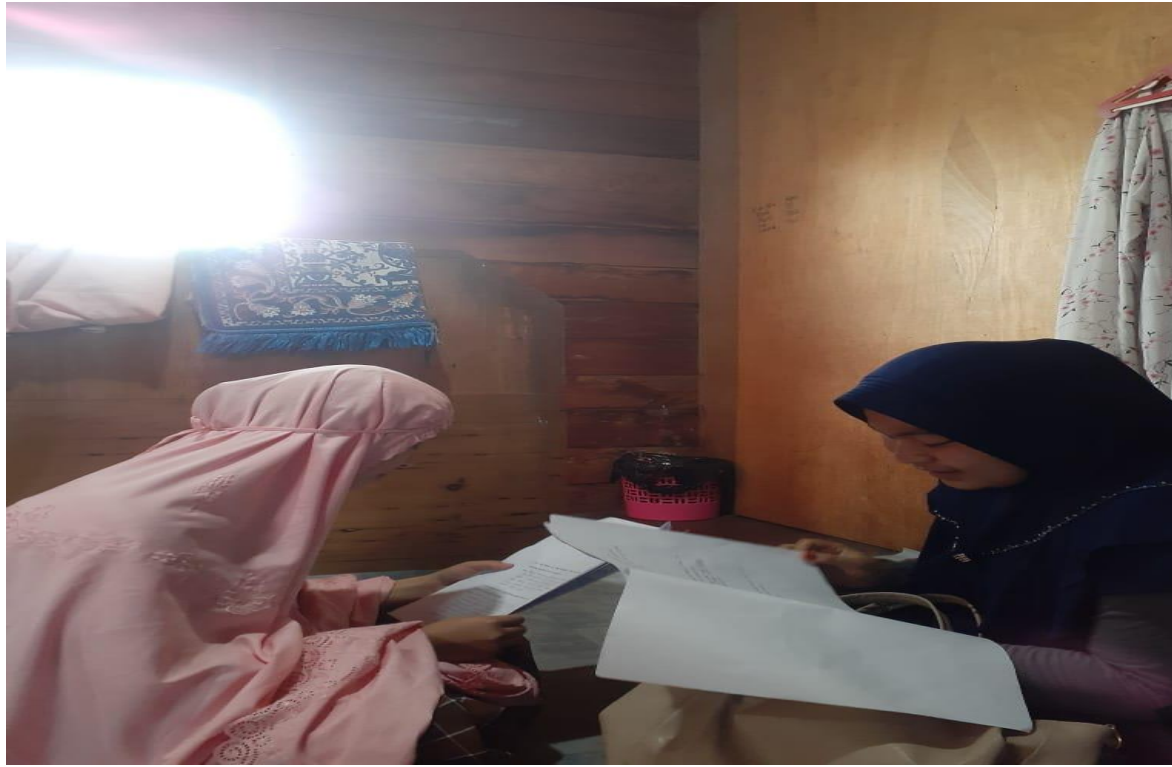
Gambar 6. Wawancara dengan Ibu Nisa Wasyamah Hutasuhut selaku Penjual *Online* di Desa Pangurabaan, pada tanggal 2 April 2023, pukul 20.50 WIB.



Gambar 7. Wawancara dengan Ibu Nita Siregar selaku Penjual *Online* di Desa Pangurabaan, pada tanggal 3 April 2023, pukul 12.30 WIB.



Gambar 8. Wawancara dengan Ibu Rika Pane selaku Penjual *Online* di Desa Pangurabaan, pada tanggal 1 April 2023, pukul 12.04 WIB.



Gambar 9. Wawancara dengan Ibu Adelina Harahap selaku Penjual *Online* di Desa Pangurabaan, pada tanggal 2 April 2023, pukul 17.52 WIB.



Gambar 10. Wawancara dengan Ibu Reski Pane selaku Penjual *Online* di Desa Pangurabaan, pada tanggal 31 Maret 2023, pukul 17.54 WIB.

INSTRUMEN WAWANCARA
DAMPAK *GADGET* SEBAGAI SARANA PROMOSI JUAL BELI
ONLINE PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM PADA
MASYARAKAT DESA PANGURABAAN

Nama : Efrida Pane
Jenis Kelamin : Perempuan
Umur : 38 Tahun
Alamat : Desa Pangurabaan
Informan : Penjual *Online*

NO	Pertanyaan	Hasil Wawancara
1	Sejak kapan Bapak/Ibu/Saudara/i memulai berjualan <i>online</i> ?	Sejak 2021
2	Kenapa Bapak/Ibu/Saudara/i memilih usaha bergerak dibidang perdagangan secara <i>online</i> ?	Karena jangkauannya lebih meluas keseluruh daerah ataupun mendunia.
3	Apa saja barang yang Bapak/Ibu/Saudara/i jual di dalam <i>online shop</i> ini?	Kerajinan tangan khas sipirok
4	Apakah keuntungan dan kemudahan yang Bapak/Ibu/Saudara/i alami dari adanya <i>gadget</i> dengan media internet sebagai sarana lalu lintas perdagangan secara <i>online</i> ?	Lebih mudah dan tidak membutuhkan lapak
5	Apa saja hambatan-hambatan yang Bapak/Ibu/Saudara/i alami pada saat berjualan <i>online</i> dengan menggunakan <i>gadget</i> ?	Janjangan tidak stabil

6	Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i menggunakan media promosi penjualan?	Menggunakan
7	Apa saja media promosi yang Bapak/Ibu/Saudara/i pakai untuk menjual barang secara <i>online</i> ?	<i>Facebook, instagram, whatshapp</i>
8	Mengapa Bapak/Ibu/Saudara/i memilih media sosial sebagai ladang bisnis <i>online</i> dalam mempromosikan barang atau jasa?	Dari media sosial itu kita banyak mendapatkan pembeli dan mempermudah kita jualan dimanapun kita berada.
9	Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i sudah memberikan informasi yang jelas mengenai barang yang anda jual?	Sudah, jelas informasinya
10	Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i pernah menapat complain dari pembeli?	Tidak pernah karena saya melakukannya secara hati-hati.
11	Hal-hal apa saja yang biasanya dikeluhkan oleh pembeli terkait dengan barang secara <i>online</i> tersebut?	<i>Slow respon</i> akibat jaringan tidak stabil.
12	Bagaimana cara Bapak/Ibu/Saudara/i menanganpi dan mengatasi complain tersebut melalui <i>gadget</i> ?	Sejauh ini belum ada
13	Bagaimana promosi jual beli <i>online</i> melalui <i>gadget</i> dalam ekonomi Islam yang Bapak/Ibu/Saudara/i terapkan?	Sudah sesuai dengan permintaan pembeli.
14	Bagaimana proses pelaksanaan/mekanisme transaksi jual beli <i>online</i> di Desa Pangurabaan?	Sistem transefer
15	Bagaimana cara Bapak/Ibu/Saudara/i memberikan keuntungan untuk anda dan pembeli?	Sama-sama beruntung, untuk saya dipercaya oleh pembeli dan untuk pembeli merasa puas dengan barang yang saya kirim.
16	Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i sudah melakukan dan menerapkan nilai-nilai ekonomi Islam terhadap penjualan <i>online</i> anda?	Sudah menerapkan

17	Bagaimana cara Bapak/Ibu/Saudara/i dalam mempromosikan barang dengan menggunakan <i>gadget</i> ?	Dengan menggunakan <i>gadget</i> mempermudah mempromosikan, memposting barang yang ingin saya jual.
18	Apakah dalam jual beli <i>online</i> melalui <i>gadget</i> , perjanjian tersebut atas kesepakatan bersama?	Ada, karena sebelum dikirim ada kesepakatan, apabila barang rusak tidak dikembalikan.
19	Apakah keuntungan yang di dapat oleh Bapak/Ibu/Saudara/i sudah menurut perspektif ekonomi Islam?	Iya sudah.



Gambar 11. Wawancara dengan Ibu Efrida Pane selaku Penjual *Online* di Desa Pangurabaan, pada tanggal 8 April 2023, pukul 10.30 WIB.



Gambar 12. Wawancara dengan Ibu Riska Gaus selaku Penjual *Online* di Desa Pangurabaan, pada tanggal 30 Maret 2023, pukul 20.42 WIB.



Gambar 13. Wawancara dengan Ibu Dhini Nainggolan selaku Penjual *Online* di Desa Pangurabaan, pada tanggal 6 April 2023, pukul 16.48 WIB.



Gambar 14. Wawancara dengan Bapak Ahmad Saleh Pane selaku Penjual *Online* di Desa Pangurabaan, pada tanggal 6 April 2023, pukul 14.02 WIB.



Gambar 15. Wawancara dengan Ibu Naenda Pane selaku Penjual *Online* di Desa Pangurabaan, pada tanggal 8 April 2023, pukul 16.00 WIB.

INSTRUMEN WAWANCARA
DAMPAK *GADGET* SEBAGAI SARANA PROMOSI JUAL BELI
ONLINE PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM PADA
MASYARAKAT DESA PANGURABAAN

Nama : Rais Pane
Jenis Kelamin : Laki-laki
Umur : 25 Tahun
Alamat : Desa Pangurabaan
Informan : Pembeli *Online*

NO	Pertanyaan	Hasil Wawancara
1	Mengapa Bapak/Ibu/Saudara/i memilih <i>online Shop</i> sebagai sarana untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan?	Karena menurut saya <i>online shop</i> itu bisa menyediakan barang yang lebih banyak, seperti barang yang susah didapat dan harganya relative murah.
2	Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i mendapatkan informasi yang jelas mengenai barang yang dipromosikan atau barang yang dijual oleh toko <i>online</i> tersebut?	Iya sudah
3	Menurut Bapak/Ibu/Saudara/i, keuntungan apa saja yang didapatkan pembeli dari pembelian barang secara <i>online</i> melalui <i>gadget</i> ?	Mempersimpel saya untuk melakukan transaksi dengan adanya <i>gadget</i> dan jaringan dimanapun kita bisa berbelanja <i>online</i> .
4	Apa saja kendala yang Bapak/Ibu/Saudara/i hadapai pada saat melakukan proses transaksi jual beli melalui <i>online</i> ?	Biasanya terkendala di jaringan dan ongkos kirim yang terllu mahal dari harga barangnya.
5	Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i sudah diberikan jaminan keamanan dari penjual <i>online</i> pada membeli barang?	Iya sudah, adanya jaminan uang kembali jika barang yang diterima cacat/rusak.

6	Bagaiman proses pembayaran yang dilakukan oleh Bapak/Ibu/Saudara/i dalam pembelian <i>online</i> ?	Lebih sering COD (system bayar setelah barangnya sampai).
7	Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i membayar sesuai dengan nilai yang telah disepakati?	Iya sesuai dengan yang disepakati
8	Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i sudah melakukan dan menerapkan nilai-nilai ekonomi Islam dalam pembelian <i>online</i> ?	Sudah
9	Apakah kualitas barang yang di dapatkan secara <i>online</i> sesuai dengan yang di promosikan?	Sudah
10	Apakah kualitas barang yang didapatkan secara <i>online</i> sesuai dengan harga yang ditawarkan?	Sesuai
11	Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i puas dengan pelayanan jasa <i>online</i> yang dimanfaatkan?	Puas
12	Selama Bapak/Ibu/Saudara/i menggunakan pelayanan <i>online</i> , adakah keluhan-keluhan yang anda alami?	Barang tidak sesuai pesanan
13	Apa saja yang Bapak/Ibu/Saudara/i lakukan apabila mengalami kerugian atau dikecewakan oleh penjual <i>online</i> ?	Pastinya saya tidak akan belanja lagi di toko tersebut dan memberikan rating yang rendah supaya mereka memperbaiki kualitas cara berdagang mereka di <i>online</i> .
14	Apa saran Bapak/Ibu/Saudara/i untuk penjual <i>online</i> terkait dengan transaksi elektronik ini?	Saran saya untuk penjual <i>online</i> untuk mempromosikan barang secara jelas dan lengkap dengan deskripsi barang tersebut, mengirim barang sesuai dengan yang di foto dan dipromosikan, supaya kedepannya pembeli tidak kecewa dengan toko tersebut.



Gambar 16. Wawancara dengan Bapak Rais Pane selaku Pembeli *Online* di Desa Pangurabaan, pada tanggal 11 April 2023, pukul 14.00 WIB.



Gambar 17. Wawancara dengan Saudari Bunda Juli Pane selaku Pembeli *Online* di Desa Pangurabaan, pada tanggal 5 April 2023, pukul 17.17 WIB.



Gambar 18. Wawancara dengan Saudari Nur Aisyah Hanum Siagian selaku Pembeli *Online* di Desa Pangurabaan, pada tanggal 31 Maret 2023, pukul 20.10 WIB.

INSTRUMEN WAWANCARA
DAMPAK *GADGET* SEBAGAI SARANA PROMOSI JUAL BELI
ONLINE PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM PADA
MASYARAKAT DESA PANGURABAAN

Nama : Leni Asreanita Harahap
Jenis Kelamin : Perempuan
Umur : 27 Tahun
Alamat : Desa Pangurabaan
Informan : Pembeli *Online*

NO	Pertanyaan	Hasil Wawancara
1	Mengapa Bapak/Ibu/Saudara/i memilih <i>online Shop</i> sebagai sarana untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan?	Karena melalui <i>online shop</i> lebih mudah berbelanja dan barangnya sampai di rumah.
2	Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i mendapatkan informasi yang jelas mengenai barang yang dipromosikan atau barang yang dijual oleh toko <i>online</i> tersebut?	Iya mendapatkan
3	Menurut Bapak/Ibu/Saudara/i, keuntungan apa saja yang didapatkan pembeli dari pembelian barang secara <i>online</i> melalui <i>gadget</i> ?	Saya tidak repot-repot pergi ke toko atau pasar, dengan belanja melalui <i>gadget</i> langsung diantar kerumah, harganya juga lebih murah, mempermudah aktivitas belanja.
4	Apa saja kendala yang Bapak/Ibu/Saudara/i hadapai pada saat melakukan proses transaksi jual beli melalui <i>online</i> ?	Kendalanya lebih ke jasa kurirnya tenggat waktunya 3 hari, tetapi mereka ngantarnya lama.
5	Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i sudah diberikan jaminan	Diberikan, seperti garansi pengembalian barang rusak atau cacat.

	keamana dari penjual <i>online</i> pada membeli barang?	
6	Bagaiman proses pembayaran yang dilakukan oleh Bapak/Ibu/Saudara/i dalam pembelian <i>online</i> ?	Pembayarannya COD
7	Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i membayar sesuai dengan nilai yang telah disepakati?	Iya sudah
8	Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i sudah melakukan dan menerapkan nilai-nilai ekonomi Islam dalam pembelian <i>online</i> ?	Kalau dilihat dari ekonomi Islam memang ada beberapa unsur yang memenuhi dan sebagian tidak, tetapi kalo saya belum.
9	Apakah kualitas barang yang di dapatkan secara <i>online</i> sesuai dengan yang di promosikan?	Sesuai
10	Apakah kualitas barang yang didapatkan secara <i>online</i> sesuai dengan harga yang ditawarkan?	Sesuai
11	Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i puas dengan pelayanan jasa <i>online</i> yang dimanfaatkan?	Puas
12	Selama Bapak/Ibu/Saudara/i menggunakan pelayanan <i>online</i> , adakah keluhan-keluhan yang anda alami?	Keluhannya lebih sering di warna tidak sesuai dengan yang dipesan.
13	Apa saja yang Bapak/Ibu/Saudara/i lakukan apabila mengalami kerugian atau dikecewakan oleh penjual <i>online</i> ?	Dengan memberikan ulasan ditoko penjual atau memberikan rating.
14	Apa saran Bapak/Ibu/Saudara/i untuk penjual <i>online</i> terkait dengan transaksi elektronik ini?	Saran saya untuk penjual <i>online</i> agar lebih memperhatikan pesanan dari pembeli, kemudian lebih cepat mempacking barangnya supaya sampainya sesuai dengan target.



Gambar 19. Wawancara dengan Saudari Leni Asreanita Harahap selaku Pembeli *Online* di Desa Pangurabaan, pada tanggal 5 April 2023, pukul 16.10 WIB.



Gambar 20. Wawancara dengan Ibu Erni Situmeang selaku Pembeli *Online* di Desa Pangurabaan, pada tanggal 11 April 2023, pukul 16.21 WIB.



Gambar 21. Wawancara dengan Saudari Ros Mala Dewi selaku Pembeli *Online* di Desa Pangurabaan, pada tanggal 31 Maret 2023, pukul 16.21 WIB.

INSTRUMEN WAWANCARA
DAMPAK *GADGET* SEBAGAI SARANA PROMOSI JUAL BELI
ONLINE PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM PADA
MASYARAKAT DESA PANGURABAAN

Nama : Ine Harahap
Jenis Kelamin : Perempuan
Umur : 21 Tahun
Alamat : Desa Pangurabaan
Informan : Pembeli *Online*

NO	Pertanyaan	Hasil Wawancara
1	Mengapa Bapak/Ibu/Saudara/i memilih <i>online Shop</i> sebagai sarana untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan?	Lebih praktis dan banyak pilihannya.
2	Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i mendapatkan informasi yang jelas mengenai barang yang dipromosikan atau barang yang dijual oleh toko <i>online</i> tersebut?	Iya mendapatkan
3	Menurut Bapak/Ibu/Saudara/i, keuntungan apa saja yang didapatkan pembeli dari pembelian barang secara <i>online</i> melalui <i>gadget</i> ?	Barangnya lebih murah, lebih banyak pilihannya dengan menggunakan <i>gadget</i> sudah tersedia aplikasi-aplikasinya.
4	Apa saja kendala yang Bapak/Ibu/Saudara/i hadapai pada saat melakukan proses transaksi jual beli melalui <i>online</i> ?	Biasanya pengemasan lama, ongkos kirim mahal.
5	Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i sudah diberikan jaminan keamanan dari penjual <i>online</i> pada membeli barang?	Sudah
6	Bagaimana proses pembayaran yang dilakukan oleh	<i>Shopee pay</i>

	Bapak/Ibu/Saudara/i dalam pembelian <i>online</i> ?	
7	Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i membayar sesuai dengan nilai yang telah disepakati?	Sesuai
8	Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i sudah melakukan dan menerapkan nilai-nilai ekonomi Islam dalam pembelian <i>online</i> ?	Sudah
9	Apakah kualitas barang yang di dapatkan secara <i>online</i> sesuai dengan yang di promosikan?	Terkadang sesuai terkadang tidak sesuai
10	Apakah kualitas barang yang didapatkan secara <i>online</i> sesuai dengan harga yang ditawarkan?	Sesuai
11	Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i puas dengan pelayanan jasa <i>online</i> yang dimanfaatkan?	Lumayan puas
12	Selama Bapak/Ibu/Saudara/i menggunakan pelayanan <i>online</i> , adakah keluhan-keluhan yang anda alami?	Barang tidak sesuai dengan ekspektasi
13	Apa saja yang Bapak/Ibu/Saudara/i lakukan apabila mengalami kerugian atau dikecewakan oleh penjual <i>online</i> ?	Memberikan ulasan dan jika masih tidak ada responnya saya laporkan kepada pihak aplikasinya.
14	Apa saran Bapak/Ibu/Saudara/i untuk penjual <i>online</i> terkait dengan transaksi elektronik ini?	Saran saya untuk penjual <i>online</i> untuk mempromosikan barangnya lebih <i>realpick</i> lagi.



Gambar 22. Wawancara dengan Saudari Ine Harahap selaku Pembeli *Online* di Desa Pangurabaan, pada tanggal 30 Maret 2023, pukul 13.09 WIB.



Gambar 23. Wawancara dengan Saudari Nur Khodijah selaku Pembeli *Online* di Desa Pangurabaan, pada tanggal 30 Maret 2023, pukul 17.51 WIB.



Gambar 24. Wawancara dengan Ibu Tetti Nasution selaku Pembeli *Online* di Desa Pangurabaan, pada tanggal 4 April 2023, pukul 16.21 WIB.

INSTRUMEN WAWANCARA
DAMPAK *GADGET* SEBAGAI SARANA PROMOSI JUAL BELI
ONLINE PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM PADA
MASYARAKAT DESA PANGURABAAN

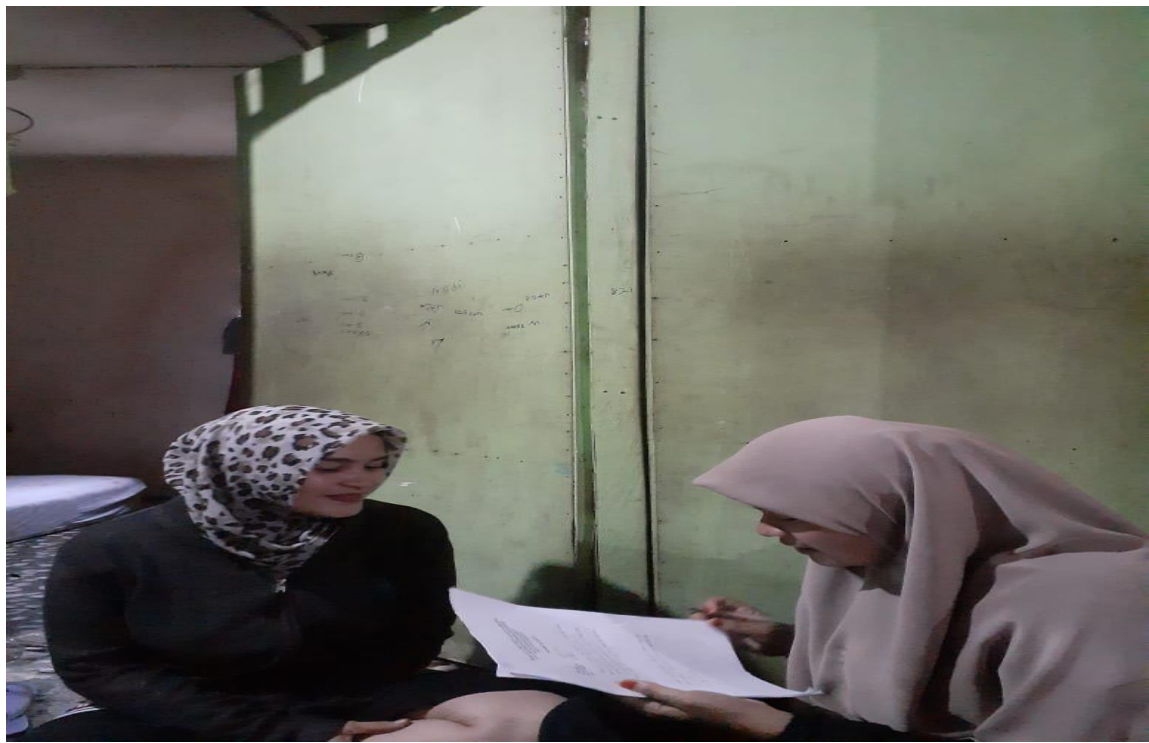
Nama : Rohli Ismi
Jenis Kelamin : Perempuan
Umur : 23 Tahun
Alamat : Desa Pangurabaan
Informan : Pembeli *Online*

NO	Pertanyaan	Hasil Wawancara
1	Mengapa Bapak/Ibu/Saudara/i memilih <i>online Shop</i> sebagai sarana untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan?	Karena mempermudah transaksi, karena <i>online</i> ini sudah mendunia dimanapun kita berada bisa memesannya.
2	Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i mendapatkan informasi yang jelas mengenai barang yang dipromosikan atau barang yang dijual oleh toko <i>online</i> tersebut?	Sudah
3	Menurut Bapak/Ibu/Saudara/i, keuntungan apa saja yang didapatkan pembeli dari pembelian barang secara <i>online</i> melalui <i>gadget</i> ?	Mempermudah aktivitas, tidak membuang banyak waktu jika sedang belanja dan hemat tenaga.
4	Apa saja kendala yang Bapak/Ibu/Saudara/i hadapai pada saat melakukan proses transaksi jual beli melalui <i>online</i> ?	Ongkos kirim mahal
5	Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i sudah diberikan jaminan keamanan dari penjual <i>online</i> pada membeli barang?	Sudah
6	Bagaimana proses pembayaran yang dilakukan oleh	Sering COD

	Bapak/Ibu/Saudara/i dalam pembelian <i>online</i> ?	
7	Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i membayar sesuai dengan nilai yang telah disepakati?	Iya sesuai
8	Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i sudah melakukan dan menerapkan nilai-nilai ekonomi Islam dalam pembelian <i>online</i> ?	Belum
9	Apakah kualitas barang yang di dapatkan secara <i>online</i> sesuai dengan yang di promosikan?	Tergantung harganya juga
10	Apakah kualitas barang yang didapatkan secara <i>online</i> sesuai dengan harga yang ditawarkan?	Lebih sering tidak sesuai
11	Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i puas dengan pelayanan jasa <i>online</i> yang dimanfaatkan?	Kurang puas
12	Selama Bapak/Ibu/Saudara/i menggunakan pelayanan <i>online</i> , adakah keluhan-keluhan yang anda alami?	Pengantaran barang lama
13	Apa saja yang Bapak/Ibu/Saudara/i lakukan apabila mengalami kerugian atau dikecewakan oleh penjual <i>online</i> ?	Saya memberi tanggapan dengan mechat penjual <i>online</i> .
14	Apa saran Bapak/Ibu/Saudara/i untuk penjual <i>online</i> terkait dengan transaksi elektronik ini?	Saran saya kalo bisa jangan ada penipuan lagi, baik dari kualitas barang dan dari transaksi pembayaran.



Gambar 25. Wawancara dengan Ibu Tetti Nasution selaku Pembeli *Online* di Desa Pangurabaan, pada tanggal 8 April 2023, pukul 10.55 WIB.



Gambar 26. Wawancara dengan Ibu Putri Aprilia Pane selaku Pembeli *Online* di Desa Pangurabaan, pada tanggal 6 April 2023, pukul 20.31 WIB.



Gambar 27. Wawancara dengan Saudari Efrika Damayanti selaku Pembeli *Online* di Desa Pangurabaan, pada tanggal 29 Maret 2023, pukul 10.06 WIB.

INSTRUMEN WAWANCARA
DAMPAK *GADGET* SEBAGAI SARANA PROMOSI JUAL BELI
ONLINE PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM PADA
MASYARAKAT DESA PANGURABAAN

Nama : Elida Marwiyah Hasibuan
Jenis Kelamin : Perempuan
Umur : 22 Tahun
Alamat : Desa Pangurabaan
Informan : Pembeli *Online*

NO	Pertanyaan	Hasil Wawancara
1	Mengapa Bapak/Ibu/Saudara/i memilih <i>online Shop</i> sebagai sarana untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan?	Karena lebih mudah, praktis dan bisa belanja dimana saja.
2	Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i mendapatkan informasi yang jelas mengenai barang yang dipromosikan atau barang yang dijual oleh toko <i>online</i> tersebut?	Terkadang kita mendapat informasi yang bagus dan terkadang tidak.
3	Menurut Bapak/Ibu/Saudara/i, keuntungan apa saja yang didapatkan pembeli dari pembelian barang secara <i>online</i> melalui <i>gadget</i> ?	Tidak banyak memakan waktu dan barangnya langsung diantar sampai kerumah.
4	Apa saja kendala yang Bapak/Ibu/Saudara/i hadapai pada saat melakukan proses transaksi jual beli melalui <i>online</i> ?	Kendalanya di ongkos kirim yang terlalu mahal.
5	Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i sudah diberikan jaminan keamanan dari penjual <i>online</i> pada membeli barang?	Sampai sekarang belum pernah dapat jaminan, Cuma kalo kita melapor kepada pihak toko kita akan diberikan jaminan pengembalian barang dan penggantian barang yang rusak.

6	Bagaiman proses pembayaran yang dilakukan oleh Bapak/Ibu/Saudara/i dalam pembelian <i>online</i> ?	Transfer
7	Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i membayar sesuai dengan nilai yang telah disepakati?	Iya sudah
8	Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i sudah melakukan dan menerapkan nilai-nilai ekonomi Islam dalam pembelian <i>online</i> ?	Sebenarnya belum bisa kita bilang sesuai karena masih ada juga toko <i>online</i> yang belum amanah dan saya juga sering membatalkan pesanan kalau tiba-tiba barang yang saya <i>checkout</i> tidak srek lagi.
9	Apakah kualitas barang yang di dapatkan secara <i>online</i> sesuai dengan yang di promosikan?	Terkadang
10	Apakah kualitas barang yang didapatkan secara <i>online</i> sesuai dengan harga yang ditawarkan?	Tidak juga
11	Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i puas dengan pelayanan jasa <i>online</i> yang dimanfaatkan?	Memuaskan kita sebenarnya, karena mempermudah kebutuhan yang kita inginkan.
12	Selama Bapak/Ibu/Saudara/i menggunakan pelayanan <i>online</i> , adakah keluhan-keluhan yang anda alami?	Barang tidak sesuai pesanan, barang rusak, dan barang cacat.
13	Apa saja yang Bapak/Ibu/Saudara/i lakukan apabila mengalami kerugian atau dikecewakan oleh penjual <i>online</i> ?	Melaporkan kepada pihak tokonya, jika tidak ada respon ya atau gimana lagi.
14	Apa saran Bapak/Ibu/Saudara/i untuk penjual <i>online</i> terkait dengan transaksi elektronik ini?	Saran saya untuk penjual <i>online</i> supaya mempromosikan barangnya dan mengirim barangnya sesuai dengan pesanan dan deskripsi yang tertera pada barang tersebut.



Gambar 28. Wawancara dengan Saudari Elida Marwiyah Hasibuan selaku Pembeli *Online* di Desa Pangurabaan, pada tanggal 6 April 2023, pukul 19.45 WIB.



Gambar 29. Wawancara dengan Ibu Sripadu selaku Pembeli *Online* di Desa Pangurabaan, pada tanggal 8 April 2023, pukul 13.30 WIB.



Gambar 29. Wawancara dengan Saudari Sri Desina Handayani selaku Pembeli *Online* di Desa Pangurabaan, pada tanggal 5 April 2023, pukul 13.09 WIB.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : 1285 /In.14/G.1/G.4c/PP.00.9/04/2022
Lampiran : -
Hal : Penunjukan Pembimbing Skripsi

25 April 2022

Yth. Bapak;

1. Budi Gautama Siregar : Pembimbing I
2. M. Yarham : Pembimbing II

Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Bapak bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Anggi Raju Valentine
NIM : 1840200315
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Dampak Gadget sebagai Sarana Promosi Jual Beli Online Perspektif Ekonomi Islam pada Masyarakat Desa Pangurabaan.

Untuk itu, diharapkan kepada Bapak bersedia sebagai pembimbing mahasiswa tersebut dalam penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik


Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,3 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022
Website: uinsyahada.ac.id

Nomor : ~~044~~ /Un.28/G.1/G.4c/TL.00/02/2023
Hal : Mohon Izin Riset

09 Februari 2023

Yth. Kepala Desa Pangurabaan

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan menerangkan bahwa:

Nama : Anggi Raju Valentine
NIM : 1840200315
Semester : X (Sepuluh)
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul "Dampak Gadget sebagai Sarana Promosi Jual Beli Online Perspektif Ekonomi Islam pada Masyarakat Pangurabaan".

Sehubungan dengan itu, kami mohon bantuan Bapak/Ibu dalam memberikan izin riset dan data sesuai dengan maksud judul di atas.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

a.n Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik

Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



KABUPATEN TAPANULI SELATAN
KECAMATAN SIPIROK
PEMERINTAH DESA PANGURABAAN

KODE POS 22742

Nomor : 197/2064/III/2022
Sifat : Penting
Lampiran : -
Perihal : Izin Penelitian

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan
Ahmad Addary Padangsidempuan
di-

Tempat

Menindaklanjuti Surat Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Addari Padangsidempuan No.888/Un.28/G.1/G.4c/TL.00.02/2023 tanggal 09 Februari 2023 tentang permohonan bantuan informasi penyelesaian Skripsi.

Sehubungan dengan Judul “ Dampak Gadget sebagai Sarana Promosi Jual Beli Online Perspektif Ekonomi Islam pada Masyarakat Pangurabaan”

NAMA : Anggi Raju Valentina
NIM : 1840200315
PRODI : Ekonomi Syariah
FAKULTAS : Ekonomi dan Bisnis Islam

Bahwa Benar Nama Tersebut di atas telah melaksanakan Penelitian di Desa Pangurabaan sesuai dengan judul yang di teliti. Demikian Surat Balasan ini kami buat untuk di pergunakan sebagai mana mestinya atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Pangurabaan, 28 Maret 2023

Kepala Desa Pangurabaan



RAMADAN SYAHRIL PANE



**KABUPATEN TAPANULI SELATAN
KECAMATAN SIPIROK
PEMERINTAH DESA PANGURABAAN**

KODE POS 22742

nomor : 214 /2064/IV/2022
ifat : Penting
ampiran : -
erihal : Selesai Penelitian

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan
Ahmad Addary Padangsidempuan
di-

Tempat

Menindaklanjuti Surat Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Addari Padangsidempuan No.888/Un.28/G.1/G.4c/TL.00.02/2023 tanggal 09 Februari 2023 tentang permohonan bantuan informasi penyelesaian Skripsi.

Sehubungan dengan Judul “ Dampak Gadget sebagai Sarana Promosi Jual Beli Online Perspektif Ekonomi Islam pada Masyarakat Pangurabaan”

NAMA : Anggi Raju Valentina
NIM : 1840200315
PRODI : Ekonomi Syariah
FAKULTAS : Ekonomi dan Bisnis Islam

Bahwa Benar Nama Tersebut di atas telah Selesai melaksanakan Penelitian di Desa Pangurabaan mulai dari Tanggal 28 Maret 2023 sampai dengan 11 April 2023 sesuai dengan judul yang di teliti. Demikian Surat ini kami buat untuk di pergunakan sebagai mana mestinya atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Pangurabaan, 11 April 2023

Kepala Desa Pangurabaan



RAMADAN SYAHRIL PANE