

**DAMPAK APLIKASI BORNEO LINK FITUR BRO-*FOOD*
PADA BAITUL MAL WA TAMWIL UNIT 071 SAMPIT**

SKRIPSI

Disusun untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Disusun Oleh:

ENI RAHMAWATI

NIM : 1604110071

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALANGKA RAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI ISLAM
PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARI'AH
TAHUN 2021**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul **Dampak Aplikasi Borneo Link Fitur Bro-Food
Pada Baitul Mal Wa Tamwil Unit 071 Sampit**

Nama Eni Rahmawati

Nim 160 411 0071

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan Ekonomi Islam

Program Studi Perbankan Syariah

Jenjang Strata Satu (SI)

Palangka Raya, 06 Mei 2021

Menyetujui

Pembimbing I



M. Zainal Arifin, M. HUM
NIP. 1975062003121003

Pembimbing II

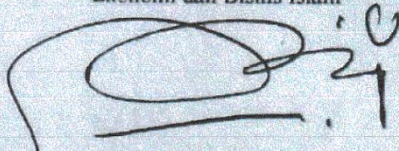


Novi Angga Safitri, M.M
NIP. 19911115201903212

Mengetahui

Dekan Fakultas

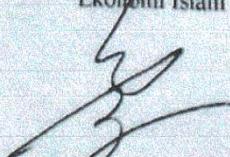
Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Sabian Utsman, S.H., M.Si
NIP. 196311091992031004

Ketua Jurusan

Ekonomi Islam



Enrik Tedja Sukmana, M.Si
NIP. 198403212011011012

NOTA DINAS

Hal: Mohon Diuji Skripsi
Saudari Eni Rahmawati

Palangka Raya, 06 Mei 2021

Kepada
Yth Ketua Panitia Ujian Skripsi
FEBI IAIN PALANGKA RAYA
Di-
Palangka Raya

Assalamualaikum Wr. Wb

Setelah membaca, memeriksa dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa Skripsi Saudari

Nama : Eni Rahmawati
NIM : 160 411 0071
Judul : **Dampak Aplikasi Borneo Link Fitur Bro- Food Pada
Baitul Mal Wa Tamwil Unit 071 Sampit**

Sudah dapat diujikan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya. Demikian atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

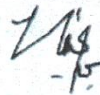
Wassalamualaikum Wr. Wb

Pembimbing I



M. Zuhri Arifin, M. HUM
NIP. 1975062003121003

Pembimbing II



Novi Angga Safitri, M.M
NIP. 19911115201903212

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul **Dampak Aplikasi Borneo Link Fitur Bro-Food Pada Baitul Mal Wa Tamwil Unit 071 Sampit** oleh Eni Rahmawati NIM: 160 411 0071 telah di munaqasahkan oleh tim Munaqasah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya pada:


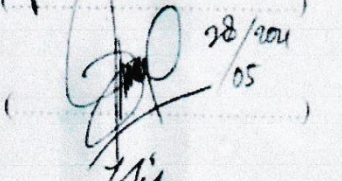
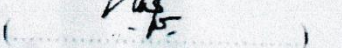
Hari : Selasa

Tanggal : 25 Mei 2021

Palangka Raya, 25 Mei 2021

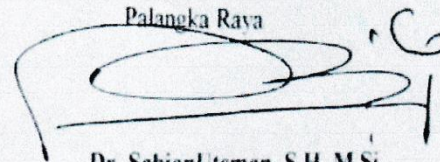
TIM PENGUJI

1. **Jelita, M.SI**
(Ketua Sidang/Penguji)
2. **Dr. Sabian Utsman, S.H, M.Si**
(Penguji I)
3. **M. Zainal Arifin, M.Hum**
(Penguji II)
4. **Novi Angga Safitri, M.M**
(Sekretaris/Penguji)

()
( 28/05/2021)
()

Mengetahui

Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN
Palangka Raya

()
Dr. Sabian Utsman, S.H, M.Si
NIP.196311091992031004

DAMPAK APLIKASI BORNEO LINK FITUR BRO-FOOD PADA BAITUL MAL WA TAMWIL UNIT 071 SAMPIT

ABSTRAK
OLEH: ENI RAHMAWATI
NIM: 160 411 0071

BMT 071 Sampit merupakan lembaga keuangan yang memiliki sebuah inovasi baru untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang serba instan dan praktis melalui Aplikasi Borneo Link. Borneo Link hadir dengan fitur Bro Food untuk menjawab permasalahan pemenuhan kebutuhan yang instan dari konsumen. Rumusan masalah dalam penelitian ini ialah: 1) Bagaimana mekanisme Aplikasi Borneo Link Fitur Bro Food pada BMT 071?. 2) Bagaimana dampak Aplikasi Borneo Link Fitur Bro Food pada BMT 071 bagi pemilik rumah makan?. 3) Bagaimana hambatan dalam penggunaan Aplikasi Borneo Link?. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak dari aplikasi Boreo Link Fitur Bro Food pada BMT 071 Sampit.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan menggunakan metode penelitian kualitatif. Pendekatan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Adapun subjek penelitian ini adalah dua orang staf Bank Syariah Mandiri Cabang Palangka Raya dan dua orang nasabah. Teknik pengumpulan datanya dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik pengabsahan datanya menggunakan triangulasi sumber dengan mengumpulkan data dan informasi dari berbagai sumber yang berbeda.

Hasil yang didapatkan dari penelitian menyatakan bahwa mekanisme penggunaan fitur Bro Food adalah dimulai dengan mengunduh aplikasi pada app store kemudian mengisi kelengkapan data, setelah itu akan dikirim kode verifikasi. Setelah masuk ke *home*, pengguna bisa memilih fitur bro-food untuk memesan makanan. Ketika hendak membayar, pengguna bisa memilih metode pembayaran. Jika melalui bropay, pengguna bisa melakukan top up lewat teller di BMT 071 ataupun pengguna bisa melakukan pembayaran secara tunai. Dampak dari yang diberikan oleh aplikasi ini berdampak positif pada peningkatan konsumen, penjualan, dan omset usaha tersebut. Serta hambatan yang sering terjadi pada aplikasi Borneo Link yaitu server lelet yang menyebabkan performa aplikasi tidak optimal dan top up yang hanya bisa melalui teller. Solusi menurut peneliti adalah dilakukannya pembaharuan pada aplikasi kemudian menambahkan fitur yang memberi kemudahan untuk top up yang dapat melalui gadget tanpa harus pergi ke teller.

Kata kunci : *Aplikasi Borneo Link, Dampak, Hambatan, BMT*

**IMPACT OF BORNEO LINK APPLICATION OF BRO- FOOD THEON
BAITUL MAL WA TAMWIL 071 SAMPIT**

ABSTRACT

BY: ENI RAHMAWATI

NIM: 160 411 0071

BMT 071 Sampit is a financial institution that has a new innovation to meet the immediate and practical needs of the community through the Borneo Link Application. Borneo Link comes with the Bro Food feature to answer the problem of instant fulfillment of consumers' needs. The formulations of the problems in this study are: 1) How is the Borneo Link Application mechanism for Bro Food Features on BMT 071? 2) How is the impact of the Borneo Link Application of Bro Food Features on BMT 071 for restaurant owners? 3) What are the barriers to using the Borneo Link Application? This study aims to determine the impact of the Boreo Link application of Bro Food Features on BMT 071 Sampit.

This research is a field research using qualitative research methods. The approach in this research is descriptive qualitative. The subjects of this study were two staff of Bank Syariah Mandiri Branch of Palangka Raya and two customers. Data collection techniques by observation, interviews and documentation. The data validation technique uses source triangulation by collecting data and information from a variety of different sources.

The results obtained from the research state that the mechanism for using the Bro Food feature is to start by downloading the application on the app store then filling in the data, after which a verification code will be sent. After entering the home, users can select the bro-food feature to order food. When you want to pay, users can choose a payment method. If via bro-pay, users can top up via teller at BMT 071 or users can make payments in cash. The impact provided by this application has a positive impact on increasing consumers, sales, and business turnover. As well as the obstacles that often occur in the Borneo Link application, namely the slow server which causes the application performance is not optimal and the top up can only be done through tellers. The solution according to the researcher is to do an update to the application then add features that make it easy for top ups that can be done through gadgets without having to go to the teller.

Keywords: Borneo Link Application, Impact, Barriers, BMT

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji Syukur penulis haturkan kehadiran Allah SWT, yang hanya kepada-Nya kita menyembah dan kepada-Nya pula kita memohon pertolongan, atas limpahan taufiq, rahmat dan hidayah-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Dampak Aplikasi Borneo Link Fitur Bro-Food Pada Bmt 071 Sampit” dengan lancar. Shalawat serta salam kepada Nabi Junjungan kita yakni Nabi Muhammad SAW., Khatamun Nabiyyin, beserta para keluarga dan sahabat serta seluruh pengikut beliau *illa yaumul qiyamah*.

Skripsi ini dikerjakan demi melengkapi dan memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi. Skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan ribuan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Khairil Anwar, M. Ag. Selaku rektor IAIN Palangka Raya.
2. Bapak Dr. Sabian Utsman, S. H. M.Si. selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di IAIN Palangka Raya.
3. Bapak Enriko Tedja Sukmana, MSI. Selaku ketua Jurusan Ekonomi Islam di IAIN Palangka Raya.
4. Bapak Sofyan Hakim, S.E., M.M selaku dosen Penasehat Akademik selama penulis menjalani perkuliahan.
5. Bapak M. Zainal Arifin, M. HUM. Sebagai dosen pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan arahan

dan saran kepada peneliti selama penyusunan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan.

6. Ibu Novi Angga Safitri, M.M.. sebagai dosen pembimbing II yang juga selalu membimbing peneliti dengan ikhlas meluangkan waktu untuk memberikan arahan, pikiran dan penjelasan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Ayah dan Ibu peneliti yang telah memberikan dukungan moril, materil dan selalu mendoakan keberhasilan peneliti dan keselamatan selama menempuh pendidikan.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah ikut membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah membantu untuk menyelesaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat dan menjadi pendorong dunia pendidikan dan ilmu pengetahuan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Palangka Raya, 06 Mei 2021

Peneliti

ENI RAHMAWATI
NIM. 1604110071

PERNYATAAN ORISINALITAS

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Eni Rahmawati
NIM : 160 411 0071
Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam/Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan skripsi dengan judul "**Dampak Aplikasi Borneo Link Fitur Bro-Food Pada Baitul Mal Wa Tamwil Unit 071 Sampit**", adalah benar karya saya sendiri. Jika kemudian hari saya terbukti merupakan duplikat atau plagiat, maka skripsi ini dan gelar yang saya peroleh dibatalkan.

Palangka Raya, 06 Mei 2021

Yang membuat pernyataan,

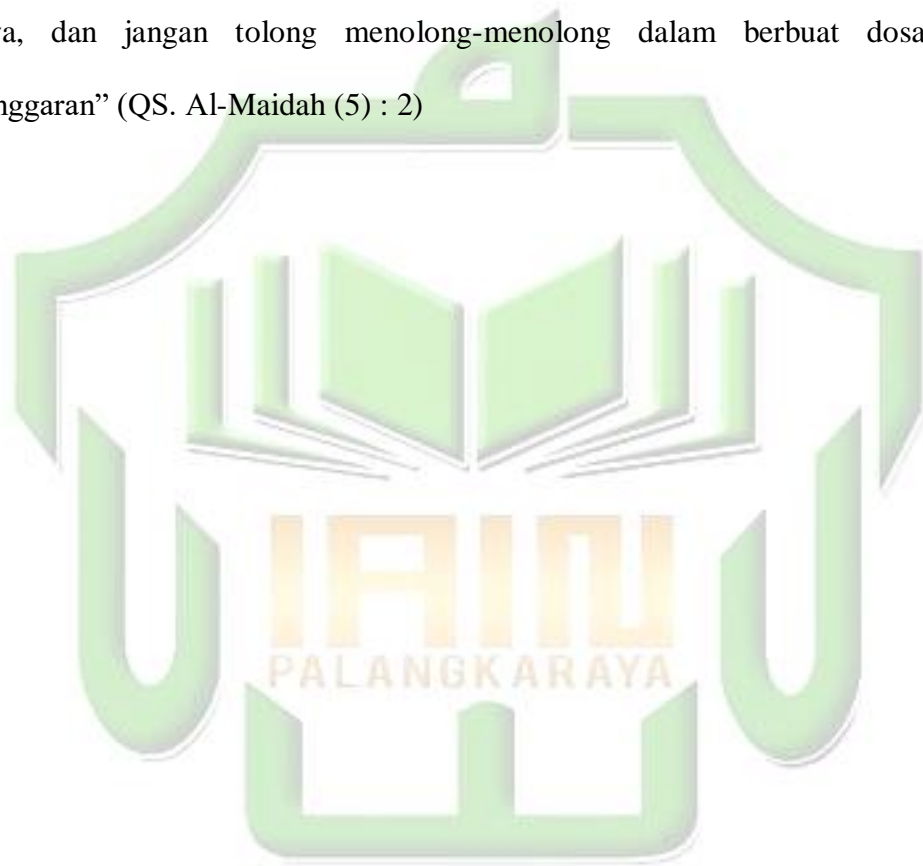

ENI RAHMAWATI
NIM 1604110071

MOTTO

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ

وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢﴾

“Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran” (QS. Al-Maidah (5) : 2)



PERSEMBAHAN

Atas ridho Allah SWT, yang telah memberikan kemudahan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan karya ini maka dengan segala kerendahan hati karya ini saya persembahkan kepada :

- Teruntuk ibu, bapak, dan adik tersayang yang telah menyemangati serta mendoakan saya.
- Terima kasih kepada dosen pembimbing bapak Zainal Arifin M. E dan ibu Novi Angga Safitri, M.M
- Teruntuk teman-teman yang diluar bangku perkuliahan atas bantuan dan semangat yang diberikan. Semoga ke depannya kita bisa sukses bersama-sama.
- Terima kasih kepada teman-teman PBS A Nada Hafanah, Jamilah, Anisa Fatmawati dan lain-lain untuk segala bantuan dan kebersamaan selama dibangku kuliah.
- Teruntuk seluruh dosen dan staf akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas semua ilmu dan pengalaman yang diberikan.
- Teruntuk kampus tercinta IAIN Palangka Raya.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No.158/1987 dan 0543/b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
أ	<i>Alif</i>	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	<i>Bā'</i>	B	Be
ت	<i>Tā'</i>	T	Te
ث	<i>Šā'</i>	Š	es titik di atas
ج	<i>Jim</i>	J	Je
ح	<i>Hā'</i>	h .	ha titik di bawah
خ	<i>Khā'</i>	Kh	ka dan ha
د	<i>Dal</i>	D	De
ذ	<i>Žal</i>	Ž	zet titik di atas
ر	<i>Rā'</i>	R	Er
ز	<i>Zai</i>	Z	Zet
س	<i>Sīn</i>	S	Es
ش	<i>Syīn</i>	Sy	es dan ye
ص	<i>Šād</i>	Ş	es titik di bawah
ض	<i>Dād</i>	d	de titik di bawah

		.	
ط	<i>Tā'</i>	Ṭ	te titik di bawah
ظ	<i>Zā'</i>	z .	zet titik di bawah
ع	<i>'Ayn</i>	...‘...	koma terbalik (di atas)
غ	<i>Gayn</i>	G	Ge
ف	<i>Fā'</i>	F	Ef
ق	<i>Qāf</i>	Q	Qi
ك	<i>Kāf</i>	K	Ka
ل	<i>Lām</i>	L	El
م	<i>Mīm</i>	M	Em
ن	<i>Nūn</i>	N	En
و	<i>Waw</i>	W	We
ه	<i>Hā'</i>	H	Ha
ء	<i>Hamzah</i>	...’...	Apostrof
ي	<i>Yā</i>	Y	Ye

B. Konsonan rangkap karena *tasydīd* ditulis rangkap:

متعاقبين	Ditulis	<i>muta‘āqqidīn</i>
عدة	Ditulis	<i>‘iddah</i>

a.

C. *Tā' marbūtah* di akhir kata.

1. Bila dimatikan, ditulis h:

فروض	Ditulis	<i>Furūd</i>
------	---------	--------------

b.

F. Vokal rangkap:

Fathah + ya' mati	Ditulis	Ai
بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
Fathah + wawu mati	Ditulis	Au
قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

c.

G. Vokal-vokalpendek yang berurutan dalam satu kata, dipisahkan dengan apostrof.

النتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
اعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لنشكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata sandang Alif + Lām

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القران	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf “l” (el) nya.

السماء	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

d. Ditulis menurut penulisannya.

ذوالفروض	Ditulis	<i>zawi al-furūd</i>
اهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>

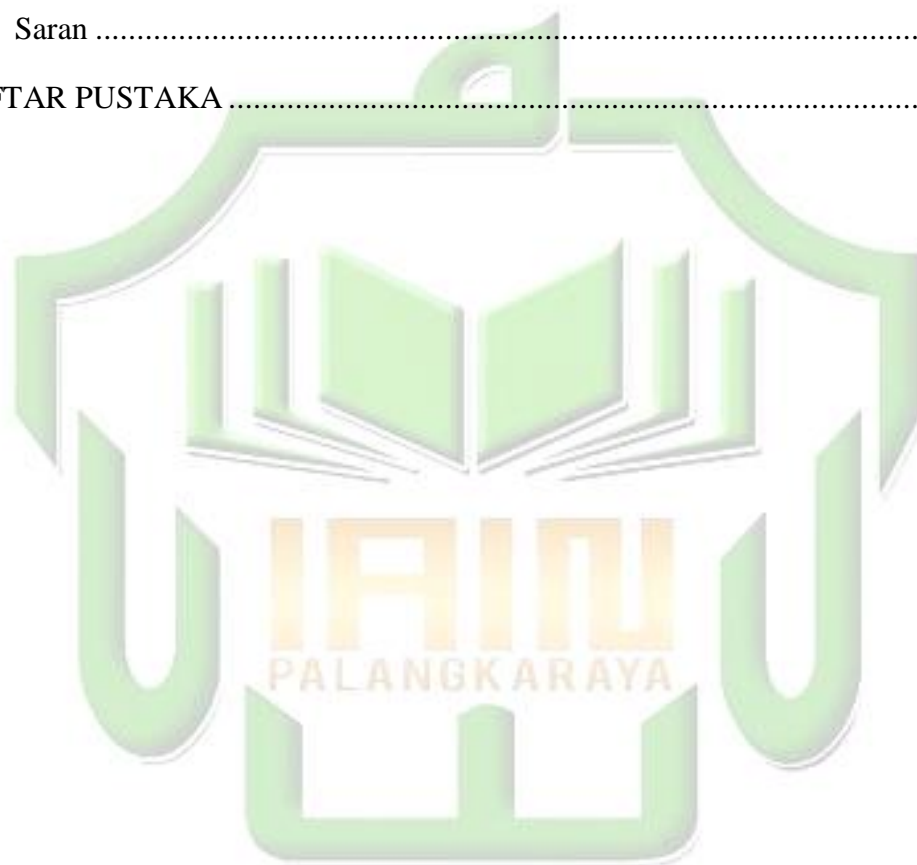


DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
NOTA DINAS	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	viii
MOTTO.....	ix
PERSEMBAHAN.....	x
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	xi
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Kegunaan Penelitian	6
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	8
A. Penelitian Terdahulu	8
B. Kajian Teoritik.....	15
1. Dampak.....	15
2. Pemasaran.....	17

3. Penjualan	26
4. Omset Penjualan	29
5. Baitul Maal Wat Tamwil(BMT)	30
C. Kerangka Pikir.....	36
BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	38
B. Waktu Penelitian Dan Tempat Penelitian	39
C. Penentuan Subjek Dan Objek Penelitian	39
D. Teknik Pengumpulan Data.....	41
E. Pengabsahan Data.....	44
F. Analisis Data	46
G. Sistematika Penulisan	46
BAB IV Dampak Aplikasi Borneo Link Fitur Bro- <i>Food</i> Pada Baitul Mal Wa Tamwil Unit 071 Sampit.....	48
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	48
1. Profil BMT Kube Sejahtera Unit 071	48
3. Visi dan Misi BMT Kube Sejahtera Unit 071	49
4. Struktur Organisasi.....	49
5. Produk-Produk BMT Kube Sejahtera Unit 071	50
B. Penyajian Data.....	54
1. Mekanisme Aplikasi Borneo Link Fitur Bro- <i>Food</i> pada BMT 071 ...	54
2. Dampak Aplikasi Borneo Link Fitur Bro- <i>Food</i> Pada BMT 071 bagi Pemilik Rumah Makan	63
3. Hambatan dalam Penggunaan Aplikasi Borneo Link	69
C. Analisis Data	72

1. Mekanisme Aplikasi Borneo Link Fitur <i>Bro-food</i> pada BMT 071.....	72
2. Dampak Aplikasi Borneo Link Fitur <i>Bro-Food</i> Pada BMT 071 bagi Pemilik Rumah Makan	81
3. Hambatan dalam penggunaan Aplikasi Borneo Link	85
BAB V PENUTUP	87
A. Kesimpulan.....	87
B. Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	89



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan Penelitian.....	15
Tabel 2.2 Kerangka Pikir.....	33



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pembangunan nasional merupakan upaya pembangunan yang berkesinambungan dalam rangka mewujudkan masyarakat yang adil dan makmur. Untuk mencapai tujuan tersebut, pemerintah melakukan pembangunan diberbagai bidang, salah satunya adalah pembangunan dibidang ekonomi dan keuangan. Dalam bidang ekonomi dan keuangan ini, salah satu sektor yang berperan penting dan memiliki posisi strategis dalam rangka mewujudkan tujuan nasional adalah sektor perbankan. Industri perbankan mempunyai peranan yang penting dalam perekonomian yang dapat kita rasakan seperti sekarang ini, yang hampir seluruh aspek kehidupan manusia tidak dapat dipisahkan dengan bank atau lembaga keuangan. Lembaga keuangan bank terdiri dari Bank Umum (konvensional dan syariah) dan Bank Perkreditan Rakyat (konvensional dan syariah). Sedangkan lembaga keuangan non-bank terdiri dari Pasar Modal, Pasar Uang, Koperasi Simpan Pinjam, dan BMT (*Baitul Mal Watamwil*).¹

Baitul Maal wa Tamwil (BMT) merupakan lembaga keuangan syariah yang berfungsi menghimpun dan menyalurkan dana kepada anggotanya dan biasanya beroperasi dalam skala mikro. BMT terdiri dari dua istilah, yaitu “*baitul maal*” dan “*baitu ltamwil*.” *Baitul maal* merupakan istilah untuk organisasi yang berperan dalam mengumpulkan dan menyalurkan dana non

¹Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, Cet III, Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2007, h. 18

profit, seperti zakat, infak dan sedekah. *Baitul tamwil* merupakan istilah untuk organisasi yang mengumpulkan dan menyalurkan dana komersial. dengan demikian BMT mempunyai peran ganda yaitu fungsi sosial dan fungsi komersial.²

Keberadaan BMT dapat dipandang memiliki dua fungsi utama, yaitu sebagai media penyalur pendayagunaan harta ibadah seperti zakat, infak, sedekah, dan wakaf, serta dapat pula berfungsi sebagai institusi yang bergerak dibidang investasi yang bersifat produktif sebagaimana layaknya bank. Pada fungsi yang kedua ini dapat dipahami bahwa selain berfungsi sebagai lembaga keuangan BMT juga berfungsi sebagai lembaga ekonomi dan bertugas menghimpun dana dari masyarakat (anggota BMT) yang mempercayakan dananya disimpan di BMT dan menyalurkannya dana kepada masyarakat (anggota BMT) yang diberikan pinjaman oleh BMT.³

BMT telah memasuki berbagai daerah-daerah, tidak dipungkiri juga daerah Sampit. Salah satu BMT yang ada di Sampit adalah BMT Kube Sejahtera Unit 071. BMT 071 merupakan lembaga keuangan syariah yang berfungsi menghimpun dan menyalurkan dana kepada anggotanya dan biasanya beroperasi dalam skala mikro. BMT 071 menyadari akan persaingan pada era globalisasi. Era globalisasi menjadi peluang sekaligus ancaman yang sangat besar bagi para pelaku bisnis, baik perusahaan yang menawarkan produk maupun jasa. Persaingan semakin ketat, bisnis baru bermunculan,

²Ahmad Syifaul Anam, *Problematika Penerapan Hukum Jaminan di Lembaga Keuangan Mikro Syariah*, Semarang: Rafi Sarana Perkasa, 2012, h. 37

³Ahmad Syifaul Anam, *Problematika Penerapan Hukum Jaminan di Lembaga Keuangan Mikro Syariah*, Semarang: Rafi Sarana Perkasa, 2012, h. 38

membuat perusahaan harus banyak melakukan pembaruan demi bertahan di pasar. Tidak jarang perusahaan besar yang sudah berdiri lama akhirnya mengalami penurunan pendapatan bahkan kebangkrutan akibat tidak mampunya bersaing dengan perusahaan baru yang memiliki daya saing yang lebih kuat dari berbagai sisi.

Era globalisasi diikuti dengan perkembangan teknologi yang pesat. Tak dapat dipungkiri, saat ini teknologi sudah menjadi hal yang tak dapat dipisahkan dengan segala kegiatan manusia di dunia. Teknologi seakan menjadi nyawa di jaman sekarang ini, mengingat berbagai aktivitas yang dijalankan akan sangat berkaitan erat dengan teknologi. Di Indonesia sendiri, teknologi membawa banyak perubahan di berbagai bidang, terutama di bidang bisnis. Teknologi memiliki peranan penting dalam perkembangan bisnis. Dengan memanfaatkan teknologi sebaik mungkin, perusahaan bisa melakukan berbagai inovasi untuk meningkatkan kualitasnya. Banyak perusahaan-perusahaan baru yang muncul dengan berbagai inovasi yang diberikan demi menarik hati konsumen. Banyak pula perusahaan yang kegiatan bisnisnya berbasis teknologi.⁴

Maka dari itu BMT 071 membuat inovasi baru dan pertama di Sampit. Mereka membuat sebuah aplikasi mirip GOJEK yang mereka beri nama Borneo Link. Aplikasi ini pertama kali diluncurkan pada minggu ketiga bulan Januari 2020. Pengguna aplikasi ini sudah lumayan banyak, sekitar 500-an pengguna. Aplikasi ini menyediakan wadah untuk lapangan pekerjaan dan

⁴Nurhaida, *Dampak Pengaruh Globalisasi BAgi Kehidupan Bangsa Indonesia*. Jurnal Dasar Vol. 3 No. 3, April, 2015, h.3-5

wadah untuk promosi. Terdapat banyak fitur yang disediakan di dalam Aplikasi, yang mana fitur-fitur tersebut mampu memudahkan aktivitas pengguna. Fitur-fitur tersebut ialah: (1) Fitur Brojek, untuk antar jemput pengguna menggunakan motor. (2) Fitur Brotitip, untuk membelikan dan mengantarkan barang, kebutuhan pokok, makanan ke tempat tujuan. (3) *Bro-food*: layanan untuk pesan antar yang tersedia di Borneo Link. (4) *Bro-car*: layanan untuk transportasi mobil yang siap menjemput dan mengantarkan penumpang sampai ke tempat tujuan. (5) BAM Online: layanan yang siap membelanjakan barang pesannya di Toko BAM. (6) *Bro-invest*: layanan yang menyediakan wadah untuk berinvestasi. (7) PPOB: layanan untuk membayar tagihan. Contohnya, Tagihan Listrik, Air PDAM, dll. (8) BroJasa: Menyediakan jasa yang bisa dipanggil ke rumah, atau tempat kerja.⁵

Salah satu jasa yang tengah dimanfaatkan oleh banyak orang yaitu jasa pengiriman makanan dimana Borneo Link meluncurkan fitur Bro-Food yang berfungsi seperti Go-Food. Dengan adanya fitur ini banyak masyarakat yang memanfaatkan fitur ini dalam pembelian makanan. Pada era sekarang dimana teknologi sangat canggih dan menyebabkan masyarakat banyak menghabiskan waktu mereka bermain dengan gadget mereka sehingga tidak heran banyak masyarakat yang lebih menyukai hal-hal yang praktis tanpa mengeluarkan banyak tenaga. Selain itu, di era sekarang kesibukan setiap masyarakat meningkat sehingga mereka sedikit memiliki waktu untuk berpergian mencari makanan kesukaan mereka. Disamping itu, kondisi wilayah yang sangat tidak

⁵Wawancara dengan Haura sebagai Costume Service BMT 071 Sampit, 17 Januari 2020

mendukung seperti terik matahari atau hujan deras menyebabkan aktivitas manusia terganggu untuk keluar rumah. maka dari itu, banyak masyarakat yang menggunakan jasa pengiriman makanan untuk memenuhi kebutuhan mereka. Berdasarkan hal tersebut tidak heran bahwa permintaan dari jasa Bro-Food meningkat. Peningkatan jasa Bro-Food tentunya memiliki dampak yang signifikan terhadap aplikasi Borneo Link dan juga tempat kuliner yang menggunakan aplikasi ini, dengan mendaftarkan usaha kuliner ke dalam jaringan Bro-food, akan dapat memaksimalkan omset penjualan dan mendapatkan jumlah pelanggan yang lebih banyak. Team Borneo Link akan melakukan *soft selling* kepada masyarakat luas, dengan cara menampilkan menu-menu terbaik di layanan Bro-food.⁶

Berdasarkan penjelasan di atas maka penulis melakukan penelitian dengan judul “Dampak Aplikasi Borneo Link Fitur Bro-Food Pada Baitul Mal Wa Tamwil 071 Sampit”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana mekanisme aplikasi Borneo Link Fitur Bro-food pada BMT 071?
2. Bagaimana dampak aplikasi Borneo Link Fitur Bro-food pada BMT 071 bagi pemilik rumah makan?
3. Bagaimana hambatan dalam penggunaan aplikasi Borneo Link?

⁶*Ibid*

C. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui mekanisme aplikasi Borneo Link Fitur *Bro-food* pada BMT 071?
2. Untuk mengetahui dampak aplikasi Borneo Link Fitur *Bro-food* pada BMT 071 pemilik rumah makan.
3. Untuk mengetahui hambatan dalam penggunaan aplikasi Borneo Link.

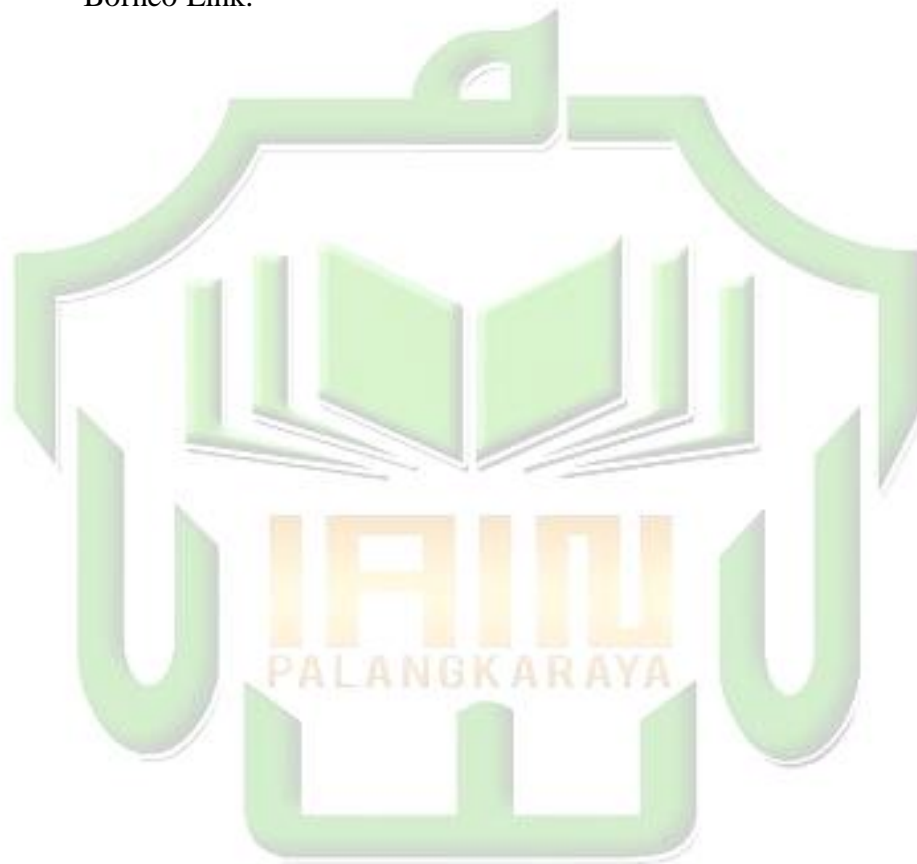
D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoris
 - a. Untuk menambah dan memperluas wawasan penulis dan mahasiswa jurusan Ekonomi Islam khususnya Perbankan Syariah serta seluruh mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya dalam bidang Ekonomi Islam (Syari'ah).
 - b. Dapat dijadikan sebagai referensi atau bahan acuan bagi peneliti yang akan mengadakan penelitian secara lebih mendalam terhadap permasalahan yang sama pada periode yang akan datang.
 - c. Sebagai bahan bacaan dan juga sumbangan pemikiran dalam memperkaya khazanah literature perbankan syari'ah bagi kepustakaan Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.

2. Kegunaan Praktis

- a. Sebagai bahan acuan BMT 071 untuk pertimbangan pengembangan aplikasi Borneo Link.
- b. Untuk pemilik rumah makan bahwasanya penelitian ini dapat menunjukkan tolak ukur ada atau tidak dampak menggunakan aplikasi Borneo Link.



BAB II

TELAAH PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini mengenai Dampak Aplikasi Borneo Link Fitur *Bro-Food* Terhadap Omset Rumah Makan Di Sampit sebelumnya belum pernah dikaji. Namun, sudah terdapat penelitian sebelumnya yang membahas mengenai produk valuta asing pada perbankan syariah. Berdasarkan beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, berikut ini akan dicantumkan beberapa penelitian yang menjadi referensi bagi penelitian ini.

Pertama, M. Yogi Pratama, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi, 2018 dengan judul “Pengaruh Layanan *Food Delivery* Terhadap Peningkatan Penjualan Pengusaha Kuliner (Studi Pengusaha Kuliner Yang Terdaftar Di Gojek Jambi)”. Penelitian ini bermaksud untuk meneliti pengaruh layanan food delivery terhadap peningkatan penjualan pengusaha kuliner. Jenis data yang dalam penelitian ini yaitu data primer yang merupakan hasil kuesioner yang diberikan kepada 40 pengusaha kuliner yang bermitra dengan Go-Food.

Teknik pengambilan data menggunakan kuesioner yang terkandung 12 item pernyataan yang diukur menggunakan skala 1-5 dan diuji oleh validitas dan reliabilitas. Hasil menunjukkan bahwa layanan food delivery mempunyai pengaruh positif terhadap peningkatan penjualan $\text{sig} > 0,05$ ($0,0006 < 0,05$).

Hasil tersebut berarti bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.⁷ Hubungan antara penelitian ini dengan peneliti adalah volume penjualan berpengaruh signifikan terhadap omset pengusaha. Semakin tinggi produk yang terjual maka akan semakin banyak pula omset yang akan diterima oleh pengusaha.

Kedua, Afrilia Sri Lumongga, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sumatera Utara Medan, 2018 dengan judul “Pengaruh Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan *Go-Food di Gojek Online* Pada Mahasiswa Manajemen Fakultas ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan *Go-food di Gojek Online* (Studi Kasus Pada Mahasiswa/i Manjaemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara). Penelitian ini merupakan jenis penelitian asosiatif yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Sumatera Utara.

Teknik pengambilan sampel menggunakan accidental sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan ditemui oleh peneliti dan memiliki kriteria yang sesuai maka akan dijadikan sebagai sampel dengan jumlah sampel sebanyak 85 responden. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan wawancara, data

⁷M. Yogi Pratama, “*Pengaruh Layanan Food Delivery Terhadap Peningkatan Penjualan Pengusaha Kuliner*”(Skripsi), Jambi, 2018

sekunder dikumpulkan melalui studi pustaka. Penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Dengan nilai koefisien determinasi dapat dilihat dari Adjusted R Square sebesar 0,293 berarti 29,3% variabel Loyalitas Pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan kepuasan Pelanggan. Sedangkan sisanya 70,7% lainnya dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.⁸ Hubungan dengan penelitian ini dengan peneliti adalah bahwa ada keterkaitan antara omset dan kualitas layanan beserta kepuasan pelanggan. Jika kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan menempati pada segi positif maka pelanggan akan kembali lagi untuk membeli (repeat order) dan akan membentuk kelayakan pelanggan, semakin banyak pelanggan yang loyal maka akan semakin meningkat juga omset yang didapatkan.

Ketiga, Rahoyo, SE., MM, Fakultas Ekonomi, Universitas Semarang, 2018 dengan judul “Dampak Bisnis Kuliner Melalui *Go Food* Bagi Pertumbuhan Ekonomi di Kota Semarang”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak Bisnis Kuliner melalui Go-food bagi Pertumbuhan Ekonomi. Penelitian ini dilakukan pada pengusaha kuliner yang sudah bergabung dengan Layanan Go-Food yang tersebar di Kota Semarang.

⁸Afrilia Sri Lumongga, “*Pengaruh Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Food di Gojek Online Pada Mahasiswa Manajemen Fakultas ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara*” (Skripsi), Medan, 2018

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan informan kunci sebanyak 4 pelaku bisnis kuliner online. Dari hasil survey yang didapatkan para pelaku bisnis kuliner online menyatakan bahwa omzet penjualan setelah bergabung dengan Layanan Go-Food meningkat dibandingkan dengan sebelum bergabung dengan Layanan Go-Food, hal ini dikarenakan Go-Food mempromosikan makanan yang di produksinya. Selain itu dari pihak BPS juga menyatakan bahwa sector perdagangan dalam hal ini adalah makanan dan minuman menyumbang kenaikan PDRB yang pada akhirnya meningkatkan pertumbuhan ekonomi.⁹ Hubungan penelitian ini dengan peneliti adalah memiliki keterkaitan mengenai landasan teori.

Keempat, Abdullah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Palangka Raya, 2019 dengan judul “Dampak Hadirnya Jasa Angkutan Online Bagi Pendapatan Sopir Angkutan Kota Di Kota Palangka Raya.” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak hadirnya jasa angkutan online bagi pendapatan sopir angkutan kota di kota Palangka Raya. Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (field research) yang menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif.

Hasil penelitian ini yaitu Pendapatan sopir angkot di kota Palangka Raya mengalami penurunan yang signifikan pada beberapa tahun terakhir sehingga menyebabkan para sopir angkot harus mencari cara agar tetap bisa bertahan untuk memenuhi kebutuhan keluarganya. Hal tersebut disebabkan oleh

⁹Rahoyo, SE., MM, “Dampak Bisnis Kuliner Melalui Go Food Bagi Pertumbuhan Ekonomi di Kota Semarang.” Jurnal Dinamika Sosial Budaya, Vol 20, No. 2, Desember, 2018

beberapa faktor yakni kesempatan kerja yang tersedia, kecakapan dan keahlian, motivasi, keuletan kerja dan banyak sedikitnya modal yang digunakan. Hadirnya jasa angkutan online bagi sopir angkutan kota berdampak bagi pendapatan sopir yang mengalami penurunan secara drastis. Hubungan penelitian ini dengan peneliti adalah keterkaitan dalam teori dampak.

Evi Lutfiah, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2019 dengan judul “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menggunakan Aplikasi Go-Jek Fitur Go-Food. (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menggunakan aplikasi Go-Jek fitur *Go-Food* pada mahasiswa jurusan pendidikan ilmu pengetahuan sosial Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Penelitian ini menggunakan metode yang digunakan deskriptif kuantitatif.

Hasil penelitian ini menunjukkan 15 faktor yang terbentuk melalui analisis faktor-faktor tersebut yaitu: produk, promosi, teknik *marketing*, penampilan *driver*, psikologis, budaya, distribusi, harga, sosial, pelayanan *driver*, *feedback*, selera konsumen, individu, kemasan produk ramah lingkungan, dan pelayanan jasa *Go-Food* sesuai SOP. Faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan menggunakan aplikasi Go-Jek fitur *Go-Food* adalah faktor produk yang memiliki nilai keragaman data sebesar 18,41% dan faktor

terendah yaitu faktor pelayanan jasa *Go-Food* sesuai SOP dengan nilai keragaman data sebesar 2,2%.

Agar lebih mudah dipahami peneliti membuat tabel persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dalam Tabel 2.1



Tabel 2.1

Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

No	Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	M. Yogi Pratama, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi, 2018 dengan judul “Pengaruh Layanan <i>Food Delivery</i> Terhadap Peningkatan Penjualan Pengusaha Kuliner (Studi Pengusaha Kuliner Yang Terdaftar Di Gojek Jambi)”.	Teori yang digunakan oleh peneliti yaitu, teori penjualan. Selain itu, persamaan dari penelitian yaitu menggunakan objek penelitian yang sama yaitu Layanan Food Delivery	Objek penelitian yaitu, Aplikasi Borneo Link dan tempat penelitian yaitu, di Sampit.
2.	Afrilia Sri Lumongga, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sumatera Utara Medan, 2018 dengan judul “Pengaruh Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan <i>Go-Food di Gojek Online</i> Pada Mahasiswa Manajemen Fakultas ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara”.	Teori yang digunakan oleh peneliti yaitu, teori pemasaran.	Penelitian menitikberatkan pada bagaimana dampak Aplikasi Borneo Link pada Rumah Makan.
3.	Rahoyo, SE., MM, Fakultas Ekonomi, Universitas Semarang, 2018 dengan judul “Dampak Bisnis Kuliner Melalui <i>Go Food</i> Bagi Pertumbuhan Ekonomi di Kota Semarang”.	Metode penelitian yang digunakan peneliti, yaitu metode kualitatif. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti mengenai jasa pengiriman online	Membahas tentang dampak yang ditimbulkan karena adanya Borneo Link.
4.	Abdullah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Palangka Raya, 2019 dengan judul “Dampak Hadirnya Jasa Angkutan Online Bagi Pendapatan Sopir Angkutan Kota Di Kota Palangka Raya.”	Metode penelitian yang digunakan peneliti, yaitu metode kualitatif deskriptif.	Berfokus pada penjualan dan omset rumah makan.
5.	Evi Lutfiah, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2019 dengan judul “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menggunakan Aplikasi Go-Jek	Teori yang digunakan yaitu, teori pemasaran.persamaan penelitian ini yaitu meneliti fitur	Terletak pada aplikasi yang diteliti.

	Fitur Go-Food”.	pengiriman makanan pada aplikasi online	
--	-----------------	--	--

*Dibuat Oleh Peneliti Tahun 2020

B. Kajian Teoritik

1. Dampak

Dampak menurut Gorys Kerap dalam Otto Soemarwoto adalah pengaruh yang kuat dari seseorang atau kelompok orang di dalam menjalankan tugas dan kedudukannya sesuai dengan statusnya dalam masyarakat, sehingga akan membawa akibat terhadap perubahan baik positif maupun negatif. Sedangkan menurut Otto Soemarwoto, menyatakan dampak adalah suatu perubahan yang terjadi akibat suatu aktifitas. Aktifitas tersebut dapat bersifat alamiah baik kimia, fisik maupun biologi dan aktifitas dapat pula dilakukan oleh manusia.

Dampak merupakan sebuah pengaruh atau akibat, dimana dalam setiap keputusan atau tindakan yang diambil oleh seseorang akan memberikan efek yang signifikan terhadap kondisi dan sekitarnya. Dampak adalah pengaruh kuat yang mendatangkan akibat, baik akibat positif maupun akibat negatif. Pengaruh sendiri adalah suatu keadaan dimana ada hubungan timbal balik atau hubungan sebab akibat antara apa yang mempengaruhi dengan apa yang dipengaruhi

Dampak menurut JE. Hosio, adalah perubahan nyata pada tingkah laku atau sikap yang dihasilkan oleh keluaran kebijakan. Berdasarkan pengertian tersebut maka dampak merupakan suatu perubahan yang nyata akibat dari keluarnya kebijakan terhadap sikap dan tingkah laku.

Sedangkan menurut Irfan Islamy, dampak kebijakan adalah akibat-akibat dan konsekuensi-konsekuensi yang ditimbulkan dengan dilaksanakannya kebijakan.¹⁰

Pengertian dampak menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah benturan, pengaruh yang mendatangkan akibat baik positif maupun negatif. Dampak dibagi kedalam dua pengertian yaitu:

- a. Dampak Positif adalah keinginan untuk membujuk, meyakinkan, mempengaruhi kepada orang lain, dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginannya. Sedangkan positif adalah pasti atau tegas dan nyata dari suatu pikiran terutama memperhatikan hal-hal yang baik dan positif. Jadi dapat disimpulkan bahwa pengertian dampak positif adalah keinginan untuk membujuk, meyakinkan, memengaruhi atau memberi kesan kepada orang lain, dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginannya yang baik.
- b. Dampak negatif adalah pengaruh kuat yang mendatangkan akibat negatif. Dampak negatif merupakan keinginan untuk membujuk, meyakinkan, mempengaruhi atau memberi kesan kepada orang lain, dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginannya yang buruk dan menimbulkan akibat tertentu.

¹⁰TinjauanPustakaDampak.<https://digilib.unila.ac.id/11476/4/BAB%20II%20Tinjauan%20Pustaka.pdf> (online 13 Mei 2020)

2. Pemasaran

a. Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan pelanggan yang kuat untuk menangkap kembali nilai dari pelanggan. Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan serta inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain.¹¹

Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa, yang memuaskan kebutuhan kepada pembeli. Pemasaran merupakan inti dari sebuah usaha. Tanpa pemasaran tidak ada yang namanya perusahaan, akan tetapi apa yang dimaksud pemasaran itu sendiri orang masih merasa rancu.¹²

b. Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran adalah variabel-variabel dalam kendali perusahaan yang digunakan perusahaan secara bersama-sama untuk memuaskan kelompok sasaran. Bauran pemasaran meliputi:¹³

¹¹Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, Edisi 12, Jilid 1, 2008, h. 7

¹²William Stanton, *Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2001, h. 90

¹³Danang Sunyoto, *Teori, Kuesioner & Analisis Data: Untuk Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Graha Ilmu, Edisi 1, cet ke-1, 2013, h. 50

1) Produk

Produk adalah bauran pemasaran yang sangatlah penting diantara faktor harga, iklan, dan distribusi. Tidak peduli seberapa rendah harga produk/jasa yang dijual dipasaran, seberapa menariknya iklan yang dipasang, dan seberapa strategi tempat usaha yang didirikan namun yang dibutuhkan oleh kalangan masyarakat hanya ada atau tidaknya produk/jasa yang sedang dibutuhkan. Perkembangan produk/jasa dilihat dari seperti apa produk/jasa yang akan ditawarkan, matriks persaingan sangat membantu dalam menentukan produk/jasa yang akan ditawarkan.

Kombinasi produk/jasa juga dipengaruhi oleh luas dan dalam luas mencakup seberapa banyak merk berbeda yang ditawarkan, sedangkan dalamnya garis produk mengacu pada banyaknya model yang ditawarkan. Semakin banyak menawarkan produk/jasa yang diinginkan oleh orang-orang dipasar sasaran, semakin tinggi kemungkinan mereka akan loyal kepada usaha yang anda miliki.¹⁴

Produk merupakan bagian integral dari bauran pemasaran, sehingga produk sangat berperan penting dalam bauran pemasaran. Sebelum menentukan strategi bauran pemasaran yang lain maka harus ditentukan terlebih dahulu produk apa yang akan dibuat dan dipasarkan. Jadi produk itu merupakan sesuatu yang dibuat dan dijual oleh suatu perusahaan.

¹⁴Jumingan, *Studi Kelayakan Bisnis: Teori & Pembuatan Proposal Kelayakan*, Jakarta: Bumi Aksara, Edisi 1, Cet. 2, 2011, h. 73-74

2) Harga

Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat memiliki atau menggunakan produk yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli.¹⁵

3) Distribusi

Saluran distribusi yaitu sekelompok organisasi yang saling tergantung dalam keterlibatan mereka pada proses yang memungkinkan suatu produk tersedia bagi penggunaan atau konsumsi oleh konsumen atau pengguna industrial. Dalam hal kebijakan distribusi, desain saluran perlu ditetapkan. Mendesain sistem saluran memerlukan analisis kebutuhan layanan konsumen, penetapan sasaran dan kendala-kendala saluran, pengidentifikasian alternatif-alternatif saluran yang utama serta mengevaluasinya. Selanjutnya perlu ditetapkan sasaran dan kendala saluran.

Setelah perusahaan menetapkan sasaran yang hendak dicapai oleh salurannya, selanjutnya ia harus mengidentifikasikan alternatif-alternatif utama salurannya yang berhubungan dengan jenis perantara, jumlah perantara, dan tanggung jawab anggota saluran. Jenis perantara: mencari jenis perantara yang sesuai dengan produk untuk dapat menjual atau mendekatkannya pada

¹⁵Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis*, Jakarta: Gramedia Pustaka, 2003, h. 71

konsumen. Jumlah perantara: perusahaan dapat memutuskan banyaknya pedagang perantara dari tiap tingkat yang menurutnya paling efektif. Tanggung jawab anggota saluran: produsen dan perantara sepakat mengenai syarat dan tanggung jawab masing-masing anggota saluran mengenai harga, hak wilayah, dan layanan khusus.¹⁶

4) Promosi

a) Pengertian Promosi

Menurut Swastha dan Irawan (2001:349) Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Promosi hendaknya mencakup siapa, apa, kapan dan dimana penentuan usaha dapat memenuhi semua keinginan orang dan tidak semua perusahaan memiliki dana tak terbatas untuk keperluan promosi, maka itu promosi harus diarahkan ke pasar sasaran. Promosi dapat meliputi nama perusahaan, logo teknik *personal selling*, promosi penjualan istimewa, hubungan masyarakat dan publisitasnya. Perlu diperhatikan, sebaiknya perusahaan berhubungan dengan media sebelum usaha didirikan.¹⁷

Promosi merupakan suatu kegiatan yang berupaya memberitahu pasar sasaran tentang produk yang tepat. Promosi

¹⁶Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis*, Jakarta: Gramedia Pustaka, 2003, h. 72-73

¹⁷Jumingan, *Studi Kelayakan Bisnis: Teori & Pembuatan Proposal Kelayakan*, Jakarta: Bumi Aksara, Edisi 1, Cet. 2, 2011, h. 79-81

meliputi penjualan tatap muka (*personal selling*), penjualan massal (*mass selling*), dan promosi penjualan (*sales promotion*). Promosi yaitu kegiatan mengkomunikasikan suatu produk kepada masyarakat agar produk itu dikenal dan ujung – ujungnya dibeli atau dikonsumsi oleh masyarakat itu sendiri.¹⁸

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 dan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.¹⁹

b) Bauran Promosi

Suatu strategi untuk mengkomunikasikan produk perlu disusun yang sering disebut dengan strategi bauran promosi (*Promotion-Mix*) yang terdiri atas 4 (empat) komponen utama yaitu: Pertama, Periklanan (*advertising*). Iklan merupakan sarana promosi yang sering digunakan oleh perusahaan untuk menginformasikan, menarik, dan memengaruhi calon konsumennya. Penggunaan promosi dengan iklan dapat dilakukan dengan berbagai media. Kedua, *Personal Selling* merupakan usaha untuk memperkenalkan suatu produk

¹⁸Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis*, Jakarta: Gramedia Pustaka, 2003, h. 73

¹⁹Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*, Jakarta: Salemba Empat, Edisi 3, 2013, h. 178

melalui komunikasi langsung (tatap muka) agar konsumen tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan.

Ketiga, Publisitas adalah sejumlah informasi tentang seseorang, barang, atau organisasi yang disebarluaskan ke masyarakat melalui media tanpa dipungut biaya, ataupun tanpa pengawasan dari sponsor. Keempat, Promosi penjualan (*Sales Promotion*). *Sales Promotion* merupakan kegiatan pemasaran selain *personal selling*, periklanan dan publisitas yang mendorong efektifitas pembelian konsumen dengan menggunakan alat seperti peragaan, pameran, demonstrasi dan sebagainya, juga potongan harga seperti diskon pembelian produk.²⁰

c. Pemasaran Menggunakan Media Digital

1) Pengertian Digital Marketing

Digital marketing adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara *online* dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya jejaring sosial. Dunia maya kini tak lagi hanya mampu menghubungkan orang dengan perangkat, namun juga orang dengan orang lain di seluruh penjuru dunia. *Digital marketing* yang biasanya terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar, dan calon konsumen. Di satu sisi, *digital marketing* memudahkan

²⁰Kasmir, *Kewirausahaan*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, Edisi Revisi, 2006, h. 199

pebisnis memantau dan menyediakan segala kebutuhan dan keinginan calon konsumen, di sisi lain calon konsumen juga bisa mencari dan mendapatkan informasi produk hanya dengan cara menjelajah dunia maya sehingga mempermudah proses pencariannya. Pembeli kini semakin mandiri dalam membuat keputusan pembelian berdasarkan hasil pencariannya. *Digital marketing* dapat menjangkau seluruh masyarakat di manapun mereka berada tanpa ada lagi batasan geografis ataupun waktu.²¹

Singkatnya digital marketing adalah mencapai tujuan pemasaran melalui penerapan teknologi dan media digital, khususnya internet

Keputusan untuk menerapkan *digital marketing* sebagai strategi bisnis harus disesuaikan dengan karakteristik bisnis yang dijalankan sebagai dasar untuk menegaskan tingkat kebutuhan akan penerepan strategi tersebut. Secara sederhana, terdapat dua jenis karakteristik bisnis yang harus dikenali dalam menentukan untuk menggunakan *digital marketing*, yaitu:

a) Mengenali karakteristik pelanggan/calon pelanggan

Terdapat dua jenis karakteristik pelanggan, yaitu pelanggan yang telah aktif dalam kegiatan *online*, atau pelanggan yang akan aktif dalam kegiatan *online*. Jika pelanggan adalah pihak yang menggunakan teknologi digital dalam mencari atau membeli

²¹Mustika, dkk, *Penerapan Teknologi Digital Marketing untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran Snack Tiwul*, Jurnal Volume 2 Nomor 2, Juni 2019

produk dan jasa yang ditawarkan, maka penggunaan *digital marketing* adalah sebuah pilihan terbaik. Sebaliknya, jika pelanggan tidak memerlukan penggunaan teknologi digital, maka tidak perlu menggunakan strategi *digital marketing*. Namun demikian, pelanggan yang belum menggunakan tersebut bukan berarti tidak akan pernah menggunakan dan dapat menjadi calon pelanggan di masa depan, oleh karena itu, penggunaan *digital marketing* tetap perlu dipertimbangkan sebagai strategi pemasaran dengan target jangka panjang.

b) Mengenal kesesuaian karakteristik produk/jasa/merek dengan *digital marketing*

Hampir semua jenis produk/jasa/merek dapat dijual secara *online*. Prinsip ini mendasari argumen bahwa tidak perlu ada karakteristik khusus untuk dapat menjual barang melalui strategi *digital marketing*. Perhatian utama hanya pada faktor pelanggan, sebagaimana pada poin 1 (satu) di atas, bahwa jika terjadi interaksi secara *online* dengan pelanggan, maka semua jenis barang/jasa dapat ditawarkan.²²

2) Hambatan dalam *Digital Marketing*

a) Proses Marketing Yang Lama Dan Sulit

Tidak bisa dipungkiri, aktivitas marketing dengan menggunakan media seperti internet atau sejenisnya memang

²²Diana Ratapsari, *Digital Marketing Berbasis Aplikasi Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*, Jurnal Vol. 10, No 2, Desember, 2016, h. 3

membutuhkan waktu yang agak lama hingga iklan iklan kita bisa bersaing atau sarana website yang kita pakai bisa berada di posisi yang ideal untuk beriklan. Sebab ada banyak juga orang orang yang sudah lebih dahulu melakukan aktivitas marketing seperti ini yang pastinya akan jauh lebih unggul dan sudah memiliki pengalaman dari kita.

b) Tingkat Kepercayaan

Kepercayaan disini merupakan hambatan yang sangat menonjol dalam perdagangan elektronik, karna di negara kita sendiri lebih percaya menggunakan transaksi face to face atau pembelian secara langsung, dimana kita dapat melihat, meraba atau pun mencobanya dan memastikan dengan warna ukuran yang benar-benar nyata dalam melakukan transaksi penjualan.

c) Koneksi Internet

Kehadiran internet telah mengubah cara pandang orang-orang terhadap aktivitas belanja. Kini belanja bisa dilakukan di mana saja berkat banyaknya platform jual beli di internet. Semakin ke sini pula, semua produk semakin mudah didapat karena perusahaan terus memutakhirkan layanan di platformnya.²³

²³Bagus Nauri Hermawan, “Hambatan UMKM Go-Online”, <https://news.detik.com/kolom/d-4272888/hambatan-umkm-go-online> (online 15 April 2020)

3. Penjualan

a. Pengertian Penjualan

Penjualan merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan bisnisnya untuk berkembang dan untuk mendapatkan laba atau keuntungan yang diinginkan. Mengenai definisi penjualan dijelaskan oleh beberapa ahli sebagai berikut: Menurut Swasth mengemukakan bahwa “Penjualan adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang/jasa yang ditawarkan.” Sedangkan menurut Saydam bahwa “Penjualan atau menjual merupakan suatu disiplin ilmu dan sekaligus seni (*art*) untuk mempengaruhi orang lain, yang dilakukan oleh petugas penjualan, agar yang bersangkutan bersedia membeli produk yang ditawarkan. Selanjutnya Russel dan Beach dalam Sadeli mengemukakan bahwa “Menjual adalah suatu seni penyesuaian diri yang dilakukan oleh penjual untuk meyakinkan yang lain untuk membeli apa yang ia mau jual.”²⁴

Penjualan adalah sebagai usaha yang dilakukan manusia untuk menyampaikan barang-barang kebutuhan kepada mereka yang memerlukan dengan imbalan uang atau harga yang ditentukan persetujuan bersama.²⁵

²⁴Basu Swasth, *Manajemen Penjualan Edisi Ketiga*, Yogyakarta: BPFE, 2001, h. 8

²⁵Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Jakarta: Salemba Empat, 2000, h. 9

b. Tujuan Penjualan

Menurut Swastha dan Irawan bahwa perusahaan, pada umumnya mempunyai tiga tujuan umum dalam penjualannya, yaitu²⁶ :

- 1) Mencapai volume penjualan tertentu
- 2) Mendapatkan laba tertentu,
- 3) Menunjang pertumbuhan perusahaan.

Tujuan tersebut dapat tercapai apabila penjualan dapat dilaksanakan sebagaimana yang telah direncanakan sebelumnya. Penjualan tidak selalu berjalan mulus, keuntungan dan kerugian yang diperoleh perusahaan banyak dipengaruhi oleh lingkungan pemasaran. Lingkungan ini sangat berpengaruh terhadap perkembangan perusahaan.

c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan menurut Swastha dan Irawan adalah sebagai berikut²⁷ :

1) Kondisi dan Kemampuan Penjual

Transaksi jual-beli atau pemindahan hak milik secara komersial atas barang dan jasa itu pada prinsipnya melibatkan dua pihak, yaitu penjual sebagai pihak pertama dan pembeli sebagai pihak kedua. Disini penjual harus dapat meyakinkan kepada pembelinya agar dapat berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan. Untuk maksud tersebut penjual harus memahami

²⁶Basu Swastha, *Manajemen Penjualan Edisi Ketiga*, Yogyakarta: BPFE, 2001, h. 8

²⁷Basu Swastha, *Manajemen Penjualan Edisi Ketiga*, Yogyakarta: BPFE, 2001, h. 59

beberapa masalah penting yang sangat berkaitan dengan jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan, harga produk dan syarat penjualan.

2) Kondisi Pasar

Adapun faktor-faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan adalah jenis pasar, kelompok pembeli, daya belinya, frekuensi pembeliannya, keinginan dan kebutuhannya.

3) Modal

Penjual perlu memperkenalkan barang kepada pembelinya maka dari itu, penjual memerlukan sarana serta usaha seperti: alat transportasi, tempat peragaan baik didalam perusahaan maupun diluar perusahaan, usaha promosi, dan sebagainya. Semua ini hanya dapat dilakukan oleh penjual apabila memiliki sejumlah modal yang diperlukan untuk melaksanakan maksud tersebut.

4) Kondisi Perusahaan

Biasanya didalam perusahaan besar masalah penjualan ditangani oleh bagian penjualan yang dipegang orang-orang tertentu/ ahli dibidang penjualan. Lain halnya perusahaan kecil, masalah penjualan ditangani oleh orang yang juga melakukan fungsi-fungsi lain.

5) Faktor lain Faktor-faktor lain, seperti : periklanan, peragaan, kampanye pemberian hadiah, sering mempengaruhi penjualan.

4. Omset Penjualan

a. Pengertian Omset Penjualan

Omset penjualan adalah jumlah uang hasil penjualan barang (dagangan) tertentu selama suatu masa jual. Omset/omzet adalah nilai transaksi yang terjadi dalam hitungan waktu tertentu, misalnya harian, mingguan, bulanan, tahunan.²⁸

Chaniago memberikan pendapat tentang omzet penjualan adalah keseluruhan jumlah pendapatan yang didapat dari hasil penjualan suatu barang/jasa dalam kurun waktu tertentu. Swastha memberikan pengertian omset penjualan adalah akumulasi dari kegiatan penjualan suatu produk barang barang dan jasa yang dihitung secara keseluruhan selama kurun waktu tertentu secara terus menerus atau dalam satu proses akuntansi. Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa omset penjualan adalah keseluruhan jumlah penjualan barang/jasa dalam kurun waktu tertentu, yang dihitung berdasarkan jumlah uang yang diperoleh.²⁹

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Omset penjualan

1) Fakor Internal

Turunnya omset penjualan dapat terjadi karena kesalahan perusahaan itu sendiri yang dibagi kedalam beberapa bagian antara lain:

²⁸Abdul Waris, dkk, *Eksistensi Transportasi Online (Go-Food) Terhadap Omset Bisnis Kuliner Di Kota Malang* , Jurnal Seminar Nasional UNMER Malang, Agustus 2018, h. 2-3

²⁹Nissa Nurfitriya, *Analisis Perbedaan Omset penjualan Berdasarkan Jenis Hajatan dan Waktu*, Semarang, 2011, h. 4

- a) Kualitas produk turun
 - b) Service yang diberikan bertambah jelek
 - c) Sering kosongnya persediaan barang
 - d) Penurunan komisi penjualan yang diberikan
 - e) Penurunan kegiatan *sales promotion*
 - f) Penetapan harga jual yang tinggi.
- 2) Faktor Eksternal

Turunnya omset penjualan dapat terjadi diluar kekuasaan perusahaan itu sendiri yang di bagi kedalam beberapa bagian:

- a) Perubahan selera konsumen
- b) Munculnya saingan baru
- c) Munculnya barang pengganti
- d) Adanya tindakan dari pesaing.³⁰

5. Baitul Maal Wat Tamwil(BMT)

a. Definisi BMT

Baitul Maal Wa Tamwil adalah suatu institusi atau lembaga keuangan syariah yang usaha pokoknya menghimpun dana dari pihak ketiga (anggota penyimpan) dan menyalurkan pembiayaan kepada usaha-usaha yang produktif dan menguntungkan.³¹Sumber dana *Baitul Tamwil* berasal dari simpanan masyarakat (dana pihak

³⁰123 DOK, "Pengertian Omset Penjualan dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Omset Penjualan", <https://text-id.123dok.com/document/oy8r6xj4q-pengertian-omzet-penjualan-faktor-faktor-yang-mempengaruhi-omzet-penjualan.html> (online 02 April 2020)

³¹Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Mal Wa Tamwi*, Yogyakarta: UII Press; 2004, h.125.

ketiga) yang meliputi tabungan, simpanan berjangka, modal dan simpanan lainnya dan tidak bertentangan dengan ketentuan peraturan dan perundang-undangan yang berlaku.

1) *Baitul Tamwil* (Rumah Pengembangan Harta)

Baitul Tamwil (rumah pengembangan harta) yaitu melakukan kegiatan pengembangan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha mikro dengan antara lain mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonomi.

2) *Baitul Mal* (Rumah Harta)

Baitul mal (rumah harta) yaitu menerima titipan dana zakat, infak dan sedekah serta mengoptimalkan distribusinya sesuai dengan peraturan dan amanahnya.³²

Baitul Maalwatawil (BMT) juga merupakan suatu lembaga yang terdiri dari dua istilah, yaitu *Baitul maal* dan *Baitul Tamwil*. *Baitul maal* lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang nonprofit, seperti; zakat, infaq, dan sedekah. Adapun *Baitul Tamwil* sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial. Usaha-usaha tersebut menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari BMT sebagai lembaga pendukung kegiatan ekonomi masyarakat kecil dengan berdasarkan Islam. Lembaga ini didirikan dengan maksud untuk

³²Andi Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Kencana, 2010, h. 451.

memfasilitasi masyarakat yang tidak terjangkau oleh pelayanan Bank Islam atau Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Islam. Prinsip operasinya didasarkan atas prinsip bagi hasil, jual beli (*ijarah*), dan titipan (*wadiah*). Karena itu, meskipun mirip dengan Bank Islam, BMT memiliki pangsa pasar tersendiri, yaitu masyarakat kecil yang mengalami hambatan “psikologis” bila berhubungan dengan pihak bank.³³ Sejak awal berdirinya BMT, BMT dirancang sebagai lembaga ekonomi. Dapat dikatakan bahwa BMT merupakan suatu lembaga ekonomi rakyat, yang secara konsepsi dan secara nyata memang lebih fokus kepada masyarakat bawah yang miskin dan nyaris miskin. BMT berupaya membantu pengembangan usaha mikro, terutama bantuan permodalan. Untuk melancarkan usaha membantu permodalan tersebut, yang biasa dikenal dengan istilah pembiayaan, dalam khazanah keuangan modern, maka BMT juga berupaya menghimpun dana, terutama yaitu berasal dari masyarakat lokal di sekitarnya. Dengan kata lain, BMT pada prinsipnya berupaya mengorganisasi usaha saling menolong antara warga masyarakat suatu wilayah (komunitas) dalam masalah ekonomi. Sebagian besar BMT, sejak awal memang berbentuk koperasi karena konsep koperasi sudah dikenal oleh masyarakat dan bisa memberi status legal formal yang dibutuhkan. Akan tetapi, ada pula BMT

³³Nurul Huda dan Muhammad Heykal, *Lembaga keuangan Islam Tinjauan Teoritis dan Praktis*, Jakarta: Prenada Media Group, 2010, h. 363.

yang pada awalnya hanya bersifat atorganisasi kemasyarakatan informal, atau komunitas lokal. Fakta-fakta atau fenomena tumbuh dan berkembangnya BMT bisa disebut sebagai gerakan BMT. Penyebutan sebagai gerakan adalah untuk menekankan aspek idealistik BMT yang ingin memperbaiki nasib masyarakat golongan ekonomi bawah serta keterkaitannya dengan nilai-nilai Islam. Sebagai Bait Al-Mal, beberapa bagian dari kegiatan BMT dijalankan tanpa orientasi mencari keuntungan. BMT berfungsi sebagai pengemban amanah serupa dengan amil zakat menyalurkan bantuan dana secara langsung kepada pihak yang berhak dan membutuhkan.

Sumber dana kebanyakan berasal dari zakat dan infak adapun bentuk penyaluran dana atau bantuan yang diberikan cukup beragam. Adayang murni bersifat ahibah, dan ada pula yang merupakan pinjaman bergulir tanpa dibebani biaya dalam pengembaliannya. Hibah sering berupa bantuan langsung untuk kebutuhan hidup yang mendesak atau darurat, dan bagi mereka yang memang sangat membutuhkan, diantaranya adalah :bantuan berobat, biaya sekolah, sumbangan bagi korban bencana, dan lain-lain yang serupa. Yang bersifat pinjaman bergulir biasa diberikan sebagai modal produktif untuk melakukan usaha. Pada umumnya, dalam kaitan dengan pinjaman bergulir, BMT tidak sekedar memberi bantuan dana, melainkan juga memberi berbagai

bantuan teknis, bantuan teknis tersebut dapat berupa pelatihan. Konsultasi, bantuan manajemen, dan bantuan pemasaran.³⁴

b. Kegiatan Usaha BMT

Adapun kegiatan yang dikembangkan oleh BMT ada beberapa macam, antara lain:³⁵

- 1) Menggalang dan menghimpun dana yang digunakan untuk membiayai usaha-usaha anggotanya. Modal awal BMT diperoleh dari simpanan pokok khusus para pendiri. Selanjutnya, BMT mengembangkan modalnya dari simpanan pokok, simpanan wajib, dan simpanan sukarelaanggota. Untuk memperbesar modal, BMT bekerjasama dengan berbagai pihak yang mempunyai kegiatan yang sama, seperti BUM, proyek-proyek pemerintah, LSM, dan organisasi lainnya. Para penyimpan akan memperoleh bagi hasil yang mekanismenya sudah diatur dalam BMT.
- 2) Memberikan pembiayaan kepada anggota sesuai dengan penilaian kelayakan yang dilakukan oleh pengelola BMT bersama anggota yang bersangkutan. Sebagai imbalan atas jasa ini, BMT akan mendapat bagi hasil sesuai aturan yang ada.
- 3) Mengelola usaha simpan pinjam itu secara profesional sehingga kegiatan BMT bisa menghasilkan keuntungan dan dapat dipertanggungjawabkan.

³⁴Amin Aziz, *Kegigihan Sang Perintis* Jakarta : MAA Institute, 2007,h.6.

³⁵Amalia Euis, *Keadilan Distribusi Dalam Ekonomi Islam Penguatan Peran LKM Dan UKM di Indonesia*, Jakarta: Rajawali Pers, 2009, h. 45.

4) Mengembangkan usaha-usaha di *sector rill* yang bertujuan untuk mencari keuntungan dan menunjang usaha anggota, misalnya distribusi dan pemasaran, penyediaan bahan baku, sistem pengelolaan, dan lain-lain.

BMT dalam melaksanakan operasionalnya memerlukan modal yang dapat dihimpun sebagai berikut :

- 1) Simpanan Pokok Khusus (SPK), yaitu simpanan yang merupakan modal awal untuk mendirikan BMT, jumlah tidak terbatas, terserah pada penyimpan akan menyimpan berapa menurut kemampuannya. Jumlah kepemilikan ini tidak mempengaruhi hak suara dalam rapat. SPK ini ditarik dari masyarakat sehubungan dengan adanya pendirian BMT tersebut.
- 2) Simpanan Pokok (SP), merupakan simpanan yang menjadi bukti keanggotaan di BMT, biasanya besarnya sama setiap anggota dan dapat diangsur. Anggota yang telah melunasi SP ini dianggap sebagai anggota penuh dengan segala hak dan kewajibannya. Bagi yang belum lunas, biasanya dicatat sebagai calon anggota.
- 3) Simpanan Wajib (SW), merupakan kewajiban yang harus dibayar oleh setiap anggota BMT sesuai dengan periode waktu yang telah ditetapkan. Misalnya harian, mingguan, bulanan,

tahunan, penetapan periode pembayaran dapat disesuaikan dengan kesanggupan anggota masing-masing.

4) Simpanan Sukarela (SS), merupakan simpanan atau titipan anggota dan calon anggota kepada BMT, bisa dalam bentuk tabungan, deposito, atau bentuk lain yang sah.

5) Jasa, merupakan produk BMT (sebagai usaha jasa keuangan). Anggota yang telah memenuhi persyaratan dapat memperoleh pelayanan jasa keuangan yang ada di BMT dengan memberi *fee* kepada BMT.

6) Wadiah, merupakan titipan umum yang ada di BMT dan umumnya yang disimpan dalam produk ini adalah dana sosial seperti zakat, infak dan sebagainya. Sumber dana BMT berasal dari anggota dan masyarakat calon anggota, baik dalam bentuk simpanan, deposito maupun bentuk-bentuk utang yang lain. Sumber dana tersebut digunakan oleh BMT untuk membiayai operasional rutin.³⁶

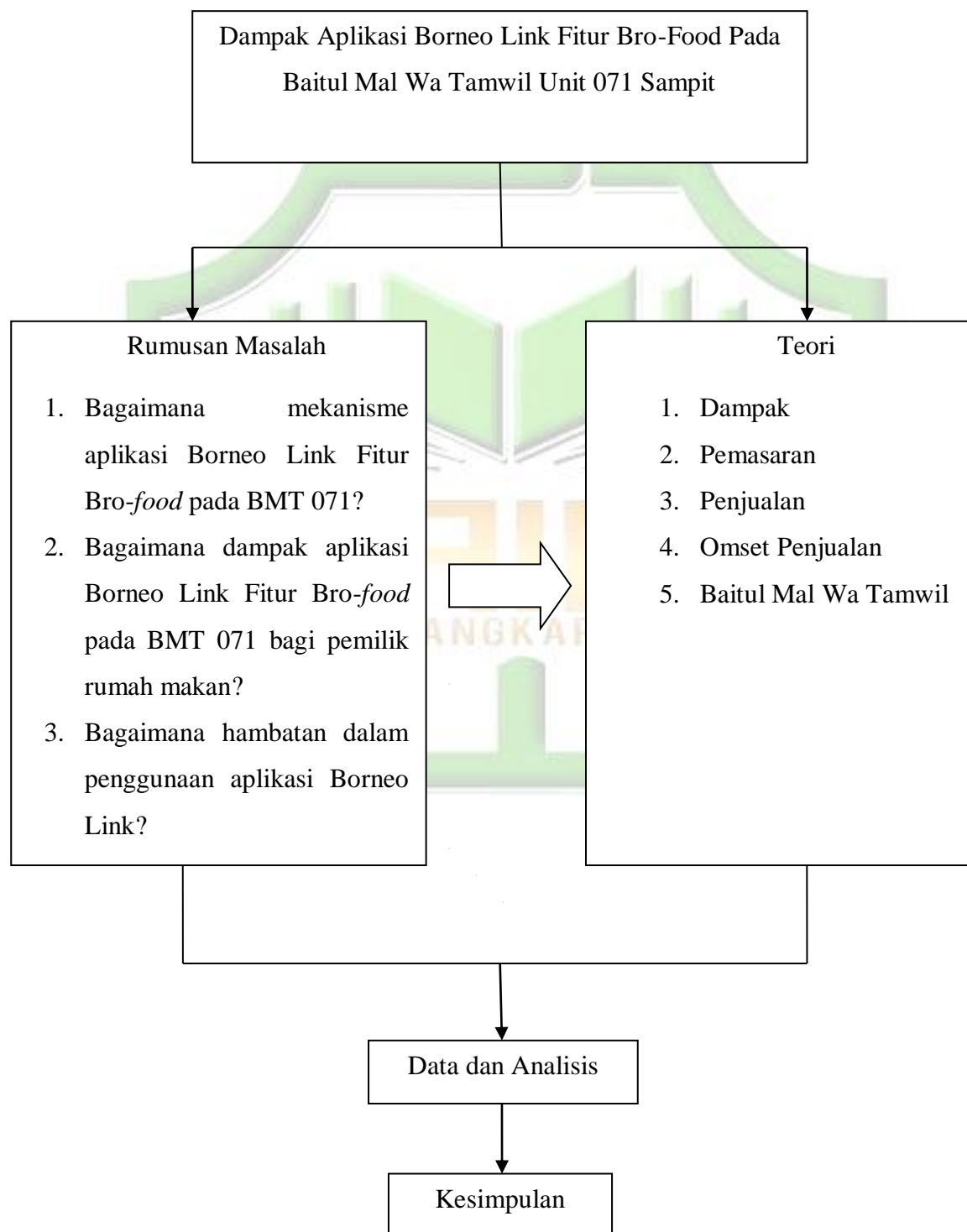
C. Kerangka Pikir

Penelitian ini didasarkan pada penggalian data peneliti ke lembaga BMT yang tersebar di kota Sampit. Perhatian peneliti tertuju pada salah satu BMT yang terletak di Jl. R.A Kartini, yaitu BMT 071. BMT 071 meluncurkan sebuah program aplikasi mirip Gojek yang mereka beri nama Borneo Link. Berdasarkan hal tersebut peneliti mengambil tema penelitian yaitu, “Dampak

³⁶Abdul Manan, *Hukum Ekonomi Syariah Dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010, h. 365.

Aplikasi Borneo Link Fitur Bro-*Food* Pada Baitul Mal Wa Tamwil 071 Sampit.” Untuk lebih jelasnya dapat dilihat sebagaimana kerangka piker berikut:

Tabel Kerangka Pikir 2.2



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan metode kualitatif. Metode kualitatif yaitu penelitian yang dimaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian.³⁷

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi saat sekarang. Penelitian deskriptif memusatkan perhatian pada masalah aktual sebagaimana adanya saat penelitian berlangsung. Melalui penelitian deskriptif, peneliti berusaha mendeskripsikan peristiwa dan kejadian yang menjadi pusat perhatian tanpa memberikan perlakuan khusus yang terhadap peristiwa tersebut.³⁸

Penelitian ini dimaksudkan agar dapat mengetahui dan menggambarkan apa saja yang terjadi di lapangan dengan jelas dan terperinci, sehingga nantinya peneliti dapat menggambarkan dengan lugas dan rinci mengenai penggunaan Aplikasi Borneo Link dan pemanfaatannya bagi pemilik rumah makan.

³⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif-Kualitatif dan R&D*, Bandung: CV. Alfabeta, 2017, h. 9

³⁸Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Kencana, 2011, h. 35

B. Waktu Penelitian Dan Tempat Penelitian

1. Waktu Penelitian

Alokasi waktu penelitian tentang “Dampak Aplikasi Borneo Link Fitur Bro-*Food* pada Baitul Mal Wa Tamwil Sampit” dilaksanakan selama dua bulan, dihitung sejak bulan September sampai bulan November tahun 2020. Penelitian yang dilakukan dalam waktu tenggang tersebut, peneliti merasa cukup untuk menggali data, baik dengan cara mengobservasi di lapangan dan juga melakukan wawancara dengan pihak terkait, serta mengumpulkan data berupa informasi dari subjek maupun informan yang berhubungan dengan permasalahan tersebut yang dapat membantu kelancaran dalam penelitian.

2. Tempat Penelitian

Tempat penelitian ini dilaksanakan di BMT 071 Jalan R.A Kartini Sampit. Alasan penulis memilih tempat penelitian di BMT 071 Jalan R.A Kartini Sampit dikarenakan hanya pada BMT 071 yang mengeluarkan inovasi baru berupa aplikasi seperti gojek yang mereka beri nama Aplikasi Borneo Link.

C. Penentuan Subjek Dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah orang, tempat atau benda yang diamati dalam rangka pembuatan penelitian sebagai sasaran. Subjek penelitian adalah sumber utama data penelitian, yaitu yang memiliki data mengenai

variabel-variabel yang diteliti. Pada dasarnya adalah yang akan dikenal kesimpulan hasil penelitian.³⁹

Subjek utama dalam penelitian ini adalah yang terlibat dalam menangani penggunaan Aplikasi Borneo Link:

- a. Salah Satu dari Tim TI di BMT 071 Sampit.
- b. Admin Aplikasi Borneo Link.

Adapun yang informan dari penelitian ini adalah:

- 1) Pemilik Rumah Makan, dengan kriteria:
 - a) Pengusaha kuliner yang ada di Sampit.
 - b) Tergabung sebagai mitra *Bro-food*.
 - c) Menggunakan Aplikasi Minimal 6 bulan.
 - d) Pemilik usaha memiliki tempat usaha yang permanen atau tidak pindah-pindah.
 - e) Bersedia untuk diwawancarai peneliti.
- 2) Pengguna Aplikasi Borneo Link, dengan kriteria:
 - a) Memiliki akun pada Aplikasi Borneo Link.
 - b) Telah menggunakan Aplikasi Borneo Link sekitar 3-6 bulan.
 - c) Telah melakukan transaksi sekurang-kurangnya 3-5 kali.
 - d) Bersedia untuk diwawancarai peneliti.

Pihak-pihak tersebut merupakan sumber yang dapat membantu untuk mengumpulkan data-data terkait yang dapat dijadikan bahan untuk penelitian.

³⁹Saifuddin Anwar, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007, h. 34

2. Objek Penelitian

Menurut Nasution mendefinisikan bahwa objek penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, subjek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁴⁰

Dapat dipahami bahwa dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitiannya tentang penggunaan Aplikasi Borneo Link dan dampak bagi pemilik rumah makan di Sampit.

D. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian ini dilakukan dengan cara mengunjungi langsung objek penelitian dalam rangka mengumpulkan data-data.

Teknik mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik sebagai berikut:⁴¹

1. Observasi

Observasi yaitu suatu cara mengumpulkan data dengan melakukan pengamatan langsung ke objek penelitian yang diteliti. Peneliti hanya dapat bekerja berdasarkan data yang diperoleh melalui observasi. Observasi dilakukan langsung ke lapangan dengan mencatat setiap kejadian yang diteliti, dan mencari bukti otentik agar dapat memperkuat hasil penelitian. Observasi bertujuan untuk mengamati subjek dan objek

⁴⁰Lexy J. Moleong, , *metodologi penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), h.101

⁴¹Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2010, h. 73

penelitian, sehingga peneliti memahami kondisi yang sebenarnya.

Pengamatan yang dilakukan peneliti mengenai:

- a. Setiap nasabah yang datang ke BMT 071 mereka menerima dan melayani dengan tulus dan serius, baik itu yang sudah menjadi mitra *Bro-food* ataupun yang baru memulai ingin bergabung sebagai mitra *Bro-food* di Aplikasi Borneo Link.
- b. Observasi berikutnya dilakukan ke tempat pengusaha kuliner yang sudah bergabung sebagai mitra *Bro-food*. Peneliti mengamati tentang:
 - 1) Pelanggan yang makan langsung di tempat.
 - 2) Pelanggan yang memesan makanan secara online melalui Aplikasi Borneo Link.

2. Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan cara bertanya langsung atau berkomunikasi langsung dengan informan. Metode wawancara ini adalah metode yang terdapat proses interaksi antara pewawancara dengan informan. Pewawancara meminta keterangan atau bertanya dengan informan, kemudian informan dapat memberikan keterangan dan jawaban dengan jelas dan baik.

Wawancara dan observasi bisa dilakukan secara bersamaan. wawancara dapat digunakan untuk menggali lebih dalam dari data yang diperoleh dari observasi. Demikian, tidak ada informasi yang terputus, antara yang dilihat dengan didengar serta dicatat. Komunikasi antara

pewawancara dengan yang diwawancarai bersifat intensif dan masuk kepada hal yang bersifat detail. Tujuannya untuk memperoleh informasi yang rinci dan memahami latar belakang sikap dan pandangan narasumber.

Teknik wawancara yang dilakukan peneliti dalam penelitian menggunakan teknik wawancara terstruktur, yakni teknik wawancara dengan menggunakan pedoman wawancara yang sudah ditentukan peneliti sebelumnya berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis untuk diajukan dan mencatat apa yang dikemukakan informan. Adapun pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan adalah sebagai berikut:

- a. Pertanyaan penelitian yang diajukan kepada pihak BMT 071:
 - 1) Apa saja persyaratan jika ingin menjadi mitra dan pengguna Aplikasi Borneo Link?
 - 2) Bagaimana pihak BMT 071 memasarkan Aplikasi Borneo Link kepada masyarakat?
 - 3) Apa hambatan yang dihadapi oleh BMT 071 dalam pengembangan Aplikasi Borneo Link?
- b. Pertanyaan penelitian yang diajukan kepada pemilik rumah makan:
 - 1) Bagaimana awal mula mengetahui adanya Aplikasi Borneo Link?
 - 2) Apakah Aplikasi Borneo Link membantu memasarkan produk?
 - 3) Apakah ada perubahan yang dirasakan oleh pemilik rumah makan dengan mempromosikan produk jualan di Aplikasi Borneo Link?

c. Pertanyaan penelitian yang diajukan kepada pengguna Aplikasi Borneo Link:

- 1) Bagaimana awal mula mengetahui adanya Aplikasi Borneo Link?
- 2) Adakah manfaat yang anda rasakan dengan memakai Aplikasi Borneo link?
- 3) Adakah hambatan dalam penggunaan Aplikasi Borneo Link?

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang bersumber dari dokumen dan catatan-catatan tertulis serta mempelajari secara seksama tentang hal-hal yang berkaitan dengan data yang diperlukan.

Adapun dokumen yang dikumpulkan tersebut bersumber dari data-data yang diperoleh dari subjek yang sudah ditentukan. Data tersebut diantaranya dalam bentuk: gambaran umum lokasi penelitian, alamat website, brosur, foto-foto.

E. Pengabsahan Data

Pengabsahan data dalam sebuah penelitian sangat diperlukan, karena dengan adanya pengabsahan data menjamin bahwa semua hasil penelitian, pengamatan, observasi, wawancara, dan dokumentasi memang benar dan sesuai dengan realita yang terjadi di tempat penelitian. Hal ini dilakukan oleh penulis untuk menjamin bahwa data yang didapat memang benar-benar terjadi di realita kehidupan terutama di lingkungan lembaga keuangan.

Lexy. J. Moleong.berpendapat :

” Untuk memperoleh tingkat keabsahan data adapun teknik yang digunakan adalah teknik triangulasi. *Triangulasi*

adalah teknik pengabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk pengecekan atau sebagai mana perbandingan.”⁴²

Menurut pamon yang dikutip lexy moleong tentang hal diatas dapat dicapai dengan :

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara.
2. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

Adapun triangulasi yang dipakai dalam penelitian ini adalah:

- a. Triangulas metode, dilakukan dengan cara membandingkan informasi atau data dengan cara yang berbeda. Peneliti dalam penelitian kualitatif menggunakan metode wawancara dan obervasi atau pengamatan untuk mengecek kebenarannya. Selain itu, peneliti juga menggunakan informan yang berbeda untuk mengecek kebenaran informasi tersebut.
- b. Triangulasi sumber, hal ini dimaksudkan untuk membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang melalui waktu dan alat yang berbeda dengan metode kualitatif. Selain melalui wawancara dan observasi, peneliti bisa menggunakan observasi terlibat (*participant obervation*), dokumen tertulis, arsip, dokumen sejarah, catatan resmi, catatan atau tulisan pribadi dan gambar atau foto. Masing-masing cara itu akan menghasilkan bukti atau data yang

⁴² Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* , Bandung: PT. Remaja Rosada Karya, 2004, h. 178

berbeda, yang selanjutnya akan memberikan pandangan (*insights*) yang berbeda pula mengenai fenomena yang diteliti.

F. Analisis Data

Analisis data diperlukan beberapa tahapan, seperti yang diungkapkan Bungin dalam bukunya *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, yakni:

1. *Data collection* atau koleksi data adalah pengumpulan data dengan analisis data, yang mana data tersebut diperoleh selama melakukan pengumpulan data tanpa proses pemilahan.
2. *Data reduction*, yaitu pengolahan data yang mencakup kegiatan mengikhtiarkan hasil pengumpulan data selengkap mungkin, dan memilah-milahnya ke dalam satuan konsep tertentu, kategori tertentu atau tema tertentu.
3. *Data display* atau penyajian data ialah data yang dari kenchah penelitian dipaparkan secara ilmiah oleh peneliti dengan tidak menutupi kekurangan.
4. *Conclusion drawing* atau penarikan kesimpulan dengan melihat kembali pada reduksi data *display* sehingga kesimpulan yang diambil tidak menyinggung.⁴³

G. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penyusunan dan pembahasan skripsi ini, penulis menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut:

⁴³Burhan Bungin, *Analisis data Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2003, h. 69-70

Bab I Pendahuluan. Bagian ini bermaksud mengantar pembaca kedalam pembahasan, dengan membaca bagian pendahuluan, pembaca sudah mendapat gambaran umum tentang pokok bahasan dan penyajiannya. Pendahuluan terdiri dari latar belakang, rumusan masalah serta tujuan dan kegunaan penelitian.

Bab II Kajian Pustaka. Bagian ini berisi tentang penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini, juga berisi kajian teori yang menjabarkan masalah-masalah yang berhubungan dengan objek penelitian melalui teori-teori yang mendukung serta relevan dari buku atau literature yang berkaitan dengan masalah yang diteliti dan juga sumber informasi dari referensi media lain.

Bab III Metode Penelitian. Pada bab memfokuskan pada pembahasan teknis metode penelitian yaitu waktu dan tempat penelitian, jenis pendekatan penelitian, objek dan subjek penelitian, teknik pengumpulan data, metode pengolahan data dan metode analisis data.

Bab IV terdiri dari hasil penelitian dan pembahasan yang akan dipaparkan data-data hasil penelitian secara rinci dan menyeluruh.

Bab V terdiri dari penutup merupakan uraian akhir dari penelitian yang dilakukan. Bab ini terbagi atas bagian kesimpulan dan saran dari peneliti.

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Profil BMT Kube Sejahtera Unit 071

Jaman sekarang lembaga perbankan marak dikalangan masyarakat dan telah tumbuh pesat seiring dengan perkembangan jaman, namun pada prakteknya perbankan dalam wilayah lokal ini tidak bisa merangkul pada sektor usaha kecil mikro, sehingga dengan demikian usaha kecil mikro mencapai taraf kesulitan untuk tumbuh dan berkembang, karena memiliki keterbatasan finansial yang dibutuhkan, maka dari itu BMT adalah sebagai solusi terbaik untuk menjamah pengusaha kecil mikro dalam hal pengembangan sektor riilnya, dengan demikian maka Lembaga Keuangan Mikro (LKM) BMT Kube Sejahtera unit 071 didirikan pada bulan November 2006 tanggal 27 di wilayah kabupaten Kota waringin Timur. Tepatnya di Jl. R.A Kartini No. 6B, Baamang Hilir, Sampit.

Baitul Maal Wat Tamwil Unit 071 Sampit, memiliki Akta notaris tanggal 16 Juni 2006 dengan NIK Koperasi : 6216020020011, Badan Hukum : 64/BH/XVIII5/2009, 4 Agustus 2009 dan SIUP : 503/05/KP3M-SIUP-KOP/KTW/IX/2014. Kini BMT 071 telah berdiri sekitar 14 tahun dengan jumlah anggota hingga saat ini mencapai \pm 1.800 orang.⁴⁴

⁴⁴Dikutip dari situs resmi BMT 071, <https://bmt071.com/tentang/profil-bmt-071> di unduh pada tanggal 25 Oktober 2020

3. Visi dan Misi BMT Kube Sejahtera Unit 071

a. Visi BMT 071 Sampit, yaitu :

“ Menjadi lembaga keuangan yang mandiri, sehat, kuat, dan terpercaya dalam melayani usaha anggota dan masyarakat sekitar menuju kehidupan yang adil, makmur, dan sejahtera, material dan spiritual.”

b. Misi BMT 071 Sampit, yaitu :

- 1) Gerakan pemberdayaan meningkatkan kapasitas dalam kegiatan ekonomi riil dan kelembagaanya menuju tatanan perekonomian yang makmur dan maju.
- 2) Gerakan keadilan membangun struktur masyarakat madani yang adil berkemakmuran-kemajuan, berkeadilan berlandaskan ekonomi yang transparan dan adil (syari'ah dan ridha Allah SWT).

4. Struktur Organisasi



5. Produk-Produk BMT Kube Sejahtera Unit 071

Untuk menarik minat masyarakat agar menggunakan produk, BMT 071 menawarkan berbagai macam bentuk produk. Produk-produk tersebut antara lain:

a. Simpanan

1) SIMAS

SIMAS atau “Simpanan Wadiah Emas” adalah Produk Simpanan terbaru KSU BMT 071 Sampit, sebuah produk untuk membantu semua kalangan masyarakat agar dapat memiliki Emas Murni 24 Karat (logam mulia) dengan harga yang sangat terjangkau hanya dengan min. Rp. 65.000,- sudah bisa mendapatkan emas murni 24 karat (MiniGold).

2) Tajaka

Tajaka atau “Tabungan Berjangka berhadiah merupakan produk simpanan yang setorannya sekaligus, dengan menggunakan prinsip *mudharabah mutlaqah* yang penarikannya hanya dapat dilakukan sesuai dengan jangka waktu yang dikehendaki. Adapun jangka waktu yang dapat dipilih adalah 6, 12, dan 24 bulan. Selain mendapatkan bagi hasil setiap bulannya sesuai dengan nisbah yang telah ditentukan, mitra (*shohibul maal*) juga akan mendapatkan hadiah langsung pada saat akad pembukaan simpanan.⁴⁵

⁴⁵Dikutip dari situs resmi BMT 071, <https://bmt071.com/tentang/profil-bmt-071> di unduh pada tanggal 25 Oktober 2020

3) Superman

Superman atau “Simpanan Untuk Pelajar Mandiri” adalah simpanan bagi para siswa atau pelajar agar hidup hemat dengan menabung, diperuntukkan bagi siswa dari tingkat *play group* sampai SMA. Superman ini sangat cocok untuk para pelajar karena hanya dengan setoran awal sebesar Rp. 10.000 sudah bisa membuka tabungan dan setoran selanjutnya minimal hanya Rp. 2.000.

4) SIDIK

Sidik atau “Simpanan Pendidikan” adalah simpanan yang diperuntukkan dalam merencanakan biaya pendidikan yang dananya hanya dapat ditarik 2x setahun yaitu pada waktu semesteran. Setoran awal minimal hanya Rp. 10.000 anda sudah bisa membuka tabungan dan minimal setoran selanjutnya hanya sebesar Rp. 5.000

5) SISOHIB

Sisohib atau “Simpanan Sohibul Qurban” adalah simpanan diperuntukkan dalam merencanakan biaya berkorban. Mulai dari iuran perbulannya untuk sapi; Kelompok sebesar Rp. 285.000/bln dan perorangan sebesar Rp. 1.995.000/bln. Sedangkan untuk Kambing mulai dari perorangan Rp. 350.000/bln.⁴⁶

⁴⁶Dikutip dari situs resmi BMT 071, <https://bmt071.com/tentang/profil-bmt-071> di unduh pada tanggal 25 Oktober 2020

b. Pembiayaan

1) Gadai

Gadai adalah upaya untuk mendapatkan dana dengan cara memberikan benda jaminan kepada pemberi dana atau kreditor. Jika butuh Dana Cepat dan Tanpa Proses yang ribet. Gadaikan saja barang elektronik Anda mulai dari Handphone, Laptop, Camera, TV, Tablet/Notebook sampai Emas. 15 Menit Dana Cair. Lebih mudah dan cepat ,tanpa bunga.

2) Ijarah

Ijarah adalah transaksi sewa menyewa atas suatu barang dan atau upah mengupah atas suatu jasa dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa atau imbalan jasa.

c. Investasi

1) Kavling Tanah

Kavling tanah adalah produk yang ditawarkan BMT 071 pada nasabah yang ingin berinvestasi tanah. Posisi tanah yang disediakan berada di Jl. Jend. Sudirman Km. 11 masuk Jl. Subur Makmur kurang lebih 800 meter.

2) Borneo Amanah Mart (BAM)

Borneo Amanah Mart adalah toko ritel modern yang dikelola secara modern dan merupakan brand local dan independent yang

prinsip pendirian serta kepemilikannya berbasis komunitas atau jamaah.⁴⁷

d. Layanan

1) Borneo Link

Borneo Link merupakan sebuah aplikasi prakarsa dari pimpinan BMT 071 dengan TIM TI yang didirikan untuk membantu memudahkan masyarakat di Sampit. Borneo Link merupakan aplikasi pintar berbasis android untuk menjawab berbagai kebutuhan masyarakat Sampit dengan fitur yang cukup lengkap. Terdapat banyak fitur yang disediakan di dalam Aplikasi, yang mana fitur-fitur tersebut mampu memudahkan aktivitas pengguna. Fitur-fitur tersebut ialah: (1) Fitur Brojek, untuk antar jemput pengguna menggunakan motor. (2) Fitur Brotitip, untuk membelikan dan mengantarkan barang, kebutuhan pokok, makanan ke tempat tujuan. (3) Bro-*food*: layanan untuk pesan antar yang tersedia di Borneo Link. Mitra Usaha yang sudah terdaftar layanan BroFood akan menerima pesanan pada Aplikasi Borneo Link dan berkesempatan untuk meningkatkan penjualan dengan memperluas jangkauan usaha ke pengguna aplikasi Borneo Link. (4) Bro-*car*: layanan untuk transportasi mobil yang siap menjemput dan mengantarkan penumpang sampai ke tempat tujuan. (5) BAM Online: layanan yang siap membelanjakan barang pesannya di

⁴⁷Situs resmi BMT 071, <https://bmt071.com/tentang/profil-bmt-071> (online 25 Oktober 2020)

Toko BAM. (6) *Bro-invest*: layanan yang menyediakan wadah untuk berinvestasi. (7) PPOB: layanan untuk membayar tagihan. Contohnya, Tagihan listrik dan air PDAM.

2) *IBS mobile system*

IBS mobile system ini sebuah *financial technology banking* (perbankan teknologi keuangan) dengan platform berbasis android dan web base application (aplikasi berbasis web) layaknya layanan perbankan terhadap nasabah.⁴⁸

B. Penyajian Data

1. Mekanisme Aplikasi Borneo Link Fitur *Bro-Food* pada BMT 071

Untuk mengetahui dari hasil penelitian mengenai mekanisme Aplikasi Borneo Link Pada BMT 071, akan diuraikan dalam beberapa penyajian data dari hasil wawancara dengan narasumber. Subjek yang peneliti wawancara yaitu, I selaku salah satu dari Tim TI, H selaku *Costumer Service/admin* borneo link, serta informan DI selaku karyawan rumah makan KA, M selaku pemilik rumah makan M, K selaku pemilik rumah makan HJ,Y selaku pemilik rumah makan DM, D dan W selaku pengguna aplikasi Borneo Link. Untuk lebih jelasnya berikut uraian mengenai subjek penelitian dan keterangan yang di dapatkan peneliti.

a. Subjek I

Hasil wawancara dengan I yang mana beliau merupakan salah satu tim bagian TI di BMT 071 Sampit. Peneliti menanyakan Bagaimana

⁴⁸Situs Resmi BMT 071, <https://bmt071.com/> (online 24 September 2020)

awal mula terbentuk Aplikasi Borneo Link?. Kemudian I menjawab:“Awal mula terbentuk itu karena prakarsa pimpinan sama kami tim TI, bahwa dengan dikembangkannya aplikasi ini semoga dapat membantu masyarakat untuk memenuhi berbagai kebutuhannya.”⁴⁹

Peneliti kemudian bertanya apa saja persyaratan jika ingin menjadi mitra dan pengguna Aplikasi Borneo Link?. Berikut jawaban dari I:

“Persyaratannya sudah lengkap kami cantumkan dibrosur hanya menyerahkan ktp, email atau nomor hp aja dan untuk pengguna sama sekali tidak ada persyaratan apapun, siapapun bisa menggunakan aplikasi ini. Aplikasi ini kami sediakan gratis di *play/app store* jadi jika ada yang ingin menggunakan aplikasi ini mereka bisa langsung mendownloadnya saja.”⁵⁰

Berdasarkan hasil wawancara dengan subjek I, beliau menjelaskan bahwa terbentuknya aplikasi ini merupakan prakarsa pimpinan bersama tim TI. Aplikasi ini diciptakan untuk mempermudah kebutuhan masyarakat dan membantu masyarakat yang memiliki usaha untuk memperluas jangkauan konsumennya.

b. Subjek H

Hasil wawancara dengan H yang mana beliau merupakan salah satu *costumer service* dan selaku admin Aplikasi Borneo Link di BMT 071 Sampit. Peneliti menanyakan apa saja persyaratan jika ingin menjadi mitra dan pengguna Aplikasi Borneo Link?. Kemudian H menjawab:

⁴⁹Wawancara dengan subjek I tanggal 22 Oktober 2020

⁵⁰Wawancara dengan subjek I tanggal 22 Oktober 2020

“Kalo untuk menjadi mitra persyaratannya sama seperti yang sudah ada dibrosur ini ka, yaitu cukup dengan menyerahkan fotocopy ktp, nanti kita akan minta email atau nomor hpnya juga terus nanti kita bakal memfoto menu-menu yang di jual beserta harganya untuk dimasukkan ke aplikasi. Perlu diketahui juga untuk menjadi mitra aplikasi borneo link ini nasabah tidak dikenakan biaya apapun. Karena kami berniat untuk membantu usaha umkm di sini ka. Lalu jika ingin menjadi pengguna aplikasi borneo link, tidak ada syarat apapun cukup mendownload aplikasinya di *play/app store* secara gratis kemudian tinggal isi kelengkapan biodata untuk membuka akun borneo linknya, nanti untuk *top up* saldo nya bisa kita bantu melalui *teller*. Untuk saldo bisa diisi minimal Rp. 10.000,- sampai dengan maximal Rp. 500.000,-.”⁵¹

Peneliti menanyakan kembali bagaimana cara menggunakan uang yang telah ditop up?. Kemudian H menjawab:

“Top up itu akan dimasukkan ke fitur Bro-pay, cara gunainnya nanti kalo udah fix sama pesanan ada pilihan metode pembayaran, setelah diklik nanti muncul pin, kalo udah dimasukkan pinnya klik selesai. kemudian kalo mau bayar pakek uang cash juga bisa.”⁵²

Peneliti menanyakan kembali bagaimana mekanisme penggunaan aplikasi borneo link?. Kemudian H menjawab:

“Kalo untuk pengguna setelah mengisi kelengkapan data, nanti ada kode verifikasi yang dikirimkan lewat email. Lalu nanti tinggal dimasukkan. Setelah itu nanti terlihat *home pagenya*, tinggal pilih mau gunain fitur apa. Kalo untuk pemilik rumah makan sama juga tinggal isi kelengkapan data yang tercantum, lalu nanti terlihat *home pagenya*.”⁵³

Berdasarkan hasil wawancara dengan H, beliau menjelaskan syarat untuk menjadi mitra adalah hanya dengan menyerahkan fotocopy ktp, email/nomor *handphone*, kemudian akan diminta foto-foto dagangan beserta harga produk yang dijual oleh calon mitra. H juga menjelaskan bahwa bermitra dengan borneo link ini tidak dikenakan biaya apapun

⁵¹Wawancara dengan subjek H tanggal 27 Januari 2020

⁵²Wawancara dengan subjek H tanggal 27 Januari 2020

⁵³*Ibid.*,

karena pihak borneo link hanya ingin membantu umkm yang ada di Sampit, serta untuk pengguna, cukup dengan mendownload aplikasi borneo link di *play/app store* kemudian membuat akun, pengguna sudah dapat menggunakan aplikasi tersebut. Pengguna bisa melakukan top up melalui teller dengan nominal minimal Rp. 10.000,- sampai Rp. 500.000,-

Peneliti kemudian menanyakan, apakah ada penentuan klasifikasi rumah makan, produk dan pengguna serta bagaimana pihak bmt 071 memasarkan produk mitra?. Berikut jawaban H:

“Gak ada sih ka semuanya bisa menjadi mitra borneo link, yang pasti ya punya usaha kalo untuk produk bebas ka bisa minuman, bisa makanan berat, atau jajanan juga bisa kok. Kalo untuk pengguna, siapapun bisa menjadi pengguna tidak harus menjadi nasabah di BMT ini dulu. Untuk memasarkan produk kami menyediakan beberapa fasilitas yaitu aplikasi itu sendiri, lalu sosial media seperti *Instagram* dan *facebook* jadi orang bisa juga liat dari situ.”⁵⁴

Berdasarkan hasil wawancara, H menjelaskan bahwa tidak ada klasifikasi khusus untuk menjadi mitra borneo link serta produk yang akan dimasukkan ke aplikasi pun bisa berupa makanan, minuman ataupun jajanan. Sebagai pengguna juga tidak diharuskan untuk menjadi nasabah BMT terlebih dahulu. Subjek juga menjelaskan bahwa untuk memasarkan produk, pihak bmt 071 menyediakan beberapa fasilitas yaitu aplikasi borneo link itu sendiri yang mana di dalamnya terdapat nama rumah makan, alamat, kontak, menu dan harga yang telah dicantumkan. Selain itu, pihak bmt 071 juga

⁵⁴Wawancara dengan subjek H tanggal 27 Januari 2020

mempromosikan produk yang ada melalui sosial media hal ini dilakukan untuk membantu memaksimalkan promosi.

c. Informan DI

Rumah makan KA adalah salah satu rumah makan yang mendaftar menjadi mitra Borneo Link. Peneliti menanyakan kepada DI saat melakukan wawancara: Bagaimana awal mula mengetahui Aplikasi Borneo Link. Berikut Jawaban DI: “Awal mula tahu itu dari pihak borneo linknya yang menawarkan untuk menjadi mitra, mereka langsung datang ke tempat saya.”⁵⁵

Peneliti kemudian menanyakan, apa saja syarat yang diperlukan untuk menjadi mitra borneo link dan berapa biaya yang dibutuhkan.

Berikut jawaban DI:

“Kemarin cuman diminta fotokopi KTP aja, lalu diminta untuk mengirimkan foto produk sama harga aja terus diminta nomor *handphone* untuk *contact person* di aplikasi. Untuk biaya kami tidak diminta biaya apapun ka.”⁵⁶

Berdasarkan hasil wawancara, DI menjelaskan bahwa dalam mensosialisasikan aplikasi borneo link ini, pihak BMT 071 mendatangi langsung rumah makan kemudian menawarkan produk mereka. DI juga menjelaskan bahwa persyaratan untuk menjadi mitra borneo link itu cukup mudah yaitu, hanya menggunakan fotokopi ktp. Kelengkapan data yang diperlukan hanya foto produk beserta harga dan *contact person* untuk memudahkan pelanggan nantinya. Bermitra

⁵⁵Wawancara dengan informan Di tanggal 06 Oktober 2020

⁵⁶Wawancara dengan informan Di tanggal 06 Oktober 2020

dengan Borneo Link ini juga rumah makan tidak dibebankan biaya apa pun.

d. Informan M

Rumah makan M adalah salah satu rumah makan yang mendaftar menjadi mitra Borneo Link. Peneliti menanyakan kepada M saat melakukan wawancara: Bagaimana awal mula mengetahui Aplikasi Borneo Link. Berikut Jawaban M:

“Tempat saya kan dekat sama BMT, jadi ada karyawan BMT yang sering makan di sini, lalu dia bilang kalo mereka punya aplikasi baru namanya Borneo Link itu tadi. Katanya jualan kita mau dipromosiin kalo ikut gabung.”⁵⁷

Peneliti kemudian menanyakan, apa saja syarat yang diperlukan untuk menjadi mitra borneo link dan berapa biaya yang dibutuhkan. Berikut jawaban M: “Fotokopi KTP, terus mereka motoin menu jualan saya sama harganya untuk dimasukkan ke Aplikasi. Buat biaya gak ada diminta, kemarin bilangnyanya sih gratis.”⁵⁸

Berdasarkan hasil wawancara, M menjelaskan bahwa dalam memberitahukan aplikasi borneo link ini, pihak BMT 071 menawarkan produknya kepada rumah makan terdekat. Mereka mendatangi rumah makan secara langsung kemudian menjelaskan konsep dari Borneo Link tersebut. M juga menjelaskan bahwa persyaratan untuk menjadi mitra borneo link itu hanya menggunakan fotokopi ktp, disertai foto produk beserta harga dan untuk bermitra

⁵⁷Wawancara dengan informan M tanggal 13 Oktober 2020

⁵⁸Wawancara dengan informan M tanggal 13 Oktober 2020

dengan Borneo Link tidak ada biaya yang dibebankan kepada calon mitra.

e. Informan K

Rumah makan HJ adalah salah satu rumah makan yang mendaftar menjadi mitra Borneo Link. Peneliti menanyakan kepada K saat melakukan wawancara: Bagaimana awal mula mengetahui Aplikasi Borneo Link. Berikut Jawaban K: “Ada karyawannya mbak, dua orang yang nawarin ke sini.”⁵⁹

Peneliti kemudian menanyakan, apa saja syarat yang diperlukan untuk menjadi mitra borneo link dan berapa biaya yang dibutuhkan. Berikut jawaban K: “Ada diminta fotokopi ktp mbak, terus dimintai harga jualan sama foto makanannya juga, sama nomor hp. Gak ada biayanya mbak.”⁶⁰

Berdasarkan hasil wawancara, K menjelaskan bahwa pihak BMT secara langsung datang ke tempatnya untuk menawarkan produk. K juga menjelaskan bahwa dengan hanya menggunakan fotokopi ktp, sudah bisa menjadi mitra Borneo Link dan Borneo Link juga tidak membebankan biaya kepada rumah makan.

f. Informan Y

Rumah makan DM adalah salah satu rumah makan yang mendaftar menjadi mitra Borneo Link. Peneliti menanyakan kepada Y saat

⁵⁹Wawancara dengan informan K tanggal 13 Oktober 2020

⁶⁰Wawancara dengan informan K tanggal 13 Oktober 2020

melakukan wawancara: Bagaimana awal mula mengetahui Aplikasi Borneo Link. Berikut Jawaban Y: “Waktu itu saya lagi siap-siap buka warung terus ada yang datang ke saya. Dia ngejelasin gitu, katanya dari BMT apa gitu mereka ada punya Aplikasi, aplikasinya itu bisa buat promoin jualan.”⁶¹

Peneliti kemudian menanyakan, apa saja syarat yang diperlukan untuk menjadi mitra borneo link dan berapa biaya yang dibutuhkan. Berikut jawaban Y: ”Kalo untuk biaya kemaren dia bilangnye gak ada, gak pakek biaya. Syaratnya cuman minta fotokopi ktp, sama foto menu sama harga.”⁶²

Berdasarkan hasil wawancara, Y menjelaskan bahwa dalam mensosialisasikan aplikasi borneo link ini, pihak BMT 071 mendatangi langsung rumah makan kemudian menawarkan produk mereka. Y juga menjelaskan bahwa persyaratan yang disyaratkan cukup mudah, hanya menggunakan fotokopi ktp dan tidak ada biaya yang dikenakan untuk menjadi mitra Borneo Link.

g. Informan D

D adalah salah satu konsumen pengguna Aplikasi Borneo Link. Peneliti menanyakan kepada D saat melakukan wawancara: Bagaimana awal mula mengetahui Aplikasi Borneo Link. Berikut Jawaban D: “Saya tahunya dari abang sepupu yang kebetulan juga

⁶¹Wawancara dengan informan Y tanggal 19 Oktober 2020

⁶²Wawancara dengan informan Y tanggal 19 Oktober 2020

kerja di BMT. Dia bilang ada aplikasi baru lalu dia bantu instalin kemudian ngejelasin cara kerjanya.”⁶³

Peneliti kemudian menanyakan, adakah biaya yang dikenakan untuk menginstal aplikasi boerneo link. Berikut jawaban D: “Ngak ada biaya, langsung instal aja di *Play Store*.”⁶⁴

Peneliti kemudian menanyakan, bagaimana mekanisme memesan makanan di fitur bro-food. Berikut jawaban D:

”Buka dulu aplikasinya nanti ada fitur namanya bro-food terus klik, lalu nanti muncul pilihan rumah makan setelah itu tinggal pilih menu, lalu masukkan dalam pesanan, terus pilih mau bayar pakek apa bisa pake saldo yang di aplikasi atau *cash*.”⁶⁵

Berdasarkan hasil wawancara, D menjelaskan bahwa mendapatkan sosialisasi secara langsung bertatap muka dan mendapatkan arahan untuk mengoperasikan aplikasi borneo link. D juga menjelaskan bahwa menginstal aplikasi borneo link hanya menginstal di *play store* tanpa biaya dan untuk memesan makanan pada fitur bro-food pengguna bisa dengan mudah mengikuti alur yang telah disediakan.

h. Informan W

W adalah salah satu konsumen pengguna Aplikasi Borneo Link. Peneliti menanyakan kepada W saat melakukan wawancara: Bagaimana awal mula mengetahui Aplikasi Borneo Link. Berikut Jawaban W: “Awal tahunya dari teman saya.”⁶⁶

⁶³Wawancara dengan informan D tanggal 03 November 2020

⁶⁴Wawancara dengan informan D tanggal 03 November 2020

⁶⁵Wawancara dengan informan D tanggal 03 November 2020

⁶⁶Wawancara dengan informan W tanggal 05 November 2020

Peneliti kemudian menanyakan, adakah biaya yang dikenakan untuk menginstal aplikasi boerneo link. Berikut jawaban Mas W:

“Gak mbak, gratis kok di *play store* kalo mbaknya mau.”⁶⁷

Peneliti kemudian menanyakan, bagaimana mekanisme memesan makanan di fitur bro-food. Berikut jawaban W:

“Langsung aja klo udah download dan mendaftar nanti di *home pagenya* ada pilihan bro food, diklik terus pilih mau makan dimana disitu ada beberapa pilihan rumah makannya lalu pilih makanannya, lalu masukkan ke daftar pesanan setelah itu pilih pembayaran lalu nunggu dapat *driver*, kalo udah dapat tinggal tunggu pesanannya nyampe.”⁶⁸

Berdasarkan hasil wawancara, W menjelaskan bahwa mendapatkan informasi mengenai Aplikasi Borneo Link dari temannya yang artinya dia mendapatkan sosialisasi secara langsung. W juga menjelaskan bahwa menginstal aplikasi borneo link terbilang cukup mudah dengan hanya menginstal di *play store* secara gratis dan untuk memesan makanan pengguna bisa langsung mengklik fitur brofood, kemudian memilih rumah makan yang diinginkan, memilih makanan, kemudian membayar makanannya.

2. Dampak Aplikasi Borneo Link Fitur Bro-Food Pada BMT 071 bagi Pemilik Rumah Makan

Untuk mengetahui hasil penelitian yang telah peneliti lakukan terkait dampak Aplikasi Borneo Link Fitur Bro Food pada BMT bagi pemilik rumah makan, maka akan diuraikan dalam beberapa penyajian data dari

⁶⁷*Ibid.*,

⁶⁸*Ibid.*,

hasil wawancara dengan narasumber. Subjek yang peneliti yaitu, DI selaku karyawan rumah makan KA, M selaku pemilik rumah makan M, K selaku pemilik rumah makan HJ,Y selaku pemilik rumah makan DM, D dan W selaku pengguna aplikasi Borneo Link. Untuk lebih jelasnya berikut uraian mengenai subjek penelitian dan keterangan yang di dapatkan peneliti.

a. Subjek DI

DI adalah salah satu karyawan yang bekerja di rumah makan KA. Peneliti menanyakan kepada DI saat melakukan wawancara: Apakah borneo link membantu dalam memasarkan produk?. Berikut jawaban

DI :

“Cukup membantu sih ka, karena selain di borneo linknya itu, dia juga promoin di instgram (IG). Misalnya juga kalo kita *posting* di IG dan kita tandain pasti *direpost* langsung. Apalagi saya kan baru merintis usahanya cukup memungkinkan dengan bermitra bisa memudahkan usaha saya untuk dikenali.”⁶⁹

Kemudian peneliti kembali bertanya kepada DI: Apakah ada perubahan yang dirasakan oleh pemilik rumah makan dengan mempromosikan produk jualan di Aplikasi Borneo Link?. Lalu DI menjawab:

“Ya, pelanggan sedikit sedikit nambah diliat juga dari nambahnya pengikut di IG terus yang beli biasanya cuman 15 sampai 20 porsi sekarang ini sudah bisa sampai 30 porsi bahkan pernah sampai lebih dari itu.”⁷⁰

Berdasarkan hasil wawancara, DI menjelaskan bahwa Aplikasi Borneo Link ini membantu rumah makan yang dimilikinya untuk promosi sehingga produk yang ada mampu dipasarkan dengan lebih

⁶⁹Wawancara dengan subjek Di tanggal 06 Oktober 2020

⁷⁰Wawancara dengan subjek Di tanggal 06 Oktober 2020

mudah dan borneo link ini juga memiliki respon yang cepat di sosial medianya. DI juga menjelaskan bahwa dengan aplikasi borneo link ini pelanggan-pelanggan baru mulai berdatangan sedikit demi sedikit meski belum terlihat signifikan, DI merasa terbantu dengan aplikasi borneo link.

b. Subjek M

M adalah pemilik rumah makan M. Peneliti menanyakan kepada M saat melakukan wawancara: Apakah borneo link membantu dalam memasarkan produk?. Berikut jawaban M :

“Iya menurut saya mereka cukup ngebantu. Kemaren juga pas ada naik harga makanannya pihak BMT nya kesini buat konfirmasi biar di Aplikasi dirubah harganya.”⁷¹

Kemudian peneliti kembali bertanya kepada M: Apakah ada perubahan yang dirasakan oleh pemilik rumah makan dengan mempromosikan produk jualan di Aplikasi Borneo Link?. Lalu M menjawab: “Apa ya? Sekarang sih jadi banyak yang beli lewat kurir aplikasi borneo link nya, yang langsung makan disini banyak yang lewat kurir juga banyak.”⁷²

Berdasarkan hasil wawancara, M menjelaskan bahwa aplikasi borneo link membantu mempromosikan jualan nya dan pihak BMT melayani dengan baik karena sangat cepat tanggap dalam melayani mitranya. M juga menjelaskan bahwa ada perubahan pola pemesanan yang awalnya pelanggan langsung datang ke tempat untuk membeli

⁷¹Wawancara dengan subjek M tanggal 13 Oktober 2020

⁷²Wawancara dengan subjek M tanggal 13 Oktober 2020

sekarang pelanggan bisa memesan secara online yang akan dibelikan oleh kurir. Sehingga pelanggan cukup berdiam diri di rumah menunggu pesanan datang.

c. Subjek K

K adalah pemilik rumah makan HJ. Peneliti menanyakan kepada K saat melakukan wawancara: Apakah borneo link membantu dalam memasarkan produk?. Berikut jawaban K : “Iya lumayan kebantu, mereka promoin dimana-mana di FB juga ada.”⁷³

Kemudian peneliti kembali bertanya kepada K: Apakah ada perubahan yang dirasakan oleh pemilik rumah makan dengan mempromosikan produk jualan di Aplikasi Borneo Link?. Lalu K menjawab:

“Dulu sehari dapat 500 ribu sekarang bisa sampai 600 ribu pernah juga sampai 700 ribu namanya jualan ya gak nentu, terus kita juga nambah jam buka biasanya buka jam 11 sekarang jam 9 udah buka udah siap semua.”⁷⁴

Berdasarkan hasil wawancara, K menjelaskan bahwa aplikasi borneo link membantu mempromosikan jualanannya dan pihak BMT memberikan pelayanan yang bagus. K juga menjelaskan bahwa keuntungan yang didapat mulai meningkat meskipun belum terhitung sangat banyak.

⁷³Wawancara dengan subjek K tanggal 13 Oktober 2020

⁷⁴Wawancara dengan subjek K tanggal 13 Oktober 2020

d. Subjek Y

Y adalah pemilik rumah makan DM. Peneliti menanyakan kepada Y saat melakukan wawancara: Apakah borneo link membantu dalam memasarkan produk?. Berikut jawaban Y: "Iya kan mereka ngepromoin dagangan saya, jadi seenggaknya lebih banyak yang tahu warung makan saya."⁷⁵

Kemudian peneliti kembali bertanya kepada Y: Apakah ada perubahan yang dirasakan oleh pemilik rumah makan dengan mempromosikan produk jualan di Aplikasi Borneo Link?. Lalu Y menjawab:

"Lumayanlah dapat untung, banyak pelanggan yang baru terus banyak juga yang pesan lewat online pake kurirnya jadi kebantu untuk orang yang mau beli gak usah kesini langsung tinggal pesan online aja."⁷⁶

Berdasarkan hasil wawancara, Y menjelaskan bahwa semenjak memakai Aplikasi Borneo Link semakin banyak pelanggan baru yang membeli serta semakin banyak pesanan yang di pesan lewat online menggunakan jasa kurir Borneo Link.

e. Informan D

D adalah salah satu konsumen pengguna Aplikasi Borneo Link. Peneliti menanyakan apakah ada dampak yang dirasakan setelah menggunakan aplikas Borneo Link?. D menjawab: "Perubahannya dari

⁷⁵Wawancara dengan subjek Y tanggal 19 Oktober 2020

⁷⁶Wawancara dengan subjek Y tanggal 19 Oktober 2020

pengalaman sosialnya, dulu yang kalo mau beli makan keluar sendiri, sekarang lebih mudah apalagi dalam keadaan malas untuk keluar.”⁷⁷

f. Informan W

W adalah salah satu konsumen pengguna Aplikasi Borneo Link. Peneliti menanyakan, apakah ada dampak yang dirasakan setelah menggunakan aplikasi Borneo Link? W menjawab: “dimusim yang lagi pandemi gini, adanya aplikasi ini sangat dibutuhkan sekali, karena dengan ini kita bisa meminimalisir bersentuhan dengan orang banyak dan jadi lebih simple aja.”⁷⁸

Berdasarkan wawancara dengan Informan D dan W dengan adanya aplikasi ini mereka mengalami perubahan sosial yaitu, yang biasanya mereka membeli kebutuhannya sendiri sedangkan sekarang ada aplikasi borneo link dan mereka merasa sangat dimudahkan.

g. Informan H

H adalah admin dari aplikasi Borneo Link. Peneliti menanyakan, apa keuntungan yang didapatkan oleh BMT dengan adanya Borneo Link?. Kemudian H menjawab:

“Mendapatkan donator untuk program layanan peduli yatim dhuafa dengan iklan/ads yang ditampilkan di laman aplikasi. Donasi yang masuk baik itu zakat, infak, sodaqah nantinya disalurkan kepada mereka yang memerlukan. Keuntungan lainnya adalah masyarakat semakin mengenal produk bmt, mulai dari menabung tabung berhadaiah (tabungan berjangka), investasi tanah kavling, investasi tabung emas, juga pembiayaan. Tidak hanya mengenal bahkan juga sudah banyak yang menggunakan atau membeli produk yang ada.”⁷⁹

⁷⁷Wawancara dengan informan D tanggal 26 Mei 2021

⁷⁸ Wawancara dengan informan W tanggal 26 Mei 2021

⁷⁹Wawancara dengan Informan H tanggal 24 April 2020

Berdasarkan uraian di atas, dijelaskan bahwa BMT 071 mendapatkan keuntungan mulai dari mendapatkan donator untuk yatim dhuafa dengan iklan atau ads yang ditampilkan di laman aplikasi hingga semakin banyak nasabah.

3. Hambatan dalam Penggunaan Aplikasi Borneo Link

Untuk mengetahui hasil penelitian yang telah peneliti lakukan wawancara dengan subjek terkait hambatan dalam penggunaan Aplikasi Borneo Link, akan diuraikan dalam penyajian data dari beberapa subjek yang menggunakan Aplikasi Borneo Link.

a. Subjek DI

DI adalah salah satu karyawan rumah makan yang terdaftar sebagai mitra Borneo Link. Peneliti menanyakan, Apa hambatan dalam penggunaan Borneo Link?" DI menjawab: "Kadang itu notifikasi pesannya gak kedengaran." Berdasarkan uraian Subjek DI menjelaskan bahwa hambatan yang dirasakan adalah terkadang notifikasi pesanan tidak terdengar.

b. Subjek D

D adalah salah satu konsumen pengguna Aplikasi Borneo Link. Peneliti menanyakan kepada D saat melakukan wawancara: Apa kekurangan dan kelebihan dari Aplikasi Borneo Link?. Berikut Jawaban D:

"Slow respon kalo lewat aplikasinya langsung, mungkin karena servernya jadi biasanya chat via *whatsapp* lebih cepat. Kalo kelebihannya mudah aja dipakeknya dan gak ribet terus aman juga.

Soalnya kalo pakek ojol lain yang gak ada aplikasinya kan jadi ragu takut nipu apalagi kemarin pernah ketipu sama ojol lain.”⁸⁰

Berdasarkan hasil wawancara, D menjelaskan terkait kekurangan pada penggunaan Aplikasi Borneo Link ialah server yang tidak optimal karena adanya masalah tersebut Aplikasi seringkali lelet untuk digunakan. Sehingga D mengatakan bahwa menghubungi via *whatsapp* memungkinkan untuk mendapatkan respon yang lebih cepat. Kelebihan Aplikasi ini juga dijelaskan oleh Subjek D bahwa menurutnya aplikasi ini adalah aplikasi yang aman dan mudah untuk digunakan.

c. Subjek W

W adalah salah satu konsumen pengguna Aplikasi Borneo Link. Peneliti menanyakan kepada W saat melakukan wawancara: Apa kekurangan dan kelebihan dari Aplikasi Borneo Link?. Berikut Jawaban W:

“Paling *loading* aja sering lama, lama buat kebuka menu-menanya. Kalo kelebihannya ini sih step step gunainnya tidak membingungkan, fitur-fiturnya mudah dipahami dan mudah untuk dioperasikan.”⁸¹

Berdasarkan hasil wawancara, W menjelaskan terkait kekurangan pada penggunaan Aplikasi Borneo Link adalah masalah servernya sehingga menu-menu yang ada seringkali lambat untuk terbuka dan kelebihannya W merasa aplikasi ini adalah aplikasi yang memiliki fitur-fitur yang mudah untuk dipahami dan juga mudah untuk dioperasikan.

⁸⁰Wawancara dengan subjek D tanggal 03 November 2020

⁸¹Wawancara dengan subjek W tanggal 05 November 2020

d. Informan I

I adalah salah satu Tim bagian TI di BMT 071. Peneliti menanyakan apa hambatan dalam pengembangan Aplikasi Borneo Link?. Berikut jawaban I:

“Saya rasa aplikasi bisa mengalami masalah jaringan yang menyebabkan *loading* terlalu lama. Sehingga untuk saat ini kami terus berusaha meningkatkan performa dari aplikasi tersebut agar pengguna tetap merasa nyaman.”⁸²

e. Informan H

H merupakan salah satu *costumer service* dan selaku admin Aplikasi Borneo Link di BMT 071 Sampit. Peneliti menanyakan apa hambatan dalam pengembangan Aplikasi Borneo Link?. Berikut jawaban H:

“Hambatan yang kami hadapi salah satunya yaitu meningkatkan loyalitas masyarakat karena kita tahu ada juga sekarang yang sudah menyediakan fasilitas seperti ini entah itu ada aplikasinya seperti gojek atau yang hanya via *whatsapp* yang cuman bisa pesan antar, itu biasanya gak ada aplikasinya, namanya juga ngebuat masyarakat percaya sama kita itukan gak mudah dan mungkin aja memakan waktu tidak sebentar.”⁸³

Berdasarkan hasil wawancara dari subjek I dan H, subjek menjelaskan bahwa yang menjadi hambatan dalam Aplikasi borneo Link ada beberapa hal yang terkait yaitu, masalah server yang membuat aplikasi *loading* terlalu lama dan meningkatkan kepercayaan masyarakat. Masalah server yang tidak optimal seringkali terjadi menyebabkan aplikasi menjadi lambat sehingga itu akan mengganggu kenyamanan pengguna. Kemudian dalam meningkatkan kepercayaan

⁸²Wawancara dengan Informan I tanggal 22 Oktober 2020

⁸³Wawancara dengan Informan H tanggal 27 Januari 2020

masyarakat pihak bmt 071 merasa ini bukanlah hal yang mudah dan akan membutuhkan waktu cukup lama.

C. Analisis Data

Pada bagian ini peneliti akan menganalisis terhadap apa yang telah ditemukan peneliti di lapangan. Baik itu didapat dari hasil observasi wawancara, maupun dokumentasi.

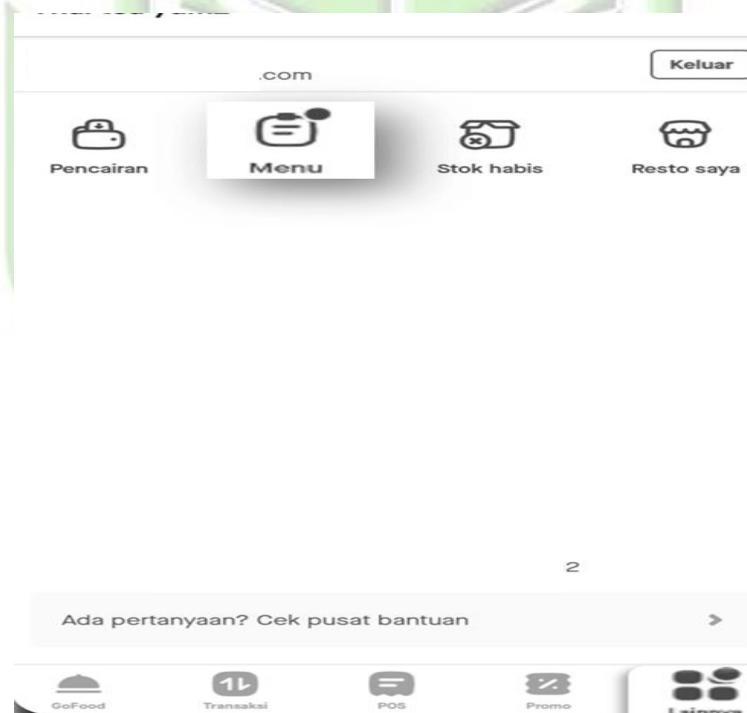
1. Mekanisme Aplikasi Borneo Link Fitur Bro-food pada BMT 071

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, yaitu dijelaskan bahwa Awal mula terbentuknya Borneo Link karena prakarsa pimpinan tim TI di BMT 071 Sampit dimana menyatakan bahwa dengan dikembangkannya aplikasi ini diharapkan dapat membantu masyarakat untuk memenuhi berbagai kebutuhannya. Bagi usaha yang ingin bekerjasama dengan Borneo Link dalam pemasaran produknya, pengusaha tersebut dapat menyerahkan KTP, email atau nomor telepon pada kantor BMT 071 Sampit. Sedangkan bagi pengguna, perusahaan menyediakannya dalam bentuk aplikasi yang dapat diunduh secara gratis di *Appstore* maupun *Playstore* gadget konsumen. Mekanisme dari kerjasama tersebut yaitu:

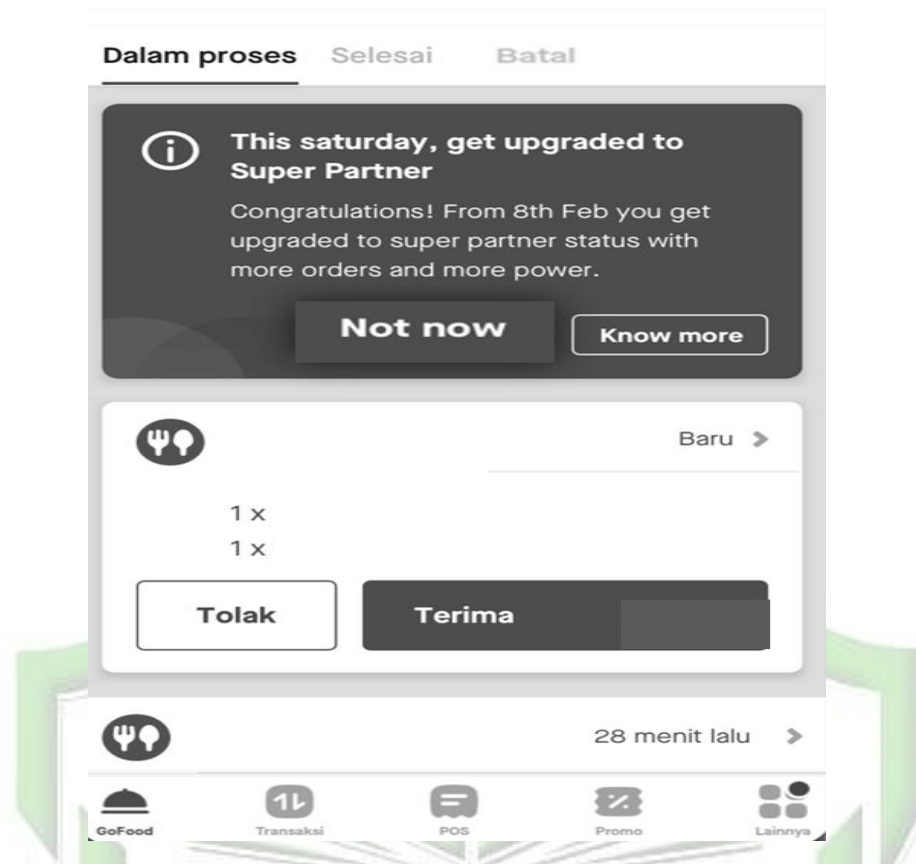
- a. Pengusaha membawa fotocopy KTP kepada perusahaan BMT 071 Sampit sesuai pada brosur yang telah disebar.
- b. Setelah fotocopy KTP diserahkan maka selanjutnya pengusaha tersebut akan didata berupa nomor telepon dan kelengkapan administrasi lainnya. Dalam pendaftaran menjadi mitra kerja ini,

pengusaha yang ikut bekerjasama tidak dikenakan biaya sepeserpun dalam proses pendaftarannya.

- c. Setelah seluruh data yang diperlukan sudah lengkap, maka pihak BMT 071 Sampit akan melakukan dokumentasi pada produk-produk yang dijual oleh usaha tersebut.
- d. Selanjutnya produk-produk yang telah didokumentasikan tersebut akan dipajang pada fitur Bro Food di aplikasi Borneo Link.
- e. Tidak ada klasifikasi dalam penentuan produk yang dijual.
- f. Pada postingan tersebut akan diterakan alamat usaha, produk dan harga produk, rating penjualan, dan berbagai informasi mengenai usaha tersebut.



Gambar 4.1 Tampilan Home Borneo Link Pada Mitra



Gambar 4.2 Tampilan ketika mitra mendapatkan pesanan

Sedangkan mekanisme yang dapat dilakukan bagi masyarakat (pengguna) yang ingin mengakses Borneo Link untuk memudahkan memesan makanan yaitu:

- 1) Tidak ada kriteria untuk pengguna Aplikasi Borneo Link, siapapun boleh tidak harus menjadi nasabah di BMT.
- 2) Masyarakat dapat mengakses fitur Bro Food dari Borneo Link ini dengan mendownloadnya pada AppStore maupun Playstore.



Tentang aplikasi ini →

Aplikasi pintar yang memiliki fitur beragam yang dapat membantu masyarakat kotim

Gambar 4.3 Aplikasi Borneo Link

- 3) Setelah mendownload aplikasi Borneo Link, pengguna dapat melakukan registrasi atas akun Borneo Link.

← ⓘ

Daftar

Lengkapi data dirimu di bawah ini, ya

Nama Lengkap *
Cth: Name ✕

Email *
Cth: name@email.com

Nomor HP *
+62 12345678

Kode referral (Opsional)
Belum ada? Bisa masukkin nanti.

→

Gambar 4.4 Registrasi akun

- 4) Setelah mengisi kelengkapan data, Borneo Link akan mengirim kode verifikasi lewat email.
- 5) Setelah mendapatkan kode, masukkan kode ke kolom. Kemudian klik selanjutnya.
- 6) Lalu akan muncul halaman beranda dari Borneo Link, untuk menggunakan fitur Bro Food pengguna dapat mengklik tampilan Bro Food di beranda Borneo Link.



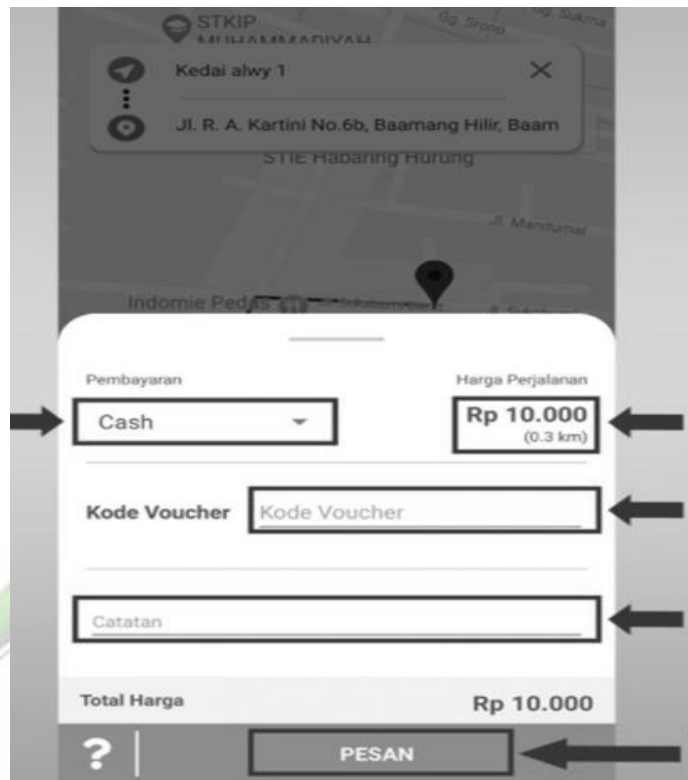
Gambar 4.5 Beranda Borneo Link

- 7) Setelah mengklik fitur Bro Food maka anda akan disajikan berbagai pilihan menu dan restoran yang tersedia di Bro Food.



Gambar 4.6 Bro Food Resto

- 8) Setelah memilih tempat makan yang diinginkan selanjutnya akan disajikan menu-menu yang disediakan di tempat makan itu beserta harga yang terakan bagi produk makanan atau minuman tersebut.
- 9) Setelah menemukan menu makanan atau minuman yang diinginkan maka pengguna hanya perlu menambahkan minuman ke dalam pesanan.
- 10) Setelah memilih pesanan maka selanjutnya konsumen dapat melakukan pembayaran dengan langsung atau melalui fintech yang disediakan pada aplikasi Bro Food atau Borneo link.



Gambar 4.7 pembayaran dan pesan

- 11) Jika memiliki kode voucher, silahkan masukkan ke kolom voucher.
- 12) . Jika menggunakan saldo, pilih metode Bro-pay klik kemudian masukkan pin. Klik selesai. Untuk top up, pengguna bisa melakukannya ke teller.
- 13) Selanjutnya pemesan mengisi alamat tujuan dari pesanan dan klik pesan driver maka pesanan anda akan dibuat oleh driver yang mengambil.



Gambar 4.8 mengisi alamat tujuan

- 14) Setelah pesanan jadi, maka driver akan melakukan pengiriman ke rumah atau lokasi anda berada sesuai dengan alamat yang diterakan.
- 15) Selanjutnya driver akan mengkonfirmasi bahwa ia telah sampai di depan rumah dan pengguna dapat mengambilnya dan juga membayarnya jika pembelian menggunakan pembayaran langsung. Pembayaran yang dilakukan merupakan pembayaran produk beserta jasa antar yang digunakan untuk mengantar produk sampai ke tangan konsumen.

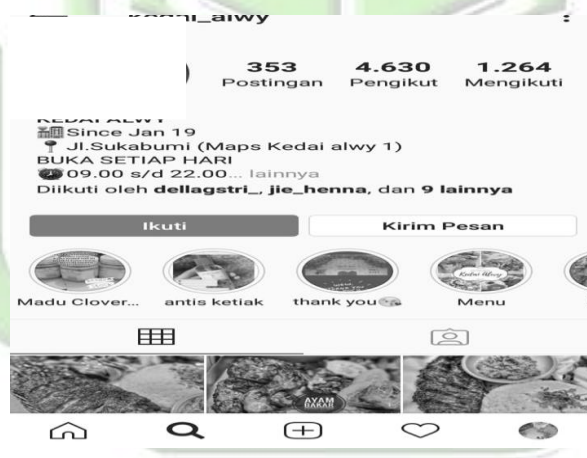
2. Dampak Aplikasi Borneo Link Fitur Bro-Food Pada BMT 071 bagi Pemilik Rumah Makan

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan oleh peneliti dampak yang ditimbulkan dari aplikasi Borneo Link ini tercakup dalam teori dampak yang terdapat dalam BAB II yang telah peneliti paparkan. Dapat dijelaskan bahwa dampak adalah suatu perubahan yang terjadi akibat suatu aktifitas. Aktifitas tersebut dapat bersifat alamiah baik kimia, fisik maupun biologi dan aktifitas itu dapat pula dilakukan oleh manusia. Dampak juga merupakan sebuah pengaruh atau akibat, baik akibat positif atau negatif dimana dalam setiap keputusan atau tindakan yang diambil oleh seseorang akan memberikan efek terhadap kondisi dan sekitarnya. Pengaruh sendiri adalah suatu keadaan dimana ada hubungan timbal balik atau hubungan sebab akibat antara apa yang mempengaruhi dengan apa yang dipengaruhi. Hal-hal yang mempengaruhi dampak pada penelitian ini adalah:

a. Promosi

Berdasarkan teori pada bab II, 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 dan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

Berdasarkan data yang didapatkan peneliti, Borneo Link dalam hal ini membantu usaha-usaha yang bekerjasama dengannya dengan melakukan promosi tidak hanya pada aplikasi Borneo Link saja tetapi juga pada media social mereka seperti Instagram, Facebook, dan lain-lain sehingga produk yang ada mampu dipasarkan dengan lebih mudah dan Borneo Link juga memiliki respon cepat pada sosial mediana terhadap tanggapan dari konsumen maupun mitra kerja. Borneo Link juga meng-tag (di instagram) usaha tersebut sehingga dengan mudah usaha tersebut melakukan repost pada postingan yang dilakukan oleh Borneo Link. Hal ini tentunya akan menimbulkan keuntungan bagi kedua belah pihak.



Gambar 4. 9

Gambar di atas merupakan salah satu media Sosial Instagram rumah makan yang terdaftar pada aplikasi, mereka mengalami peningkatan melalui promosi yang dilakukan oleh Borneo Link. Borneo Link melakukan promosi produk melalui media yang mereka miliki, dengan adanya promosi ini maka usaha mudah dikenali serta

lebih meluas dan membantu mitra kerja atau pemilik rumah makan kedatangan konsumen-konsumen baru untuk membeli produknya. Selain itu, promosi ini juga memberikan informasi mengenai promo harga atau kenaikan harga yang dilakukan oleh pemilik rumah makan dalam pemasaran produknya. Produk merupakan sesuatu yang dibuat dan dijual oleh suatu perusahaan. Tak lupa Borneo Link memberikan wadah pada pemilik rumah makan untuk memajang foto produk yang dimiliki, sehingga akan lebih mudah untuk mengetahui menu yang akan dibeli pembeli.

b. Distribusi

Berdasarkan teori bab II, distribusi yaitu sekelompok organisasi yang saling tergantung dalam keterlibatan mereka pada proses yang memungkinkan suatu produk tersedia bagi penggunaan atau konsumsi oleh konsumen atau pengguna industrial.

Berdasarkan data yang didapatkan peneliti, aplikasi Borneo Link ini memberikan kemudahan bagi pemilik rumah makan untuk mendistribusikan barangnya. Hal tersebut dikarenakan Borneo Link dilengkapi dengan jasa pesan antar makanan sehingga konsumen tidak perlu jauh-jauh untuk pergi ke tempat makan hanya untuk memesan dan mengambil makanan yang dipesan. Konsumen hanya perlu membayarkan biaya antar yang dikenakan untuk jasa antar makanan yang dilakukan oleh kurir Borneo Link.

c. Penjualan

Berdasarkan teori bab II, penjualan merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan bisnisnya untuk berkembang serta untuk mendapatkan laba atau keuntungan yang diinginkan. Penjualan selalu saja berkaitan dengan promosi, dimana promosi sangat membantu pada penjualan.

Berdasarkan data yang peneliti dapatkan, dijelaskan bahwa promosi yang dilakukan Borneo Link mendatangkan konsumen-konsumen baru untuk membeli sehingga dengan banyaknya pelanggan akan meningkatkan penjualan, serta Borneo Link memiliki jasa pesan antar yang memudahkan pelanggan untuk membeli meskipun berlokasi jauh dengan rumah makan. Adanya pelanggan akan membuat rumah makan itu tetap bertahan dan dengan datangnya konsumen baru untuk membeli membuat rumah makan itu akan berkembang.

d. Omset

Omset penjualan adalah jumlah uang hasil penjualan barang (dagangan) tertentu selama suatu masa jual. Omset tidak lepas dari penjualan semakin banyak penjualan maka akan semakin banyak juga omset yang akan didapatkan. Berdasarkan hasil wawancara peneliti, bahwa penjualan pemilik rumah makan mengalami peningkatan sehingga dapat dikatakan bahwa omset dari penjualan tersebut juga meningkat meskipun belum terlihat begitu signifikan.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan, bahwa dampak yang ditimbulkan dari adanya Borneo Link ini adalah berdampak positif. Bagi usaha kecil yang merintis maupun usaha yang sudah dikenal, dengan Borneo Link konsumen baru banyak berdatangan dan konsumen lama mendapatkan kemudahan baru karena Borneo Link memiliki jasa antar makanan. Promosi usaha juga semakin gencar sehingga usaha lebih diketahui oleh kalangan banyak kemudian dengan hal itu, penjualan semakin meningkat dan omset juga meningkat.

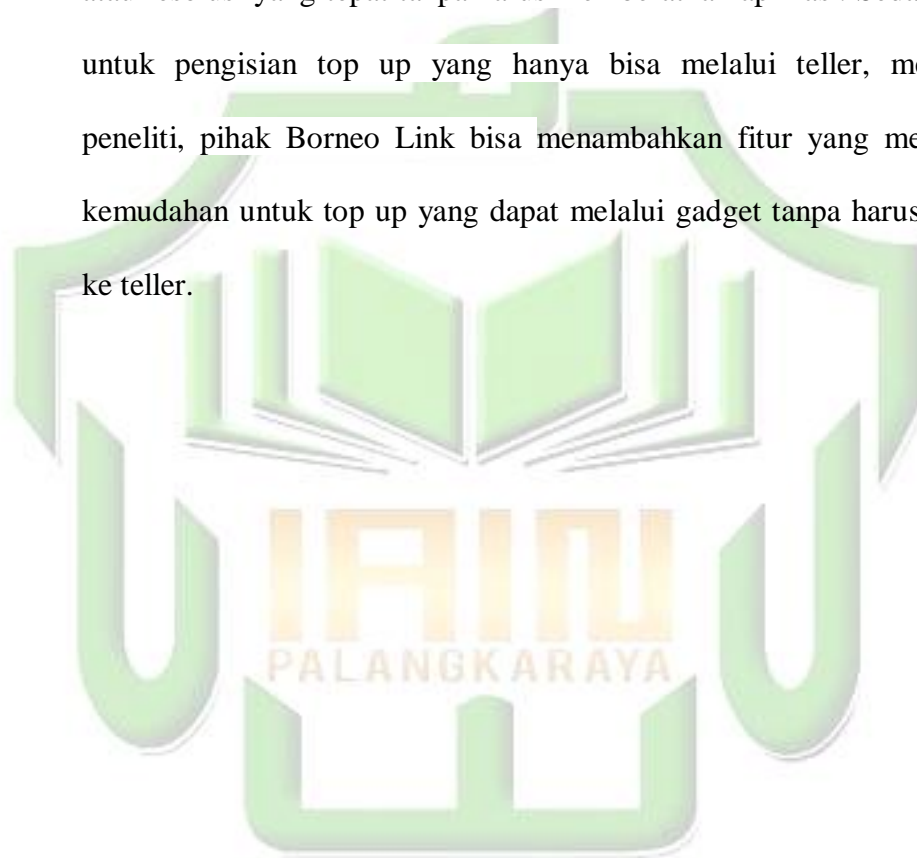
3. Hambatan dalam penggunaan Aplikasi Borneo Link

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan oleh peneliti dengan pihak pengguna aplikasi Borneo Link adalah hambatan yang sering terjadi pada aplikasi Borneo Link ini adalah:

- a. Performa server yang belum cukup optimal.
- b. Memiliki respon yang lambat di aplikasi. Karena masalah server, respon admin menjadi lambat sehingga pengguna langsung menghubungi via *whatsapp* memungkinkan untuk mendapatkan respon yang lebih cepat.
- c. Pengisian top up yang hanya bisa melalui teller.

Menurut hemat peneliti, Performa server merupakan kunci dari kecepatan website. Server berfungsi menyimpan semua data dari website sekaligus melayani permintaan data dari pengunjung website tersebut. Jika server yang digunakan tidak optimal, website akan menjadi lambat. Solusi dari permasalahan tersebut ialah, perlunya

melakukan pengoptimalan atau pembaharuan dalam aplikasi Borneo Link. Menurut peneliti, terkadang juga alasan sebuah aplikasi itu menjadi lambat dikarenakan gambar yang tertera di aplikasi memiliki size yang terlalu besar sehingga bisa dioptimasi dengan cara resize, resize bertujuan membuat gambar yang ditampilkan memiliki ukuran atau resolusi yang tepat tanpa harus memberatkan aplikasi. Sedangkan untuk pengisian top up yang hanya bisa melalui teller, menurut peneliti, pihak Borneo Link bisa menambahkan fitur yang memberi kemudahan untuk top up yang dapat melalui gadget tanpa harus pergi ke teller.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian dari hasil penelitian, peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Mekanisme penggunaan Fitur Bro Food Pada Borneo Link dapat digunakan dengan mendownload aplikasi Borneo Link pada App store atau Playstore. Bagi konsumen yang memesan makanan dapat menggunakan fitur Bro Food yang tertera di beranda lalu mengklik dan konsumen akan disuguhkan dengan berbagai pilihan restoran dengan menu dan harga yang tertera. Selanjutnya konsumen perlu menambah pesanan dan biaya akan diakumulasikan dengan pesanan dan biaya antar pesanan. Lalu konsumen hanya perlu menerakan alamat dan memilih cara pembayaran. Setelah pesanan diterima oleh driver dan siap diantar maka konsumen hanya perlu menunggu di depan lokasi yang dituju. Sedangkan untuk usaha yang ingin bermitra dapat langsung menuju perusahaan BMT 071 Sampit dengan membawa KTP.
2. Melalui promosi usaha yang gencar, usaha lebih diketahui oleh kalangan banyak, tidak hanya diketahui melainkan juga menyebabkan konsumen membeli produk yang ada. Karena hal tersebut, penjualan mengalami peningkatan dan jika penjualan meningkat maka omset juga meningkat. Sehingga dampak yang ditimbulkan dari Aplikasi Borneo Link ini adalah berdampak positif.

3. Hambatan yang didapatkan atau sering terjadi yaitu pada aplikasi Borneo Link terkait dengan performa server yang lambat menyebabkan performa aplikasi kurang optimal dan pengisian top up yang hanya bisa melalui teller. Solusinya menurut hemat peneliti, bisa dengan memperbaharui aplikasi, merize gambar yang tertera untuk promosi dan menambahkan fitur yang memberi kemudahan untuk top up yang dapat melalui gadget tanpa harus pergi ke teller.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan terdapat beberapa saran untuk ditinda klanjuti. Adapun yang peneliti sarankan dari hasil penelitian untuk pihak BMT 071 adalah perlunya melakukan pengoptimalan atau pembaharuan aplikasi Borneo Link untuk mengatasi permasalahan server. Karena lambatnya system operasi dari aplikasi akan menghambat perkembangan aplikasi tersebut. Masing-masing penyedia layanan memiliki kualitas server dan teknologi yang berbeda. Server yang baik dan teknologi terbaru atau pembaharuan dalam aplikasi yang digunakan akan membuat performa aplikasi menjadi optimal.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdullah, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013
- Anam, Syifaul Ahmad., *Problematika Penerapan Hukum Jaminan di Lembaga Keuangan Mikro Syariah*, Semarang: Rafi Sarana Perkasa, 2012
- Anwar, Saifuddin., *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007
- Aziz, Abdul., *Etika Bisnis Perspektif Islam*, Bandung: Alfabeta , 2013
- Djiptono, Fandy., *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: ANDI, 2008
- Noor, Juliansyah., *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Kencana, 2011
- Jumingan, *Studi Kelayakan Bisnis: Teori & Pembuatan Proposal Kelayakan*, Jakarta: Bumi Aksara, Edisi 1, Cet. 2, 2011
- Karim, A. Adiwarman., *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, Cet III, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007
- Kasmir, *Kewirausahaan*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, Edisi Revisi, 2006
- _____, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: Rajawali Pers, 2010
- Kotler, Philip Dan Gary, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, Edisi 12, Jilid 1, 2008
- Lupiyoadi, Rambat., *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*, Jakarta: Salemba Empat, Edisi 3, 2013
- Madnasir dan Khoiruddin, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Yogyakarta: GrahaIlmu, 2012
- Moleong, J. Lexy., *Metodologi Penelitian Kualitatif* , Bandung: PT. Remaja Rosada Karya, 2004
- Sumarni, Murti., *Manajemen Pemasaran Bank*, Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2002
- Stanton, William., *Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2001
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif-Kualitatif dan R&D*, Bandung: CV Alfabeta, 2017
- _____, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2010

Sunyoto, Danang., *Teori, Kuesioner & Analisis Data: Untuk Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Graha Ilmu, Edisi 1, cet ke-1, 2013

Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Jakarta: Salemba Empat, 2000

Swasth, Basu., *Manajemen Penjualan Edisi Ketiga*, Yogyakarta: BPFE, 2001

Umar, Husein., *Studi Kelayakan Bisnis*, Jakarta: Gramedia Pustaka, 2003

Yusuf, Hamali., *Pemahaman Strategi Bisnis & Kewirausahaan*, Jakarta: Prenadamedia Group, Edisi 1, cet. Ke-1, 2016

Skripsi

Lumongga, Sri Afrilia., “*Pengaruh Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Food di Gojek Online Pada Mahasiswa Manajemen Fakultas ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara*” (Skripsi), Medan, 2018

Nurfitria, Nissa., “*Analisis Perbedaan Omset penjualan Berdasarkan Jenis Hajatan dan Waktu.*” Semarang, 2011

Pratama, Yogi M., “*Pengaruh Layanan Food Delivery Terhadap Peningkatan Penjualan Pengusaha Kuliner.*” Jambi, 2018

Abdullah, “*Dampak Hadirnya Jasa Angkutan Online Bagi Pendapatan Sopir Angkutan Kota Di Kota Palangka Raya.*” Palangka Raya, 2019

Jurnal

Abdul Waris, dkk, *Eksistensi Transportasi Online (Go-Food) Terhadap Omset Bisnis Kuliner Di Kota Malang*, Jurnal Seminar Nasional UNMER Malang, Agustus 2018

Diana Ratapsari, *Digital Marketing Berbasis Aplikasi Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*, Jurnal Vol. 10, No 2, Desember, 2016

Mustika, dkk, *Penerapan Teknologi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran Snack Tiwul*, Jurnal Volume 2 Nomor 2, Juni 2019

Nurhaidah, *Dampak Pengaruh Globalisasi Bagi kehidupan Bangsa Indonesia.* Jurnal Pesona Dasar Vol. 3 No 3, April, 201

Rahoyo, SE., MM, *Dampak Bisnis Kuliner Melalui Go Food Bagi Pertumbuhan Ekonomi di Kota Semarang*. Jurnal Dinamika Sosial Budaya, Vol 20, No. 2, Desember, 2018

Internet

Bagus Nauri Hermawan, "*Hambatan UMKM Go-Online*", <https://news.detik.com/kolom/d-4272888/hambatan-umkm-go-online> (online 15 April 2020)

BMT071, "*Profil BMT 07*"1, <https://bmt071.com/> (online 25 Oktober 2020)

123 DOK, "*Pengertian Omset Penjualan dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Omset Penjualan*", <https://text-id.123dok.com/document/oy8r6xj4q-pengertian-omzet-penjualan-faktor-faktor-yang-mempengaruhi-omzet-penjualan.html> (online 02 April 2020)

Anggaraeni, *Tinjauan Pustaka Dampak*, <https://digilib.unila.ac.id/11476/4/BAB%20II%20Tinjauan%20Pustaka.pdf> (online 13 Mei 2020)



