

ANALISIS MAQASHID SYARIAH PEMANFAATAN *SMARTPHONE* SEBAGAI MEDIA PEMASARAN ONLINE PADA PELAKU WIRAUSAHA

Azizah Mursyidah¹, Siti Maspupah²

Institut Agama Islam Sahid^{1 2}

azizahmursyidah9@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis maqashid syariah pemanfaatan *smartphone* sebagai media pemasaran online pada pelaku wirausaha di masa covid-19. Adapun dalam maqashid syariah menurut Imam Al-Ghazali tercermin dalam lima hal pokok yaitu hifdz ad-Din (menjaga agama), hifdz an-Nafs (menjaga jiwa), hifdz al-aql (menjaga akal), hifdz al-Mal (menjaga harta), dan hifdz an-Nasl (menjaga keturunan). Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, pengumpulan data dilakukan menggunakan metode wawancara dan kuisoner. Sampel penelitian ini sebanyak 30 partisipan, dengan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini digunakan pada dasar non-probability sampling dengan teknik purposive sampling, yaitu sampel yang diambil dengan pertimbangan/kriteria tertentu, dan snowball sampling, yaitu penambahan sampel itu dihentikan manakala datanya sudah jenuh, atau dari berbagai informan baik yang lama maupun yang baru, tidak memberikan data baru lagi. Hasil penelitian ini analisis Maqashid Syariah terhadap pemanfaatan *smartphone* sebagai media pemasaran online bagi para pelaku wirausaha di 3 desa termasuk ke dalam kategori sangat sesuai dengan rata-rata persentase sebesar 92%. Terdapat kendala yang dihadapi para pelaku wirausaha di 3 desa covid-19 menyebabkan turunnya perekonomian masyarakat yang mengakibatkan minat beli konsumen juga ikut berkurang, dikarenakan masyarakat lebih mendahulukan atau mementingkan pembelian kebutuhan pokok sehari-hari; banyaknya pesaing baru, mahalnya biaya operasional dan bahan baku, adanya covid-19 laporan keuangan atau pendapatan wirausaha semakin menurun, ini merupakan ancaman bagi para pelaku wirausaha.

Kata kunci: Maqashid Syariah; Wirausaha; Pemasaran Online; Covid-19

ABSTRACT

This study aims to determine the analysis of maqashid sharia on the use of smartphones as an online marketing medium for entrepreneurs during the Covid-19 period. As for the maqashid sharia, according to Imam Al-Ghazali, it is reflected in five main things, namely hifdz ad-Din (safeguarding religion), hifdz an-Nafs (safeguarding the soul), hifdz al-aql (safeguarding the mind), hifdz al-Mal (safeguarding property), and hifdz an-Nasl (guarding offspring). The research method used is descriptive qualitative, data collection was carried out using interviews and questionnaires. The sample of this study was 30 participants, with the sampling technique in this study used on the basis of non-probability sampling with purposive sampling technique, namely samples taken with certain considerations/criteria, and snowball sampling, namely the addition of the sample was stopped when the data was saturated. or from various informants, both old and new, not providing any new data. The results of this research are the analysis of Maqashid Syariah on the use of smartphones as an online marketing medium for entrepreneurs in 3 villages which fall into the very appropriate category with an average percentage of 92%. There were obstacles faced by entrepreneurs in the 3 covid-19 villages causing a decline in the community's economy which resulted in reduced consumer buying interest, because the community prioritized or prioritized buying basic daily needs; the number of new competitors, the high cost of

operations and raw materials, the presence of covid-19 financial reports or entrepreneurial income is decreasing, this is a threat to entrepreneurs.

Keywords: *Maqashid Sharia; Businessman; Online Marketing; Covid-19*

PENDAHULUAN

Teknologi merubah banyak hal. Tidak hanya cara berkomunikasi, bisnis pun perkembangannya begitu pesat sejak kemunculan sejumlah platform digital. Perkembangan ini mempengaruhi perubahan bisnis. Perubahan aktivitas bisnis yang mengarah secara digital ini merubah proses pemasaran yang lebih cepat dan meluas. Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan grup memperoleh apa yang mereka inginkan dan butuhkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai dengan orang lain (Kotler & Armstrong, 2016). Kehadiran teknologi, perubahan inovasi hingga perubahan gaya hidup menjadikan seseorang dapat terus berkreasi. Sistem pemasaran produk melalui internet menggambarkan usaha seseorang, komunitas, hingga perusahaan untuk menginformasikan, berkomunikasi, mempromosikan dan memasarkan produk dan jasa melalui internet (Kotler & Armstrong, 2016). Dalam pemasaran online, seseorang, komunitas, hingga perusahaan memanfaatkan teknologi jaringan untuk mengkoordinasi pangsa pasar, membantu pengembangan produk, mengembangkan strategi dan cara untuk memikat pelanggan (Kunia dan Asiah, 2021: 297-298).

Persaingan usaha yang semakin ketat pada era globalisasi hingga munculnya pandemi covid harus disikapi oleh para pelaku usaha dengan penerapan langkah-langkah strategis untuk keberlangsungan bisnisnya. Dampak dari pandemi yang melanda di seluruh dunia mengakibatkan kesulitan perekonomian, sehingga pelaku usaha diharuskan memperbaiki sistem penjualannya. Salah satu usaha yang dapat mewujudkan sistem ini yaitu dengan pemasaran *online* yang sangat mudah dengan hanya menggunakan alat elektronik seperti *smartphone* dan diharapkan juga bisa memperbaiki sistem konvensional yang telah ada di masyarakat (Widayanti dan Oktafia, 2021: 243).

Pemasaran secara online melalui media merupakan langkah tepat yang harus dilakukan oleh para pelaku usaha dimasa pandemi. Penggunaan internet dalam pasar bisnis saat masa pandemi covid-19 ini begitu luas, hal ini menjadi salah satu faktor yang menyebabkan munculnya model periklanan baru yaitu melalui platform media internet atau secara online yang kemudian biasa disebut dengan pemasaran digital (digital marketing). Tingginya tingkat penggunaan internet dipicu oleh perkembangan infrastruktur dan mudahnya mendapatkan *smartphone* atau perangkat genggam. Media sosial adalah sebuah pengembangan bentuk kreasi informasi *dan interaksi yang mempunyai potensi signifikan* untuk pemasaran (Novia, et al., 2021). Media sosial hadir sebagai media baru yang digunakan oleh hampir seluruh pengusaha untuk berinteraksi dengan konsumennya. Hal inilah yang akhirnya menarik minat perhatian para *entrepreneur* muda untuk mulai berbisnis melalui sosial media (Nurlita, 2018: 1-9).

Smartphone sendiri memiliki banyak manfaat dimana setiap masyarakat seakan harus mempunyai *smartphone* untuk digunakan terlebih lagi di gunakan untuk bisnis online dengan *smartphone* masyarakat bisa memasarkan bisnis melalui online menjadikan kemudahan tersendiri bagi masyarakat terlebih di masa pandemi ini masyarakat tidak mungkin ketempat kerumunan langsung seperti pasar atau yang lainnya jadi sangat tepat berbisnis online dengan pemasaran melalui *smartphone*. Di era masa pandemi covid-19



yang membuat dan memutus suatu kegiatan terutama kegiatan bisnis yang dimana membuat para pelaku wirausaha sebagian memilih untuk menutup dan juga memilih untuk bertahan.

Dengan teknologi *smartphone* menunjukkan beberapa keunggulan utama dibandingkan komputer karena mereka memecahkan keterbatasan lokasi dan aksesibilitas ke internet, mudah untuk dibawa dan dapat diakses oleh jaringan seluler lokal sehingga memfasilitasi pertukaran informasi, kecepatan untuk pencarian informasi, membaca selama waktu luang dan *multi-tasking*.

Smartphone memungkinkan pengguna kemampuan untuk memeriksa jejaring sosial lebih sering dan memberikan solusi terhadap permintaan akses langsung ke informasi yang diperlukan. *Smartphone* juga memiliki keterbatasan tertentu sebagai alat untuk mencari informasi dan konsumsi, seperti ukuran tampilan dan kompatibilitas untuk digunakan dengan program dan situs Internet tertentu (Sahara, 2021: 159).

Menurut pengamatan peneliti para pelaku wirausaha di Desa Pasarean, Desa Pamijahan dan Desa Gunung sari banyak yang menggunakan jasa media *online* seperti Shopee, Grab, Lazada dan media *online* lainnya dalam melakukan pemasaran. Menjadikan mereka memanfaatkan jasa *smartphone* sebagai media pemasaran *online* nya.

Para pelaku wirausaha yang memanfaatkan *smartphone* merekalah yang bertahan, *smartphone* sebagai media untuk para pelaku wirausaha untuk memasarkan bisnis nya secara online yang dimana banyak sekali manfaat yang di dapatkan oleh para pelaku wirausaha yang menggunakan *smartphone* bukan hanya untuk media pemasaran online saja namun memudahkan antara konsumen dan juga pelaku wirausaha berkomunikasi dan untuk sistem pembayarannya pun di permudah oleh alat *digital* ini. Segala bentuk usaha dituntut untuk dapat fleksibel dalam merespon setiap perubahan yang terjadi dalam membangun keunggulan bersaing. Terutama pada era teknologi informasi saat ini (Qosasi et al., 2019). Taiminen & Karjaluo (2015) berdasarkan penelitiannya mengatakan bahwa kebanyakan usaha kecil dan menengah masih belum memanfaatkan potensi internet sebagai salah satu bentuk tool pemasaran yang baru. Padahal, Teece & Leih (2016) menyebutkan bahwa dengan kemampuan untuk memanfaatkan teknologi informasi maka sebuah usaha kecil mampu menyeleraskan dan meningkatkan sumber daya yang mereka miliki. Agilitas sebuah usaha berkaitan dengan kemampuannya untuk mengintegrasikan teknologi informasi dalam menyediakan produk dan layanan lainnya dalam kondisi pasar yang dinamis.

Dengan berkembangnya teknologi internet, ikut pula mempengaruhi segala bentuk bisnis dan industri baik besar maupun kecil (Andzulis et al., 2012). Kehadiran internet bukanlah satu-satunya yang merubah paradigma pemasaran, hal ini juga disebabkan dengan lahirnya berbagai produk digital yang menyertainya, salah satunya ialah *smartphone* atau yang kita kenal juga dengan sebuah ponsel pintar (Kannan & Li, 2017). Bahkan Pozzi (2013) menyatakan dengan kehadiran berbagai toko online mampu meningkatkan penjualan yang sebelumnya dibandingkan toko offline yang terbatas. Selain itu, menurut Kaushik et al. (2020) mengatakan bahwa keberadaan platform online membuat merek sebuah produk lebih mudah dikenal bahkan ke manca negara sekalipun (Herlina dan Zam, 2022: 124).

Di tengah Pandemi Covid-19, penjualan secara langsung atau offline mengalami penurunan karena adanya pembatasan sosial, di era new normal masyarakat di himbau



untuk beraktifitas di rumah. Menurut (Aisyah, 2020) E-commerce merupakan suatu aktifitas transaksi jual beli yang menggunakan internet ataupun website. Terdapat 3 (tiga) jenis model bisnis Ecommerce yaitu: (1) Business to Business (B2B); (2) Business to Customer (B2C); dan (3) Customer to Customer (C2C).

Pandemi COVID-19 berangsur-angsur berubah, yakni beralih dari offline menjadi online. Anjuran pemerintah untuk tetap Stay at Home Economy akan menjadi tren ekonomi di masa mendatang. Para pelaku UMKM memiliki kesempatan dalam meningkatkan usahanya melalui sistem perdagangan elektronik sehingga pandemi COVID-19 bukan berarti tidak memberikan manfaat, akan tetapi justru menjadi momentum bagi pelaku UMKM untuk membuktikan bahwa produk-produk dalam negeri dan kebutuhan nasional tetap dapat dipenuhi (Cahya, Aqdella, Jannah, dan Setyawati, 2021: 505-506). Oleh karna itu peneliti telah memilih melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Maqashid Syariah Pemanfaatan *Smartphone* Sebagai Media Pemasaran Online pada Pelaku Wirausaha di Masa Covid-19 (Studi Desa Pasarean, Desa Pamijahan dan Desa Gunung Sari).

Definisi Maqashid Syariah

Maqashid berasal dari *maqсад* yang berakar kata dari *qasadayaqsidu-qasdan* yang berarti: bermaksud, berniat, dan menghendaki. Kata *syari*“ah berasal dari akar kata *syara*“a-*yasyra*“u-*syar*“an yang berarti membuat peraturan, undang-undang dan hukum. Inti dari maqashid syariah ini adalah penetapan hukum islam harus bermuara kepada kemaslahatan. Dapat kita pahami bahwa syariat islam diturunkan oleh allah adalah untuk mewujudkan kesejahteraan dan kemaslahatan manusia secara keseluruhan American Marketing Association (AMA) menyebutkan bahwa merek (brand) adalah sebuah nama, tanda, istilah, rancangan atau simbol, atau bauran dari hal-hal tersebut, yang digunakan untuk mengidentifikasi barang atau jasa yang disediakan secara baik oleh perseorangan maupun sekelompok penjual (Kotler 2002).

Tujuan Maqashid Syariah

Allah menurunkan hukum kepada manusia untuk mengatur tatanan kehidupan sosial sekaligus menegakkan keadilan. Disamping itu juga, hukum diturunkan untuk kepentingan umat manusia, tanpa adanya hukum maka manusia akan bertindak sebebas-bebasnya tanpa menghiraukan kebebasan orang lain allah mensyariatkan hukum-Nya bagi manusia tentunya bukan tanpa tujuan, setiap yang disyariatkan Allah SWT mengandung *maqashid* (tujuan-tujuan) melainkan demi kesejahteraan dan kemaslahatan umat itu sendiri.

- a. Penyucian jiwa agar setiap muslim menjadi sumber kebaikan bagi masyarakat dan lingkungan

هَلْ جَزَاءُ الْإِحْسَنِ إِلَّا الْإِحْسَنُ (٦٠)

Artinya: “Tidak ada Balasan kebaikan kecuali kebaikan (pula). (Ar-Rahman: 60).

- b. Tegaknya keadilan dalam masyarakat yang mencakup keadilan hukum dan muamalah

يَأْتِيهَا الدِّينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ ۚ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ ءَلَّا تَعْدِلُوا ؕ عَادِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ؕ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ (٨)



Artinya: "Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu Jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan" (Al-Maidah: 8).

c. Tercapainya Masalahah

وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ (١٠٧)

Artinya: "Dan Tiadalah Kami mengutus kamu, melainkan untuk (menjadi) rahmat bagi semesta alam" (Al-Anbiya: 107).

Klasifikasi *Maqashid Syariah*

1. Kebutuhan *al-Dharuriyat* (Primer)

Dhururiyat (kebutuhan pokok) adalah kebutuhan yang sangat perlu dipelihara dan diperhatikan dalam menjalankan hidup baik yang berhubungan dengan sang pencipta maupun dengan manusia itu sendiri, jika tidak terpelihara atau terabaikan maka kehidupan tidak akan berarti.²⁵ Dalam hal ini ada lima yang mesti kita jaga dan pelihara atau sering disebut dengan Al-kulliyah Al-khamsah:

a. Menjaga Agama (*hifz ad-din*)

Kewajiban untuk menjaga agama merupakan kewajiban setiap muslim tanpa terkecuali. Jika kewajiban ini diabaikan, maka eksistensi agama akan terancam. Kewajiban ini bisa dipenuhi dengan melaksanakan shalat lima waktu.

وَمَا خَلَقْتُ اجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ (٥٦)

Artinya: "Dan aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka mengabdikan kepada-Ku"(Adz-Zariyat: 56)

b. Menjaga Jiwa (*hifz an-nafs*)

Menjaga jiwa dalam maqashid syariah diwujudkan dalam bentuk makan dan minum. Apabila hal ini tidak dipenuhi, maka akan merusak jiwa atau kehidupan.

وَالَّذِينَ لَا يَدْعُونَ مَعَ اللَّهِ إِلَهًا آخَرَ وَلَا يَقْتُلُونَ النَّفْسَ الَّتِي حَرَّمَ اللَّهُ إِلَّا بِالْحَقِّ وَلَا يَزْنُونَ ج وَمَنْ يَفْعَلْ ذَلِكَ يَلْقَ أَثَمًا (٦٨)

Artinya: "Dan orang-orang yang tidak menyembah Tuhan yang lain beserta Allah dan tidak membunuh jiwa yang diharamkan Allah (membunuhnya) kecuali dengan (alasan) yang benar, dan tidak berzina, barang siapa yang melakukan yang demikian itu, niscaya Dia mendapat (pembalasan) dosa(nya)". (Al-Furqon: 68).

Menjaga Akal (*hifz al-aql*)

Penjagaan terhadap akal merupakan hal yang harus dilakukan oleh setiap muslim. Penjagaan akal ini terkait dengan perlindungan akal dari sesuatu yang bisa merusak keberadaanya seperti meminum khamar atau minuman keras.



إِنَّمَا يُرِيدُ الشَّيْطَانُ أَنْ يُوقِعَ بَيْنَكُمُ الْعَدَاةَ وَالْبَغْضَاءَ فِي الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ وَيَصُدَّكُمْ عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ وَعَنِ الصَّلَاةِ صَلَّى فَهَلْ أُنْتَهُونَ
(٩١)

Artinya: "Sesungguhnya syaitan itu bermaksud hendak menimbulkan permusuhan dan kebencian di antara kamu lantaran (meminum) khamar dan berjudi itu, dan menghalangi kamu dari mengingat Allah dan sembahyang; Maka berhentilah kamu (dari mengerjakan pekerjaan itu)" (Al-Maidah: 91).

c. Menjaga Harta (*hifz al-mal*)

Menjaga harta yang dimaksudkan dalam maqashid syariah adalah menghindari mengambil harta dengan cara yang bathil.

وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ جَعَلَ اللَّهُ لِكُمْ قِيَمًا وَارزُقُوهُمْ فِيهَا وَاكْسُوهُمْ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا (٥)

Artinya: "Dan janganlah kamu serahkan kepada orang-orang yang belum sempurna akalannya, harta (mereka yang ada dalam kekuasaanmu) yang dijadikan Allah sebagai pokok kehidupan, berilah mereka belanja dan pakaian (dari hasil harta itu) dan ucapkanlah kepada mereka kata-kata yang baik". (An-Nisa: 5).

d. Menjaga Keturunan (*hifz an-nasl*)

Hal ini akan terwujud jika keempat poin diatas terjaga, sehingga dana yang halal dan perolehannya baik akan berdampak baik bagi keluarga yang dinafkainya.

وَأِنْ خِفْتُمْ أَلَّا تُفْسِدُوا فِي الْيَتَامَىٰ فَانكِحُوا مَا طَابَ لَكُمْ مِنَ الْيَتَامَىٰ مِثْلِي وَمِثْلِكَ وَرُبِعَ صَلَّى فَإِنْ خِفْتُمْ أَلَّا تَعْدِلُوا فَوَ جِدَةٌ أَوْ مَا
مَلَكَتْ أَيْمَانُكُمْ ۚ ذَلِكَ أَدْنَىٰ أَلَّا تَعُولُوا (٣)

Artinya: "Dan jika kamu takut tidak akan dapat Berlaku adil terhadap (hak-hak) perempuan yang yatim (bilamana kamu mengawininya), Maka kawinilah wanita-wanita (lain) yang kamu senangi: dua, tiga atau empat. kemudian jika kamu takut tidak akan dapat Berlaku adil, Maka (kawinilah) seorang saja, atau budak-budak yang kamu miliki. yang demikian itu adalah lebih dekat kepada tidak berbuat aniaya" (An-Nisa: 3).

2. Kebutuhan *Hajjiyat* (Sekunder)

Al-hajjiyat (bersifat kebutuhan) adalah kemaslahatan yang dibutuhkan manusia untuk melakukan pekerjaan dan memperbaiki kehidupan, seperti jual beli, sewa menyewa, transaksi bagi hasil, dan lain sebagainya. Prinsip utama *Al-Hajjiyat* adalah untuk menghilangkan kesulitan, meringankan beban dan memudahkan manusia bermuamalat dan tukar manfaat.

3. Kebutuhan *Tahsiniyat* (Tersier)

Al-tahsiniyat (bersifat perbaikan) adalah kemaslahatan yang merujuk pada moral dan etika yang pada prinsipnya kembali kepada prinsip memperbaiki hakikat diri dan akhlak yang mulia atau sesuatu yang sebaiknya dilakukan untuk mengambil manfaat dan sebaliknya ditinggalkan untuk menghindari kemudharatan.



METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode penelitian survey. Penelitian kualitatif digunakan pada keadaan target yang alamiah, atau disebut juga obyek yang berkembang apa adanya, misalnya; persepsi, perilaku, dan sebagainya, dengan menggunakan teknik analisis data yang bersifat induktif, serta hasilnya memfokuskan makna dibanding generalisasi (Sugiyono, 2016). Peneliti menggunakan metode survey karena dalam pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan angket dan wawancara. Penelitian ini dilakukan di Desa Pasarean, Desa Pamijahan dan Desa Gunung Sari. Waktu penelitian dilaksanakan mulai bulan Maret 2022 sampai dengan Juli 2022-bulan Juni 2022.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengolahan data kuisisioner analisis *maqashid syariah* terhadap pemanfaatan *smartphone* sebagai media pemasaran *online* bagi para pelaku wirausaha di Desa Pasarean, Desa Pamijahan, dan Desa Gunung Sari pada masa covid-19, dengan menggunakan alat bantu aplikasi *Microsoft Excel 2010* dan hasil data proses wawancara secara terstruktur didapatkan hasil penelitian sebagai berikut.

Analisis *Maqashid Syariah* terhadap pemanfaatan *smartphone* sebagai media pemasaran *online* bagi para pelaku wirausaha di Desa Pasarean, Desa Pamijahan, dan Desa Gunung Sari pada masa Covid-19

Analisis *maqashid syariah* terhadap pemanfaatan *smartphone* sebagai media pemasaran *online* bagi para pelaku wirausaha di Desa Pasarean, Desa Pamijahan, dan Desa Gunung Sari pada masa covid-19, diamati dengan menggunakan lembar kuisisioner dan *google form* yang disebar dan dikumpulkan. Hal ini digunakan agar dapat diketahui apakah para pelaku wirausaha dalam memanfaatkan *smartphone* sebagai media pemasaran *online* sesuai atau tidaknya dengan ketentuan *maqashid syariah* (Studi Desa Pasarean, Desa Pamijahan, dan Desa Gunung Sari).

Seluruh pernyataan dalam kuisisioner merupakan pernyataan positif dengan jumlah 10 pernyataan. Masing-masing pernyataan terdiri dari lima indikator, dimana lima indikator tersebut diambil sesuai dengan apa yang akan dianalisis yaitu *maqashid syariah* dengan klasifikasi *al-dharuriyat* (kebutuhan pokok), diantaranya adalah menjaga agama, menjaga jiwa, menjaga akal, menjaga keturunan, dan menjaga harta.

Hasil pengolahan data kuisisioner analisis *maqashid syariah* terhadap pemanfaatan *smartphone* sebagai media pemasaran *online* bagi para pelaku wirausaha di Desa Pasarean, Desa Pamijahan, dan Desa Gunung Sari, dengan indikator menjaga agama, menjaga jiwa, menjaga akal, menjaga harta, dan menjaga menjaga keturunan adalah sebagai berikut.

Tabel IV.14. Hasil Keseluruhan Analisis *Maqashid Syariah*

Indikator	Rata-rata (%)	Kategori
Menjaga Agama	93%	Sangat Sesuai



Menjaga Jiwa	93%	Sangat Sesuai
Menjaga Akal	94%	Sangat Sesuai
Menjaga Harta	90%	Sesuai
Menjaga Keturunan	89%	Sesuai
Rata-Rata	92%	Sangat Sesuai

Sumber: Data diolah, Excel,2022

Berdasarkan Tabel IV.13 diatas, didapatkan hasil keseluruhan dari analisis *maqashid syariah* terhadap pemanfaatan *smartphone* sebagai media pemasaran *online* bagi para pelaku wirausaha di Desa Pasarean, Desa Pamijahan, dan Desa Gunung Sari, dengan indikator menjaga agama sebesar **93%**, indikator menjaga jiwa sebesar **93%**, indikator menjaga akal sebesar **94%**, indikator menjaga harta sebesar **90%**, indikator keturunan sebesar **89%**.

Penentuan interpretasi kategori disesuaikan dengan hasil perhitungan yang telah disajikan pada Tabel IV.12. Indikator menjaga agama, menjaga jiwa, dan menjaga akal berada pada rentang **91-100%** artinya ketiga indikator ini berkategori sangat sesuai. Sedangkan indikator menjaga harta dan menjaga keturunan berada pada rentang **69-90%** artinya kedua indikator ini berkategori sesuai. Presentase rata-rata kelima indikator juga berada pada kategori sangat sesuai yaitu pada rentang **91-100%**.

Kendala yang dihadapi oleh Para Pelaku Wirausaha Pada Masa Covid-19 di Desa Pasarean, Desa Pamijahan, dan Desa Gunung Sari

Berdasarkan hasil wawancara ditemukan beberapa kendala dari para partisipan yang merupakan para pelaku wirausaha yang memanfaatkan *smartphone* sebagai media pemasaran *online* pada masa covid-19 di Desa Pasarean, Desa Pamijahan, dan Desa Gunung Sari. Kendala-kendala tersebut diantaranya, yaitu:

- a) Covid-19 menyebabkan turunnya perekonomian masyarakat yang mengakibatkan minat beli konsumen juga ikut berkurang, dikarenakan masyarakat lebih mendahulukan atau mementingkan pembelian kebutuhan pokok sehari-hari;
- b) Banyaknya pesaing baru;
- c) Mahalnya biaya operasional dan bahan baku.
- d) Adanya covid-19 laporan keuangan atau pendapatan wirausaha semakin menurun, ini merupakan ancaman bagi para pelaku wirausaha.

Analisis *Maqashid Syariah* terhadap pemanfaatan *smartphone* sebagai media pemasaran *online* bagi para pelaku wirausaha di Desa Pasarean, Desa Pamijahan, dan Desa Gunung Sari pada masa Covid-19

Berdasarkan data kuisioner dengan alternatif jawaban pada setiap pernyataan yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Diberikan sebanyak 10 pernyataan yang diberikan kepada partisipan dengan keseluruhan yang merupakan pernyataan positif, dengan masing-masing pernyataan terdiri atas lima



indikator analisis *maqashid syariah*, dengan klasifikasi *al-dharuriyat* (kebutuhan pokok), diantaranya adalah menjaga agama, menjaga jiwa, menjaga akal, menjaga keturunan, dan menjaga harta.

Tanggapan para pelaku wirausaha di Desa Pasarean, Desa Pamijahan, dan Desa Gunung Sari terhadap **10** pernyataan tersebut memiliki presentase yang berbeda-beda, hal ini diketahui dengan melihat skor dan presentase respon analisis *maqashid syariah* terhadap pemanfaatan *smartphone* sebagai media pemasaran *online* di masa covid-19 pada setiap pernyataan yang diberikan. Berikut interpretasi deskriptif masing-masing tanggapan para pelaku wirausaha di Desa Pasarean, Desa Pamijahan, dan Desa Gunung Sari pada setiap pernyataan kuisioner yang diberikan.

Tabel IV.15. Hasil Analisis Deskriptif

No	Indikator	Pernyataan	STS	TS	S	SS	N
			1	2	3	4	
1	Menjaga Agama	P1	2	0	3	25	30
		P2	0	2	3	25	30
2	Menjaga Jiwa	P3	1	0	6	23	30
		P4	1	0	6	23	30
3	Menjaga Akal	P5	1	0	5	24	30
		P6	1	0	4	25	30
4	Menjaga Keturunan	P7	1	0	5	24	30
		P8	1	1	13	15	30
5	Menjaga Harta	P9	1	1	8	20	30
		P10	1	1	6	22	30

Sumber: Data diolah, Excel, 2022

Menjaga Agama (*hifz ad-din*)

Dengan merujuk pada Bab II terdahulu, bahwa kewajiban untuk menjaga agama merupakan kewajiban setiap muslim tanpa terkecuali. Jika kewajiban ini diabaikan, maka eksistensi agama akan terancam. Kewajiban ini bisa dipenuhi dengan melaksanakan shalat lima waktu.

Dengan melihat pada Tabel IV.14 pernyataan nomor 1 (P1) dengan indikator menjaga agama tentang dalam berwirausaha yang paling penting adalah menjaga shalat 5 waktu (subuh, dzuhur, ashar, maghrib, dan isya) karena menjadi dasar pedagang, sehingga setiap transaksi yang dilakukan bernilai ibadah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari total **30** partisipan pada pernyataan nomor 1 (P1), **25** orang menjawab Sangat Setuju (SS), **3** orang menjawab Setuju (S), **0** orang menjawab Tidak Setuju (TS), **2** orang menjawab Sangat Tidak Setuju (STS).

Sedangkan pada pernyataan nomor 2 (P2), dengan indikator menjaga agama tentang pemasaran *online* membuat saya lebih leluasa, sehingga saya dapat melaksanakan shalat 5 waktu (subuh, dzuhur, ashar, maghrib, dan isya) dengan tepat waktu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari total **30** partisipan pada pernyataan nomor 2 (P2), **25** orang menjawab Sangat Setuju (SS), **3** orang menjawab Setuju (S), **2** orang menjawab Tidak Setuju (TS), **0** orang menjawab Sangat Tidak Setuju (STS).



Pernyataan satu dan dua (P1 dan P2), didominasi oleh jawaban Sangat Setuju (SS), hal ini dapat dilihat pula pada hasil perhitungan yang telah disajikan pada tabel IV.12, indikator menjaga agama berada pada rentang **91-100%** dengan kategori sangat sesuai. Artinya para pelaku wirausaha di Desa Pasarean, Desa Pamijahan, dan Desa Gunung Sari dalam memanfaatkan *smartphone* sebagai media pemasaran *online* sudah sangat sesuai dengan ketentuan *maqashid syariah* dalam indikator menjaga agama. Menjaga agama dalam hal ini yaitu para pelaku wirausaha menyadari bahwa menjaga shalat lima waktu (subuh, dzuhur, ashar, maghrib, dan isya) adalah kewajiban yang harus dijaga, terlebih dalam berwirausaha sehingga setiap transaksi yang dilakukan akan bernilai ibadah. Sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an surah Adz-Zariyat ayat 56.

وَمَا خَلَقْتُ اجْرًا وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ (٥٦)

Artinya: "Dan aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka beribadah kepada-Ku" (QS. Adz-Zariyat: 56).

Menjaga Jiwa (*hifz an-nafs*)

Dengan merujuk pada Bab II terdahulu, bahwa menjaga jiwa dalam *maqashid syariah* diwujudkan dalam bentuk makan dan minum. Apabila hal ini tidak dipenuhi, maka akan merusak jiwa atau kehidupan. Dengan melihat pada Tabel IV.14 pernyataan nomor 3 (P3) dengan indikator menjaga jiwa tentang dengan berwirausaha melalui pemasaran *online*, saya dapat lebih menjaga kesehatan di rumah, apalagi dengan adanya Covid-19. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari total **30** partisipan pada pernyataan nomor 3 (P3), **23** orang menjawab Sangat Setuju (SS), **6** orang menjawab Setuju (S), **0** orang menjawab Tidak Setuju (TS), **1** orang menjawab Sangat Tidak Setuju (STS).

Sedangkan pada pernyataan nomor 4 (P4), dengan indikator menjaga jiwa tentang selalu menjaga kesehatan saya dengan selalu makan dan minum yang halal dan juga baik, tidak merokok dan minum minuman keras (*khamr*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari total **30** partisipan pada pernyataan nomor 4 (P4), **23** orang menjawab Sangat Setuju (SS), **6** orang menjawab Setuju (S), **0** orang menjawab Tidak Setuju (TS), **1** orang menjawab Sangat Tidak Setuju (STS). Pernyataan tiga dan empat (P3 dan P4), didominasi oleh jawaban Sangat Setuju (SS), hal ini dapat dilihat pula pada hasil perhitungan yang telah disajikan pada tabel IV.12, indikator menjaga jiwa berada pada rentang **91-100%** dengan kategori sangat sesuai. Artinya para pelaku wirausaha di Desa Pasarean, Desa Pamijahan, dan Desa Gunung Sari dalam memanfaatkan *smartphone* sebagai media pemasaran *online* sudah sangat sesuai dengan ketentuan *maqashid syariah* dalam indikator menjaga jiwa. Menjaga jiwa dalam hal ini yaitu para pelaku wirausaha menyadari bahwa makan dan minum yang halal dan juga baik, tidak merokok dan tidak minum minuman keras (*khamr*) merupakan hal penting dalam menjaga kesehatan, karena jika kita tidak menjaga hal demikian maka akan merusak jiwa atau kehidupan. Sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an surah Al-Furqon ayat 68.

وَالَّذِينَ لَا يَدْعُونَ مَعَ اللَّهِ إِلَهًا آخَرَ وَلَا يَقْتُلُونَ النَّفْسَ الَّتِي حَرَّمَ اللَّهُ إِلَّا بِالْحَقِّ وَلَا يَزْنُونَ جَ وَمَنْ يَفْعَلْ ذَلِكَ يَلْقَ أَثَامًا (٦٨)



Artinya: "Dan orang-orang yang tidak menyembah Tuhan yang lain beserta Allah dan tidak membunuh jiwa yang diharamkan Allah (membunuhnya) kecuali dengan (alasan) yang benar, dan tidak berzina, barang siapa yang melakukan yang demikian itu, niscaya Dia mendapat (pembalasan) dosa(nya) (Al-Furqon: 68).

Menjaga Akal (*hifz al-aql*)

Dengan merujuk pada Bab II terdahulu, bahwa penjagaan terhadap akal merupakan hal yang harus dilakukan oleh setiap muslim. Penjagaan akal ini terkait dengan perlindungan akal dari sesuatu yang bisa merusak keberadaannya seperti meminum khamar atau minuman keras.

Dengan melihat pada Tabel IV.14 pernyataan nomor 5 (P5) dengan indikator menjaga akal tentang sebagai wirausaha yang mengedepankan nilai ibadah, saya tidak pernah menjual atau memasarkan produk yang diharamkan dalam Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari total **30** partisipan pada pernyataan nomor 5 (P5), **24** orang menjawab Sangat Setuju (SS), **5** orang menjawab Setuju (S), **0** orang menjawab Tidak Setuju (TS), **1** orang menjawab Sangat Tidak Setuju (STS).

Sedangkan pada pernyataan nomor 6 (P6), dengan indikator menjaga akal tentang memahami bahwa mengkonsumsi dan menjual minuman keras merupakan hal yang dilarang Agama, dengan demikian menghindari hal tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari total **30** partisipan pada pernyataan nomor 6 (P6), **25** orang menjawab Sangat Setuju (SS), **4** orang menjawab Setuju (S), **0** orang menjawab Tidak Setuju (TS), **1** orang menjawab Sangat Tidak Setuju (STS).

Pernyataan lima dan enam (P5 dan P6), didominasi oleh jawaban Sangat Setuju (SS), hal ini dapat dilihat pula pada hasil perhitungan yang telah disajikan pada tabel IV.12, indikator menjaga akal berada pada rentang **91-100%** dengan kategori sangat sesuai. Artinya para pelaku wirausaha di Desa Pasarean, Desa Pamijahan, dan Desa Gunung Sari dalam memanfaatkan *smartphone* sebagai media pemasaran *online* sudah sangat sesuai dengan ketentuan *maqashid syariah* dalam indikator menjaga akal. Menjaga akal dalam hal ini yaitu para pelaku wirausaha dalam penjagaan akal ini terkait dengan perlindungan akal dari sesuatu yang bisa merusak keberadaannya seperti meminum khamar atau minuman keras. Sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an surah Al-Maidah ayat 91.

إِنَّمَا يُرِيدُ الشَّيْطَانُ أَنْ يُوقِعَ بَيْنَكُمُ الْعَدَاةَ وَالْبَغْضَاءَ فِي الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ وَيَصُدَّكُمْ عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ وَعَنِ الصَّلَاةِ صَلَّى فَهَلْ أَنْتُمْ مُنتَهُونَ (٩١)

Artinya: "Sesungguhnya syaitan itu bermaksud hendak menimbulkan permusuhan dan kebencian di antara kamu lantaran (meminum) khamar dan berjudi itu, dan menghalangi kamu dari mengingat Allah dan sembahyang; Maka berhentilah kamu (dari mengerjakan pekerjaan itu)" (Al-Maidah: 91).

Menjaga Harta (*hifz al-mal*)

Dengan merujuk pada Bab II terdahulu, bahwa menjaga harta yang dimaksudkan dalam maqashid syariah adalah menghindari mengambil harta dengan cara yang bathil. Dengan melihat pada Tabel IV.14 pernyataan nomor 7 (P7) dengan indikator menjaga harta tentang pemasaran *online* yang dijalankan dengan cara yang baik, yaitu dengan menghindari mengambil harta dengan cara yang bathil. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari total **30** partisipan pada pernyataan nomor 7 (P7), **20** orang menjawab Sangat



Setuju (SS), 8 orang menjawab Setuju (S), 1 orang menjawab Tidak Setuju (TS), 1 orang menjawab Sangat Tidak Setuju (STS).

Sedangkan pada pernyataan nomor 8 (P8), dengan indikator menjaga harta tentang memahami dengan baik bahwa membayar zakat, baik itu zakat perdagangan ataupun zakat fitrah, karena kedua hal tersebut adalah untuk mensucikan harta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari total 30 partisipan pada pernyataan nomor 8 (P8), 22 orang menjawab Sangat Setuju (SS), 6 orang menjawab Setuju (S), 1 orang menjawab Tidak Setuju (TS), 1 orang menjawab Sangat Tidak Setuju (STS).

Pernyataan tujuh dan delapan (P7 dan P8), didominasi oleh jawaban Sangat Setuju (SS), hal ini dapat dilihat pula pada hasil perhitungan yang telah disajikan pada tabel IV.12, indikator menjaga harta berada pada rentang 69-90% dengan kategori sesuai. Artinya para pelaku wirausaha di Desa Pasarean, Desa Pamijahan, dan Desa Gunung Sari dalam memanfaatkan *smartphone* sebagai media pemasaran *online* sudah sesuai dengan ketentuan *maqashid syariah* dalam indikator menjaga harta. Menjaga harta dalam hal ini yaitu bahwa menjaga harta yang dimaksudkan dalam *maqashid syariah* para pelaku wirausaha menghindari mengambil harta dengan cara yang bathil. Sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an surah An-Nisa ayat 5.

وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ جَعَلَ اللَّهُ لِكُمْ قِيَمًا وَارْزُقُوهُمْ فِيهَا وَاكْسُوهُمْ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا (٥)

Artinya: "Dan janganlah kamu serahkan kepada orang-orang yang belum sempurna akalnya, harta (mereka yang ada dalam kekuasaanmu) yang dijadikan Allah sebagai pokok kehidupan, berilah mereka belanja dan pakaian (dari hasil harta itu) dan ucapkanlah kepada mereka kata-kata yang baik". (An-Nisa: 5).

Menjaga Keturunan (*hifz an-nasl*)

Dengan merujuk pada Bab II terdahulu, bahwa hal ini akan terwujud jika keempat poin diatas terjaga, sehingga dana yang halal dan perolehannya baik akan berdampak baik bagi keluarga yang dinafkahnya.

Dengan melihat pada Tabel IV.14 pernyataan nomor 9 (P9) dengan indikator menjaga keturunan tentang berwirausaha dengan tetap mengedepankan ibadah, dapat menjadikan penghasilan yang berkah dan menjadikan nafkah yang berkah juga untuk keluarga. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari total 30 partisipan pada pernyataan nomor 9 (P9), 24 orang menjawab Sangat Setuju (SS), 5 orang menjawab Setuju (S), 0 orang menjawab Tidak Setuju (TS), 1 orang menjawab Sangat Tidak Setuju (STS).

Sedangkan pada pernyataan nomor 10 (P10), dengan indikator menjaga keturunan tentang dengan berwirausaha *online*, saya dapat mengurangi atau menghindari interaksi secara langsung dengan lawan jenis yang bukan mahram. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari total 30 partisipan pada pernyataan nomor 10 (P10), 15 orang menjawab Sangat Setuju (SS), 13 orang menjawab Setuju (S), 1 orang menjawab Tidak Setuju (TS), 1 orang menjawab Sangat Tidak Setuju (STS).

Pernyataan sembilan dan sepuluh (P9 dan P10), didominasi oleh jawaban Sangat Setuju (SS), hal ini dapat dilihat pula pada hasil perhitungan yang telah disajikan pada tabel IV.12, indikator menjaga keturunan berada pada rentang 69-90% dengan kategori sesuai. Artinya para pelaku wirausaha di Desa Pasarean, Desa Pamijahan, dan Desa Gunung Sari



dalam memanfaatkan *smartphone* sebagai media pemasaran *online* sudah sesuai dengan ketentuan *maqashid syariah* dalam indikator menjaga keturunan. Pada indikator menjaga keturunan akan terwujud jika keempat poin diatas terjaga, terlihat bahwa pada keempat indikator sebelumnya yaitu indikator menjaga agama, menjaga jiwa, menjaga akal, dan menjaga harta sudah sesuai dengan ketentuan *maqashid syariah*, maka begitupun hasil penelitian pada indikator menjaga keturunan. Sehingga dana yang halal dan perolehannya yang baik akan berdampak baik pula bagi keluarga yang dinafkahnya.

Kendala yang dihadapi oleh Para Pelaku Wirausaha Pada Masa Covid-19 di Desa Pasarean, Desa Pamijahan, dan Desa Gunung Sari

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti kepada para pelaku wirausaha yang memanfaatkan *smartphone* sebagai media pemasaran *online* pada masa covid-19 di Desa Pasarean, Desa Pamijahan, dan Desa Gunung Sari, mengatakan bahwa meskipun menggunakan pemasaran *online* namun minat beli konsumen berkurang yang menyebabkan penghasilan atau pendapatan para pelaku wirausaha juga menurun.

Hal tersebut juga dikarenakan adanya beberapa kendala yang dialami para pelaku wirausaha dalam memanfaatkan *smartphone* sebagai media pemasaran *online* pada masa covid-19 di Desa Pasarean, Desa Pamijahan, dan Desa Gunung Sari. Beberapa kendala tersebut diantaranya kondisi perekonomian masyarakat, banyaknya pesaing baru, mahalnya biaya operasional dan bahan baku, serta laporan keuangan yang semakin menurun.

Kondisi Perekonomian Masyarakat

Adanya covid-19 menyebabkan turunnya perekonomian masyarakat yang mengakibatkan minat beli konsumen juga berkurang, ini dikarenakan masyarakat lebih mendahulukan atau mementingkan pembelian kebutuhan pokok sehari-hari. Media pemasaran *online* merupakan peluang bagi para wirausaha di masa covid-19, agar tetap mendapatkan penghasilan dengan mempromosikan dan menjual produknya. Namun demikian, covid-19 tidak hanya berdampak pada para wirausaha saja, tapi juga masyarakat luas lainnya yaitu turunnya perekonomian masyarakat.

Hal ini dikatakan oleh para pelaku wirausaha yang merupakan partisipan dalam penelitian ini, bahwa akibat covid-19 perekonomian atau kondisi finansial masyarakat menurun disebabkan oleh kehilangannya sumber pendapatan karena adanya pengurangan karyawan disetiap tempat kerjanya masing-masing. Sehingga ini merupakan kendala juga bagi para wirausaha, yang mengakibatkan minat beli konsumen berkurang.

Banyaknya Pesaing Baru

Adanya covid-19 yang hampir mengharuskan semua kegiatan dilakukan secara *online*, baik pekerjaan ataupun kegiatan belajar mengajar. Bahkan, mengakibatkan banyaknya para karyawan yang juga diberhentikan dari tempat kerjanya yang menyebabkan masyarakat tidak memiliki pekerjaan. Hal ini juga mengakibatkan kondisi finansial masyarakat menurun, dan pada akhirnya banyaknya masyarakat yang mempertahankan finansialnya dengan berwirausaha *online*.

Hal tersebut disampaikan oleh partisipan dalam penelitian ini yaitu para pelaku wirausaha di Desa Pasarean, Desa Pamijahan, dan Desa Gunung Sari. Adanya covid-19



mengakibatkan persaingan pemasaran *online* semakin ketat, sehingga ini merupakan kendala bagi para pelaku wirausaha di Desa Pasarean, Desa Pamijahan, dan Desa Gunung Sari.

Mahalnya Biaya Operasional dan Bahan Baku

Sepanjang adanya covid-19 harga bahan baku melonjak tinggi, mahalnya biaya operasional dan bahan baku dapat mempengaruhi daya beli masyarakat atau konsumen. Sehingga mengurangi pembelian konsumen. Hal tersebut disampaikan oleh partisipan dalam penelitian ini yaitu para pelaku wirausaha di Desa Pasarean, Desa Pamijahan, dan Desa Gunung Sari. Dengan adanya kenaikan biaya operasional dan bahan baku, mempengaruhi harga jual yang dipasarkan oleh para pelaku wirausaha, yang dapat mengakibatkan semakin berkurangnya minat konsumen. Sehingga ini merupakan kendala bagi para pelaku wirausaha di Desa Pasarean, Desa Pamijahan, dan Desa Gunung Sari.

Laporan Keuangan Semakin Menurun

Adanya ketiga kendala di atas, tentu mempengaruhi laporan keuangan yang juga ikut menurun, dikarenakan pendapatan berkurang yang dapat menyebabkan kebangkrutan dalam berwirausaha. Sehingga ini merupakan kendala bagi seorang wirausaha, dimana dapat menyebabkan kekurangan modal atau tidak mendapatkan keuntungan (pemasukan). Hal tersebut merupakan adanya dampak covid-19 yang mengakibatkan penjualan mengalami penurunan pendapatan yang sangat drastis yang diakibatkan kurangnya konsumen, karena disisi lain meskipun penjualan secara *online* belum dapat mengimbangi penjualan sebelum adanya covid-19, dimana terdapat penurunan dalam arus kas.

Kelebihan dan Kekurangan Pemasaran *Online*

Hasil analisis wawancara meminta pendapat para pelaku wirausaha yang memanfaatkan *smartphone* sebagai media pemasaran *online* pada masa covid-19 di Desa Pasarean, Desa Pamijahan, dan Desa Gunung Sari, untuk menanggapi kelebihan dan kekurangan pemasaran *online*. Menurut para pelaku wirausaha terdapat beberapa kelebihan yang dirasakan dalam memasarkan produk secara *online* diantaranya, yaitu jangkauan pemasaran lebih luas tanpa berinteraksi secara langsung; waktu yang digunakan sangat produktif dengan kondisi covid-19 tetap dapat berwirausaha dengan menjaga kesehatan dan tetap mendapatkan penghasilan; mengurangi pengeluaran salah satunya untuk sewa tempat.

Sedangkan kekurangan yang dirasakan dalam memasarkan produk secara *online* diantaranya, yaitu minat konsumen menurun yang dapat menyebabkan penghasilan para wirausaha menurun; persaingan lebih ketat karena banyaknya pesaing baru; kredibilitas diragukan yang mengakibatkan adanya komplain dari konsumen.

Solusi yang bisa dilakukan dalam menghadapi kendala maupun kekurangan metode pemasaran *online* di masa covid-19 bagi para pelaku wirausaha di Desa Pasarean, Desa Pamijahan, dan Desa Gunung Sari adalah mengatasi laporan keuangan yang semakin menurun dengan memperbaiki arus kas. Langkah pertama yang perlu diambil adalah evaluasi bisnis, apakah harga terlalu mahal atau target pemasaran yang kurang tepat; menekan pengeluaran semaksimal mungkin; serta mengurangi penumpukan stok barang.



Dan bagi para wirausaha di Desa Pasarean, Desa Pamijahan, dan Desa Gunung Sari untuk terus menjaga profesionalisme dalam melayani dan memenuhi kebutuhan konsumen, serta tetap konsisten dalam melaksanakan niat mulianya.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian analisis *maqashid syariah* pemanfaatan *smartphone* sebagai media pemasaran *online* pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Analisis *Maqashid Syariah* terhadap pemanfaatan *smartphone* sebagai media pemasaran *online* bagi para pelaku wirausaha di Desa Pasarean, Desa Pamijahan, dan Desa Gunung Sari pada masa Covid-19, termasuk ke dalam kategori sangat sesuai dengan rata-rata persentase sebesar **92%**.
- 2) Terdapat kendala yang dihadapi para pelaku wirausaha yang memanfaatkan *smartphone* sebagai media pemasaran *online* pada masa covid-19 di Desa Pasarean, Desa Pamijahan, dan Desa Gunung Sari. Kendala-kendala tersebut diantaranya, yaitu: covid-19 menyebabkan turunnya perekonomian masyarakat yang mengakibatkan minat beli konsumen juga ikut berkurang, dikarenakan masyarakat lebih mendahulukan atau mementingkan pembelian kebutuhan pokok sehari-hari; banyaknya pesaing baru; mahal nya biaya operasional dan bahan baku; adanya covid-19 laporan keuangan atau pendapatan wirausaha semakin menurun, ini merupakan ancaman bagi para pelaku wirausaha.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Kariim

- Ajimat , Sunarsi, D., & Pambudi , F. S. (2020, November). Berwirausaha Memanfaatkan Media Sosial Pada Daerah Sepatan. (Ajimat, D. Sunarsi, & F. S. Pambudi , Eds.) adi pengabdian kepada masyarakat, Vol.1.
- Aprilianty, E. (2012). Pengaruh kepribadian wirausaha, pengetahuan kewirausahaan, dan lingkungan terhadap minat berwirausaha siswa SMK.
- Aziz, M. R., Haq, D., Meilani, & Zahroh, A. S. (2020). Upaya meningkatkan motivasi berwirausaha yang berbasis online pada masyarakat desa tanjakan.
- Beta, N. (2019). Pengaruh pemesaran online terhadap keputusan pembelian keripik dangke.
- Cahya, D. A., Aqdella, A. F., Jannah, Z. A., & Setyawati, H. (2021). Memanfaatkan Marketplace Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Penjualan Di Tengah Pandemi Covid-19. 505-506.
- Gultom, W. A., & Putriani, A. D. (2020). Pelatihan Kewirausahaan Strategi Meningkatkan Penjualan Online Di Masa Covid-19 Melalui Sosial Media Bagi UMKM di Kabupaten Lahat.
- Herlina, V., & Zam, Z. E. (2022). Pemanfaatan Smartphone Sebagai Sarana Promosi Batik Incung, Jambi.
- Isni, N. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing Untuk Business Online Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Palopo.



- Kurnia, A., & Asiah, N. (2021). Integrasi Strategi Pemasaran Online dan Operasional Bisnis Komunitas Wanita Wirausaha Dalam Meningkatkan Inovasi Produk.
- Mafiroh, A. (2018). Tinjauan Fiqh Muamalah Terhadap Transaksi Jual Beli Online Dengan Sistem Rekening Bersama.
- Mahliza, I., Husein, A., & Gunawan, T. (2020). analisis strategi pemasaran online. vol.1, no.3, 253.
- Mandias, F. G. (2017). Analisis pengaruh pemanfaatan smartphone terhadap prestasi akademik mahasiswa fakultas ilmu komputer universitas klabat.
- Miranda, S. R. (2018). Pemanfaatan Smartphone Dalam Meningkatkan Kinerja Jurnalis Kampus (Studi pada unit kegiatan pers mahasiswa sumberpost).
- Mohamad, R., & Rahim, E. (2021, April). Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) dalam Perspektif Syariah. Jurnal Ekonomi Syariah IAIN Sultan Amai Gorontalo.
- Nasution, D. A., Erlina, & Muda, I. (2020, Juli). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Perekonomian Indonesia. Jurnal Benefita.
- Novia, C., Hendriana, F. M., Vionata, F. A., Ida, I. A., Damaiyanti, I. C., Maula, I., et al. (2021, September-Desember). PKM Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana promosi bagi UKM kripik singkong gazal makmur didesa kotaanyar pada masa new normal. Journal of Community Engagement, Vol.2.
- nurani, & widhajati. (2019). strategi pemasaran online terhadap peningkatan penjualan umkm di plut kumkm tulungagung. jurnal benefit, vol.6.
- Nurhikmah. (2020). Pengaruh penggunaan smartphone terhadap interaksi sosial murid kelas tinggi mis rembon kecamatan rembon kabupaten tana toraja.
- Nuriawati. (2021). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Pemasaran dalam Bisnis Syariah. Jurnal Ekonomi Islam.
- Nurlita, R. (2018). pemanfaatan instagram sebagai media pemasaran online pada mata kuliah kewirausahaan.
- pertama, e. g., harpito, kusumanto, i., & zulmiriyanto. (2018). analisis pengaruh smartphone (gadget) terhadap peningkatan prestasi akademik mahasiswa sains dan teknologi. media ilmiah teknik industri, vol.17.
- Puspitasari, D. (2022). Analisis pengembangan kewirausahaan dalam menghadapi revolusi industri 4.0 menurut perspektif ekonomi islam (Studi pada pelaku usaha keripik pisang di jalan pagar alam kota bandar lampung).
- Putri, M. C. (2018). Pengaruh Promosi Online dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.
- Putri, R. N. (2020, Juli). Indonesia dalam Menghadapi Pandemi Covid-19. Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi.
- Rahayu, S., Irvan, A. P., Anggraini, S., Wulandari, R., Evanita, S., & Friyatmi. (2021). Kajian Tentang Pemasaran Online Untuk Meningkatkan Penjualan di Anne Kamper's Pariaman.
- Rahima, I., Junaedi, D., & Evinovita. (2021). Strategi Pemasaran Online Pada Masa Pandemi Covid-19 Dalam Penerimaan Peserta Didik di SMK Al Hafidz Leuwiliang.
- Sahara, S.Pd.,M.Pd.E. (2021, agustus). pemanfaatan smartphone dalam menerapkan marketing 4.0 berdasarkan teori difusi inovasi. 9 no.2, 159.
- Shidiq, G. (n.d.). Teori Maqashid al-syariah dalam hukum islam , 119-120.



- Shoss, M., Horan, K., Distaso, M., LeNoble, C., & Naranjo, A. (2021). The Conflicting Impact of COVID-19's Health and Economic Crises on Helping. *journals.sagepub*.
- Sobry, M. (2017, oktober). peran smartphome terhadap pertumbuhan dan perkembangan anak. *jurnal penelitian guru indonesia*, vol.2, 24.
- Sudirwo, Nurriqli, A., & Risanta, M. (2021). Pemanfaatan Instagram Bagi Pengembangan Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Banjarbaru.
- Sugiyono, P. D. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Syafira, I. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Online Pada Busana Muslim Siva di Sidoarjo.
- Udayani, S. N. (2021). Edukasi Pemanfaatan Internet Untuk Wirausaha Online di Lembaga Pemasarakatan Sebagai Strategi Penyaluran Keterampilan Narapidana di Tengah Pandemi Covid-19.
- wahyujatmiko, s., & hadi, i. y. (2018, oktober). manajemen pemasaran online makaroni huhhah yogyakarta. *jurnal bisnis teori implementasi*, vol.9.
- Wahyuni, N. (2022). Penggunaan Sosial Media Dalam Usaha Jual Beli Berbasis Online Perspektif Islam .
- Widayanti, R. E., & Oktafia, R. (2021, mei). strategi pemasaran berbasis online pada produk badan usaha milik desa (bumdes) "sukses bersama" desa sugihwars kabupaten sidoarjo. *islamic banking anf finance*, Vol.4, 243.

