

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan dunia saat ini di gemparkan dengan adanya virus *Corona*, virus ini sangat cepat menyebar ke berbagai negara. Sampai saat ini ada 188 negara yang terkonfirmasi positif *Corona*. Menurut penjelasan *World Health Organization (WHO)* *Coronaviruses (Cov)* adalah virus yang menginfeksi sistem pernapasan. Infeksi virus ini disebut COVID-19. Virus *Corona* menyebabkan penyakit flu biasa sampai penyakit yang lebih parah seperti Sindrom Pernafasan Timur Tengah (MERS-CoV) dan Sindrom Pernafasan Akut Parah (SARS-CoV). Virus Corona adalah zoonotic yang artinya ditularkan antara hewan dan manusia. Berdasarkan Kementerian Kesehatan Indonesia, kasus COVID-19 berasal dari Wuhan, China pada tanggal 30 Desember 2019 ketika *Wuhan Municipal Health Committee* menyatakan “*urgent notice on treatment of pneumonia of unknown cause*” (Silpa, 2020. Hlm 147).

Merebaknya pandemi *COVID-19* sangat terasa dampaknya di berbagai negara begitupun di Indonesia, hampir di seluruh provinsi mengalami perubahan yang cukup signifikan disebabkan wabah ini. Wabah ini sangat berdampak terhadap perekonomian di Indonesia, Menteri Keuangan RI Sri Mulyani Indrawati menyebutkan ada empat sektor yang paling tertekan akibat

wabah ini yaitu rumah tangga, UMKM, korporasi, dan sektor keuangan. Pertumbuhan ekonomi pun diprediksi akan mengalami kontraksi (Republika.co.id).

Menurut Data Kementerian Ketenagakerjaan perusahaan atau UMKM di Indonesia yang terimbas pandemi Covid-19 sekitar 96,5%, secara terperinci ada 57,1% pendapatannya menurun akibat pandemi Covid-19, sekitar 39,4% perusahaan berhenti beroperasi, hanya 1% perusahaan yang menyatakan pendapatannya meningkat selama pandemi, dan sekitar 2,5% perusahaan menyatakan tidak terimbas pandemi Covid-19. Hasil survei indikator politik terdapat empat masalah utama yang di hadapi oleh pengusaha di tengah pandemi ini, yaitu: lesunya ekonomi baik secara nasional ataupun global, kesulitan dalam mendapatkan orderan atau proyek karena berkurangnya permintaan, biaya operasional yang mahal, dan kesulitan mendapatkan bahan baku mentah.

Masalah-masalah di atas semakin meluas dengan adanya kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dari pemerintah pusat yang diterapkan ke beberapa wilayah di Indonesia, hal ini merujuk pada Peraturan Menteri Kesehatan RI NO. 9/2020 tentang Pedoman PSBB dalam rangka percepatan *Corona Virus Disease 2019* (COVID-19), kebijakan PSBB adalah pembatasan kegiatan tertentu dalam suatu wilayah yang diduga terinfeksi COVID-19, pelaksanaan tersebut meliputi peliburan sekolah dan tempat kerja,

pembatasan kegiatan keagamaan, kegiatan di tempat atau fasilitas umum, kegiatan sosial dan budaya, moda transportasi, dan pembatasan lainnya yang terkait aspek pertahanan dan keamanan (Aknolt, 2020. Hlm 2)

Dalam menjalani kehidupan manusia akan selalu diterpa cobaan atau ujian hidup, untuk menguji kualitas keimanan dan bagaimana karakter atau sikap kita dalam menghadapinya.

Firman Allah dalam Al-Qur'an surah Al-Baqarah

وَلَنَبْلُوَنَّكُمْ بِشَيْءٍ مِّنَ الْخَوْفِ وَالْجُوعِ وَنَقْصٍ مِّنَ الْأَمْوَالِ وَالْأَنْفُسِ وَالثَّمَرَاتِ
وَبَشِيرِ الصَّابِرِينَ ﴿١٥٥﴾

Artinya: “Dan sungguh akan kami berikan cobaan kepadamu, dengan sedikit ketakutan, kelaparan, kekurangan harta, jiwa, dan buah-buahan. Dan kabarkanlah berita gembira kepada orang-orang yang sabar”. (Q.S Al-Baqarah: 155)

Dengan demikian berdasarkan ayat diatas, bahwa wabah Covid-19 ini merupakan ujian yang memberikan kekuatan dan meningkatkan kualitas diri kita apabila kita bisa memetik hikmah dibalik peristiwa ini, setiap ujian atau musibah yang kita dapatkan bukan untuk melemahkan justru sebagai alat untuk menguatkan daya tahan serta kualitas dari karakter si pengusaha. Dengan kesabaran akan memunculkan sikap optimisme, sehingga segala kesedihan yang menimpa akibat pandemi ini akan dapat di atasi, karena hakikat sabar adalah kemampuan jiwa untuk menghimpun potensi diri guna

mencari jalan keluar untuk menghadapi musibah dan tidak hanya berkeluh kesah.

Seorang pengusaha adalah orang yang mampu mengelola sesuatu yang ada di dalam dirinya untuk bisa dimanfaatkan dan digunakan secara optimal sehingga dapat meningkatkan taraf kehidupan, Menurut Richard Cantillon (dalam buku Ciputra, hlm 26) wirausaha atau pengusaha adalah seseorang yang membayar harga tertentu untuk produk tertentu, kemudian dijual lagi dengan harga yang tidak tentu sambil membuat keputusan untuk bisa mencapai dan memanfaatkan sumber daya serta menerima resiko. dalam hal ini seorang pengusaha harus bisa mempertahankan usahanya di tengah pandemi saat ini. Menurut Zimmerer seorang wirausaha atau pengusaha adalah proses penerapan inovasi dan kreativitas dalam memecahkan permasalahan dan menemukan berbagai macam solusi agar kehidupan usaha bisa diperbaiki dan berjalan lebih lancar dari sebelumnya.

Firman Allah dalam Al-Qur'an surah Ash-Sarh

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

Artinya: “*Sesungguhnya beserta kesulitan itu ada kemudahan*”. (Q.S

Ash-Sarh: 5)

Dapat dikatakan bahwa bagi pengusaha yang ingin mempertahankan usahanya di tengah krisis ini adalah melakukan inovasi dengan menemukan

berbagai macam solusi, salah satunya adalah melakukan promosi dengan memanfaatkan media elektronik atau internet. Internet merupakan salah satu kemajuan teknologi yang memberikan manfaat kemudahan dalam berkomunikasi dan seiring perkembangan teknologi internet mampu menjadi poin krusial dalam mendukung aktivitas manusia termasuk aktivitas bisnis. Kemajuan teknologi berbasis digital ini tidak dapat dihindari, bahkan menurut pakar pemasaran mengungkapkan jika ingin bertahan para pelaku usaha harus mampu memaksimalkan manfaat teknologi internet untuk bisa menjalankan wirausaha, karena menurut Chafey keuntungan dalam berberusaha menggunakan internet adalah mengoptimalkan penjangingan konsumen. Untuk dapat menjanging pangsa pasar dan konsumen sudah seharusnya pelaku usaha memahami peranan media online dalam situasi saat ini. Adapun *platform* yang banyak di minati oleh masyarakat luas berupa media sosial (Husni dan Farida, 2020. Hlm 3).

Media sosial adalah sebuah wadah untuk melakukan interaksi sosial antar manusia dengan bertukar atau berbagi informasi berbasiskan internet tanpa terhalang oleh jarak dan waktu (Feri Surianta, 2015. Hlm 5). Tidak dapat dipungkiri aktifitas kehidupan saat ini sangat dipengaruhi oleh media sosial. Media sosial dikenal oleh berbagai kalangan dari anak-anak hingga orang tua, dengan penggunaan yang berbeda-beda. Penggunaan internet setiap tahunnya terus meningkat, karena tuntunan zaman yang mengharuskan

menggunakan internet, seperti bersilaturahmi dari jarak jauh, belajar, mengupdate informasi, juga semakin banyak usaha yang telah di rintis melalui media sosial.

Berdasarkan data *we are social* sebuah *agensi digital marketing* di Amerika menyebutkan bahwa *platform* media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia per Januari 2018, posisi pertama adalah Youtube sebanyak 49% dan Facebook menempati posisi kedua sebanyak 48%, selanjutnya Instagram 39%, Twitter 38%, Whatsapp 38% dan Google 36%. Facebook salah satu media yang merupakan aplikasi yang banyak di gemari dari remaja, dewasa, hingga orang tua. Menurut Sri Widowati, *country had* facebook Indonesia, mengungkapkan bahwa pengguna *platform* media sosial Facebook di Indonesia membuka laman facebook pribadi mereka rata-rata sebanyak 80 kali dalam sehari (Utomo, 2016. Hlm 4).

Facebook merupakan media sosial yang populer, meskipun Facebook diciptakan cukup lama pada 2004 silam oleh Mark zuckebergh, namun Facebook mampu menunjukkan eksistensinya hingga sekarang. Hal ini didukung dari kemampuan Facebook dalam mengakuisisi Instagram dan WhatsApps, meski begitu Media Sosial Facebook juga memiliki beberapa keunggulan dibandingkan media sosial lainnya, yaitu:

1. Iklan

Facebook menawarkan fitur iklan secara gratis juga berbayar, facebook mematok biaya iklan relative lebih murah jika dibandingkan dengan media sosial lainnya seperti youtube dan instagram. Youtube menawarkan biaya iklan perhari di mulai dari Rp. 28.000/hari tergantung dari per klik iklan dan *range* yang dicapai, Instagram mematok biaya iklan perhari di mulai dari Rp. 25.000/hari dengan jumlah *range* 130-340. Facebook menawarkan biaya iklan dengan harga 14.000/hari dengan jumlah *range* 4,5 ribu-13,1 ribu.

2. Fitur

Facebook menawarkan beragam fitur untuk mendukung usaha seseorang untuk memberikan kenyamanan bagi para penggunanya. Jika Youtube memiliki fitur berupa video untuk pengiklanan usaha juga youtuber yang akan mempromosikan usahanya, maka konten yang dibuat harus semenarik mungkin, jika tidak menarik akan membosankan hingga di *skip* dan resolusi gambar dapat dipilih sehingga sapat mengurangi kualitas video yang ditonton. Jika instagram memiliki fitur berupa postingan video dan foto dan ads untuk pengiklanan juga menggunakan selebgram, namun dalam hal promosi harus dibuat semenarik mungkin. Sedangkan Facebook tidak hanya memiliki ads untuk mendukung usaha seseorang, tetapi juga menawarkan fitur

lainnya yang mudah dipahami seperti *marketplace*, *group*, *fan page*, *community* yang mana dalam iklan tersebut dapat dibagikan ke berbagai grup dan komunitas yang sama agar mendapatkan profit. Facebook pun menawarkan fitur album yang bisa mengelompokkan jenis usaha dagang/jasa kita. Facebook juga memberikan pengaturan privasi yang baik bagi pengguna, apapun informasi dan segala sesuatu postingan kita bisa atur siapa saja yang bisa melihat (Drastian, 2015. Hlm 23).

3. Kemudahan penggunaan

Facebook memberikan kemudahan bagi para penggunanya meskipun facebook menawarkan berbagai macam fitur yang membuat para pengguna tidak bosan, juga mudah dipahami. Jika Youtube memberikan kemudahan dalam pengguna, namun Youtube cukup ribet dalam ajang promosi, dikarenakan harus membuat konten yang lebih menarik agar menarik minat penonton. Selain itu Facebook juga memiliki banyak pengguna yang terbiasa menggunakan akun media sosial facebook, sehingga orang-orang tau apa saja yang harus dilakukan di Facebook.

4. Usia pengguna

Facebook memiliki banyak pengguna dari berbagai kalangan usia, baik dari anak kecil, remaja, juga orang tua. Dibandingkan

Media sosial lainnya, Facebook dianggap telah populer sejak lama, sehingga para usia tua lebih nyaman menggunakan facebook karena sudah terbiasa (RefaktorThemes, 2021)

Facebook adalah salah satu platform yang populer dan praktis. Facebook merupakan pilihan yang tepat untuk pengusaha memasarkan produknya, hal ini dikarenakan beberapa kelebihan yang ditawarkan oleh facebook kepada pengusaha seperti marketplace, fans page, komunitas, grup, layanan iklan berbayar yang dapat memberikan kemudahan bagi pepengusaha dengan fitur yang mudah dipahami serta praktis dalam mempromosikan usaha dagangannya dibandingkan jejaring sosial lainnya. Facebook pun menawarkan fitur album yang bisa mengelompokkan jenis usaha dagang/jasa kita. Facebook juga memberikan pengaturan privasi yang baik bagi pengguna, apapun informasi dan segala sesuatu postingan kita bisa atur siapa saja yang bisa melihat (Drastian, 2015. Hlm 23).

Berdasarkan pernyataan yang di kemukakan tersebut mengindikasikan bahwa Facebook memberikan beberapa kelebihan kepada para penggunanya selain fitur yang mudah dipahami, praktis, dan gratis, Facebook juga merupakan pilihan yang tepat untuk menjadi media promosi dalam memulai usaha selain biaya nya murah juga informasi nya pun cepat menyebar.

Pemerintah mengumumkan Banjarmasin masuk 10 besar daerah dengan kasus COVID-19 tertinggi pada 6 April 2020, hal ini membuat Pemerintah Kota Banjarmasin memutuskan untuk melaksanakan PSBB sesuai anjuran Pemerintah pusat demi mencegah penyebaran virus COVID-19. Warga Banjarmasin terpaksa mengurangi kegiatan usaha guna memenuhi peraturan pemerintah, semua kegiatan sekolah serta kegiatan usaha dilaksanakan secara daring. Hal ini membuat pengusaha/ wirausaha di Banjarmasin memutuskan untuk tidak bermelakukan kegiatan usaha secara offline saja namun juga secara online untuk menyesuaikan kondisi pandemi saat ini, dengan memanfaatkan media Facebook untuk melakukan kegiatan usaha dengan berbagai fitur Facebook yang memberikan kemudahan.

Permintaan Pangan Naik

Statqo Analytics melakukan analisis *big data* terhadap perkembangan dampak selama pandemi Covid-19. Selama masa pakebluk, penggunaan aplikasi jual-beli kebutuhan pokok dalam jaringan (*online*) meningkat tajam.

Jumlah Kunjungan Bulanan E-Commerce Aplikasi (2019)

E-Commerce	Triwulan III	Triwulan IV
Shopee	55.964.700	72.973.300
Tokopedia	65.953.400	67.900.000
Bukalapak	42.874.100	39.263.300
Lazada	27.995.900	28.383.300
Blibli	21.395.600	26.863.300
Zalora	2.804.100	2.926.300
JD ID	5.524.000	13.539.300
Sociolla	3.988.300	2.704.300
AliExpress	2.251.600	1.791.300
Sorabel	106.300	2.840.000

• Pengguna Aktif Aplikasi Kebutuhan Pokok

Aplikasi	6 Maret	13 Maret	19 Maret	26 Maret
Sayurbox	12.017	11.062	12.924	14.290
Tanihub	5.745	4.952	5.132	7.097
Happyfresh	1.701	1.671	2.250	2.921

• Pengguna Aktif Aplikasi E-Commerce (dalam juta)

Aplikasi	28 Februari	6 Maret	13 Maret	19 Maret	26 Maret
Shopee	16,80	17,58	17,42	17,76	16,27
Tokopedia	15,96	16,18	16,71	15,61	16,07
Bukalapak	8,91	8,68	8,66	8,05	7,24
Lazada	5,40	5,55	5,60	5,21	6,7
Blibli	3,51	3,60	3,80	3,69	3,97

Sumber: Statqo Analytics

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa permintaan barang dan jasa melalui online meningkat. Ini bukanlah hal yang mengejutkan mengingat di

masa sekarang ini masyarakat mengurangi aktivitas diluar rumah, dengan kecanggihan teknologi smartphone segalanya menjadi mudah, kerja lewat online, sekolah lewat online, hal apapun bisa dipermudah lewat daring atau media sosial.

Dari paparan latar belakang tersebut, penulis akhirnya tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pemanfaatan Media Facebook oleh Pengusaha di Banjarmasin di Masa Pandemi Covid-19”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pemanfaatan media Facebook oleh pengusaha di Banjarmasin di Masa Pandemi Covid-19
2. Apakah setelah memanfaatkan media Facebook oleh pengusaha di Banjarmasin di masa pandemi Covid-19 ini mengalami peningkatan atau sebaliknya

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pemanfaatan media Facebook oleh pengusaha di Banjarmasin di masa pandemi Covid-19.
2. Untuk mengetahui setelah pemanfaatan media Facebook oleh pengusaha di Banjarmasin di masa pandemi Covid-19 mengalami peningkatan atau sebaliknya.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

a. Manfaat Akademis

Penelitian yang berjudul “Pemanfaatan Media *Facebook* oleh pengusaha di Banjarmasin di masa pandemi Covid-19” ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu ekonomi syariah khususnya di bidang ilmu mengenai pengusaha/wirausaha.

b. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan contoh dan memperluas wawasan bagi pengembangan usaha khususnya bagi mahasiswa atau masyarakat yang tertarik dengan topik penelitian ini.

Penelitian ini juga mencoba untuk mengungkap dan memahami bagaimana pemanfaatan media facebook oleh pengusaha di Banjarmasin di masa pandemi Covid-19 dan apakah setelah memanfaatkan media Facebook oleh pengusaha di Bajarmasin di masa pandemi Covid-19 mengalami peningkatan atau sebaliknya.

c. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi mahasiswa atau masyarakat yang ingin mempelajari lebih lanjut mengenai

pemanfaatan media facebook oleh pengusaha di Banjarmasin di masa pandemi Covid-19.

E. Definisi operasional

Untuk memudahkan pemahaman judul skripsi ini dan menghindari terjadi kesalahpahaman dan kekeliruan dalam menginterpretasi judul suatu permasalahan yang akan diteliti, maka perlu adanya batasan istilah sebagai berikut:

- a. Pemanfaatan menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) berasal dari kata manfaat yang berarti guna atau faedah dengan proses memanfaatkan. Pemanfaatan yang peneliti maksud adalah pemanfaatan media *facebook* oleh pengusaha di Banjarmasin di masa pandemi Covid-19.
- b. Usaha atau kewirausahaan biasa disebut sebagai *entrepreneurship* dari bahasa Prancis berasal dari kalimat *entreprenant* yang berarti giat, mau berusaha, memiliki keberanian, suka berpetualang. Menurut Richard Cantillon (dalam buku Ciputra. Hlm 26) *entrepreneur* adalah seseorang yang membayar harga tertentu untuk produk tertentu, kemudian dijual lagi dengan harga yang tidak tentu sambil membuat keputusan untuk bisa mencapai dan memanfaatkan sumber daya serta menerima resiko. Jadi

yang penulis maksud dalam penelitian ini adalah seorang pengusaha atau wirausahawan yang berdagang dengan giat.

- c. Masyarakat menurut KBBI adalah sekumpulan orang yang hidup bersama dalam suatu wilayah tertentu dengan peraturan tertentu (KBBI) masyarakat yang penulis maksud disini adalah masyarakat kota Banjarmasin.
- d. Media sosial menurut Grant Kennedy adalah suatu media yang memberi pengguna kesempatan untuk membuat profil, berbagi dan mempromosikan konten, informasi dan usaha (Grant, 2015. Hlm 2).
- e. *Facebook* merupakan salah satu media sosial *online* dengan penggunaan yang gratis, serta fitur-fitur yang mudah dipahami dan dapat menjangkau informasi ke berbagai lapisan. Menurut Merry Riana (Dandi, 2019. Hlm 942) Facebook salah satu fenomena yang tak hanya di manfaatkan untuk berkomunikasi dan menjalin relasi, namun juga menjadi sarana dalam melakukan promosi baik beruoa barang maupun jasa.
- f. Pandemi menurut WHO adalah suatu wabah penyakit global, yang diukur melalui tingkat penularannya yang tinggi. Wabah penyakit ini dinamakan virus Corona atau COVID-19. COVID-19 ini menyebabkan penyakit flu parah dan pernafasan akut. Indonesia menyatakan pandemi ini pada bulan Maret 2020. Jadi pandemi yang penulis maksud adalah virus Corona,

yang memiliki ciri-ciri seperti penyakit flu, dan pernafasan akut, dalam penelitian ini peneliti membatasi waktu penelitian yang di laksanakan pada 12 April 2020 hingga bulan Desember 2020.

F. Penelitian Terdahulu

Putra al-Aziz Andika (1301150205) tahun (2017), yang berjudul Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi pada pedagang pakaian di pasar sudimampir Banjarmasin. Penelitian ini menggunakan merupakan penelitian lapangan yang bersifat *deskriptif kualitatif*. Hasil penelitian tersebut menerangkan bahwa pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi oleh pedagang pakaian di pasar sudimampir memberikan dampak positif yakni penjualan mereka mengalami peningkatan yang cukup baik, sesuai dengan fungsinya media sosial dapat meningkatkan penjualan.

Drastian Enggar Aditya (2015) Hubungan Penggunaan Media Sosial Online *Facebook* dengan Motivasi Berwirausaha Siswa SMK Mataram Semarang. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear sederhana. Hasil penelitian tersebut menerangkan adanya hubungan yang positif dan signifikan antar penggunaan media sosial online *Facebook* dengan motivasi berwirausaha siswa kelas X SMK Mataram-Semarang.

Hawik Ervina Indoworo (2016) Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Melalui Peran Sosial Media. Penelitian ini menggunakan metode literatur. Berdasarkan

profil demografis Indonesia dari hasil penelitian ini, pengguna internet dapat diketahui sebagai berikut:

1. Pengguna internet berdasarkan jenis kelamin yaitu, laki-laki sebesar (49%), dan perempuan sebesar (51%).
2. Mayoritas penggunaan internet di Indonesia berusia 18-25 th sekitar (49%).
3. Mayoritas pengguna internet di Indonesia bekerja sebagai Karyawan dan wirausahawan.
4. Mayoritas pengguna internet dari sektor perdagangan dan jasa.

Ada 3 alasan mengakses internet yang dipraktekkan melalui 4 kegiatan, yaitu: 1) ada sekitar (87%) pengguna jejaring sosial 2) ada sekitar (69%) internet dilakukan untuk mencari informasi, 3) ada sekitar (60%) pengguna internet untuk instant messaging, 4) pengguna internet untuk mencari berita terbaru sebanyak (60%).

Prasetyo Wahyu Utomo (2017) Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Lingkungan Keluarga Terhadap Kreativitas Berwirausaha Siswa Kelas XI Jurusan Pemasaran SMK Muhammadiyah 1 Wonosobo. (Universitas Muhammadiyah Purworejo) Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif. Hasil penelitian tersebut menerangkan bahwa Media sosial dan

lingkungan keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kreativitas siswa kelas XI Jurusan Pemasaran SMK Muhammadiyah 1 Wonosobo.

Wawan Triyono (2018) *Explorasi Motivasi Social Entrepreneurship pada Pengusaha Muslim*. (IAIN Surakarta) Penelitian ini di lakukan pada pengusaha muslim di Solo Raya dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif. Hasil penelitian tersebut menerangkan motivasi *social entrepreneurship* pada pengusaha muslim ada 2: 1) Motivasi Intrinsik, dan 2) motivasi ekstrinsik.

Tabel 1.1

Penelitian-Penelitian Terdahulu

No	Judul	Temuan Penelitian Terdahulu	Persamaan	Perbedaan
1	Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi pada pedagang pakaian di pasar	Hasil penelitian ini menerangkan bahwa pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi oleh pedagang pakaian di pasar sudimampir memberikan dampak positive yakni	Menggunakan metode kualitatif dengan subjek pemanfaatan media sosial.	Penelitian ini yang menjadi pembeda adalah peneliti membahas media sosial

	sudimampir Banjarmasin.	penjualan mereka mengalami peningkatan yang cukup baik, sesuai dengan fungsinya yakni media sosial dapat meningkatkan penjualan.		yang lebih terfokus pada media facebook.
2	Hubungan penggunaan Media Sosial Online facebook dengan motivasi berwirausaha siswa SMK Mataram Semarang	Hasil penelitian ini menerangkan adanya hubungan positif dan signifikan antar pengguna media sosial online facebook dengan motivasi berwirausaha siswa kelas X SMK Mataram-Semarang.	Pada penelitian ini yang menjadi persamaannya yaitu menjadikan facebook sebagai subjek penelitian	Pada penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah pengusaha yang memanfaatkan Facebook di masa pandemi Covid-19
3	Menumbuhkan jiwa wirausaha	Berdasarkan profil demografis	Dalam penelitian ini	Dalam penelitian ini

	melalui peran media sosial	<p>Indonesia dari hasil penelitian ini, pengguna internet dapat diketahui sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengguna internet berdasarkan jenis kelamin yaitu, laki-laki sebesar (49%), dan perempuan sebesar (51%). 2. Mayoritas penggunaan internet di Indonesia berusia 18-25 th sekitar 	membahas media sosial	peneliti membahas pemanfaatan media facebook, menjadikan pengusaha sebagai objek penelitian yang akan diteliti.
--	----------------------------	--	-----------------------	---

		<p>(49%).</p> <p>3. Mayoritas pengguna internet di Indonesia bekerja sebagai Karyawan dan wirausahawan.</p> <p>4. Mayoritas pengguna internet dari sektor perdagangan dan jasa.</p> <p>Ada 3 alasan mengakses internet yang dipraktekkan melalui 4 kegiatan,</p>		
--	--	--	--	--

		<p>yaitu: 1) ada sekitar (87%) pengguna jejaring sosial 2) ada sekitar (69%) internet dilakukan untuk mencari informasi, 3) ada sekitar (60%) pengguna internet untuk instant messaging, 4) pengguna internet untuk mencari berita terbaru sebanyak (60%).</p>		
4	Pengaruh penggunaan media sosial	Hasil penelitian tersebut menerangkan bahwa Media sosial dan lingkungan	Dalam penelitian ini membahas	Penelitian ini menggunakan analisis

	<p>dan lingkungan keluarga</p>	<p>keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kreativitas siswa kelas XI Jurusan Pemasaran SMK Muhammadiyah 1 Wonosobo.</p>	<p>Media Sosial</p>	<p>kuantitatif deskriptif, dan penelitian tersebut terfokus pada pengguna media sosial, dan lingkungan keluarga pada penumbuhan jiwa entrepreneur. Sedangkan penelitian peneliti terfokus pada pengusaha yang memanfaatkan media</p>
--	--------------------------------	---	---------------------	--

				facebook di masa pandemi.
5	Wawan Triyono (2018) Explorasi Motivasi <i>Social Entrepreneurs hip</i> pada Pengusaha Muslim.	Hasil penelitian tersebut menerangkan motivasi <i>social entrepreneurship</i> pada pengusaha muslim ada 2: 1) Motivasi Intrinsik, dan 2) motivasi ekstrinsik	Persamaan dalam penelitian ini ialah membahas tentang <i>entrepreneurs hip</i> pada pengusaha dengan jenis pendekatan penelitian kualitatif deskriptif	Perbedaannya , pada penelitian saya membahas tentang pemanfaatan media facebook oleh pengusaha di masa pandemi Covid-19, yaitu untuk berberwirausa ha

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan menjelaskan tahapan-tahapan penulisan laporan hasil penelitian. Proposal skripsi ini terdiri dari tiga bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan secara singkat kenapa penulis memilih judul penelitian, didalamnya penulis menguraikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, rujukan skripsi terdahulu, dan sistematika pembahasan

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini, penulis membahas landasan teori tentang *entrepreneur* atau pengusaha, karakter pengusaha, media sosial facebook.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini membahas tentang wilayah dan waktu penelitian, jenis dan pendekatan penelitian, populasi dan sampel serta analisis data.