

**ANALIS *E-COMMERCE* TERHADAP PENINGKATAN
PENDAPATAN EL-MA'WA CRAFT BY RAJUT PRENEUR
CIREBON DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S. E)
pada Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh :

SITI MADINAH
NIM 2015.2.4.1.00391

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM IAI BUNGA BANGSA
CIREBON TAHUN 2019**

**ANALISIS *E-COMMERCE* TERHADAP PENINGKATAN
PENDAPATAN EL-MA'WA CRAFT BY RAJUT PRENEUR
CIREBON DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S. E)
pada Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh :

SITI MADINAH
NIM 2015.2.4.1.00391

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM IAI BUNGA BANGSA
CIREBON TAHUN 2019**

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**Analisis E-commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan El-ma’wa Craft By Rajut Preneur Cirebon Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam**” beserta isinya adalah benar-benar karya sendiri, dan tidak melakukan penjiplakan atau mengutip yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat akademik.

Atas pernyataan di atas, saya siap menanggung resiko atau sanksi apapun yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan, atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Cirebon, 29 Mei 2019

Yang Membuat Pernyataan,

Materai 6000

SITI MADINAH

NIM. 2015.2.4.1.00391

PERSETUJUAN

ANALISIS *E-COMMERCE* TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN EL- MA'WA CRAFT BY RAJUT PRENEUR CIREBON DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM

Oleh:

SITI MADINAH

NIM. 2015.2.4.1.00391

Menyetujui,

Pembimbing I,

Pembimbing II,

H. Sunardi Edirianto, M.H.

NIDN. 2104125301

Budiana, M.Pd.

NIDN. 2114058301

NOTA DINAS

Kepada Yth.
Dekan Ekonomi dan Bisnis Islam
IAI Bunga Bangsa Cirebon
di
Cirebon

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari Siti Madinah Nomor Induk Mahasiswa 2015.2.4.1.00391, berjudul “Analisis *E-commerce* Terhadap Peningkatan Pendapatan El-ma'wa Craft By Rajut Preneur Cirebon Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam” bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Ekonomi dan Bisnis Islam untuk dimunaqosahkan.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pembimbing I,

Pembimbing II,

H. Sunardi Edirianto, M.H
NIDN. 2104125301

Budiana, M.Pd.
NIDN. 2114058301

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “**Analisis *E-commerce* Terhadap Peningkatan Pendapatan El-ma’wa Craft By Rajut Preneur Cirebon Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam**” oleh **Siti Madinah** NIM. 2015.2.4.1.00391, telah diajukan dalam Sidang Munaqosah Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Bunga Bangsa Cirebon pada tanggal Rabu, 26 Juni 2019.

Skripsi ini diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Bunga Bangsa Cirebon.

Cirebon, 29 Juni 2019

Sidang Munaqosah,

Ketua
Merangkap Anggota,

Sekretaris,
Merangkap Anggota,

H. Oman Fathurohman, M.A
NIDN. 8886160017

Penguji I,

Drs. Sulaiman, M.MPd
NIDN. 2118096201

Penguji II,

Eman Sulaiman, M.Ag
NIDN. 2123088401

Mohammad Ridwan, S.Pd.I. M.E.Sy
NIDN. 2121048904

MOTTO

“Hiduplah seperti hari ini hari terakhirmu”

*“Jangan kau balas orang-orang yang menjatuhkan dan menyakitimu,
cukup bangkit dan buktikan”*

By :Siti Madinah

ABSTRAK

SITI MADINAH. NIM. 2015.2.4.1.00391 ANALISIS *E-COMMERCE* TERHADAP PENINGKATAN PENDAPAT EL-MA'WA CRAFT BY RAJUT PRENEUR CIREBON DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM.

Skripsi ini membahas mengenai *E-commerce* terhadap peningkatan pendapatan El-ma'wa Craft. Dalam meningkatkan pendapatan El-ma'wa Craft menggunakan *E-commerce* sebagai media pemasaran produk. Kajiannya dilator belakang oleh kemajuan teknologi yang semakin pesat. Maraknya penipuan yang menjadikan kepercayaan pembeli berkurang menuntut setiap perusahaan untuk mendeskripsikan barang dagangannya secara detail dan jujur agar dapat mengembalikan kepercayaan pelanggan. Media Pemasaran merupakan hal yang amat penting dalam operasional suatu bisnis. Strategi pemasaran dianggap sangat berperan dan dapat dijadikan sebagai evaluasi kedepan agar tujuan dan sasaran yang diinginkan perusahaan dapat tercapai.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *E-commerce* berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan. Data tentang penjualan produk, hal-hal apa saja yang menjadi pendukung dan kendala pemasaran *E-commerce* dalam meningkatkan pendapatan di El-ma'wa Craft By Rajut Preneur Cirebon.

Dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan studi deskriptif. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistic atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Metode ini berusaha untuk menyajikan data dan fakta-fakta tentang *E-commerce* dalam meningkatkan pendapatan El-ma'wa Craft By Rajut Preneur Cirebon, dengan cara observasi, wawancara mendalam, dokumentasi dan triangulasi. Subjek yang diteliti yaitu Owner El-ma'wa Craft.

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa Setiap perdagangan *online* memiliki jenis *E-commerce* yang berbeda-beda termasuk dalam cara pemesanan produknya semua bergantung pada si penjual. El-Ma'wa Craft mengalami peningkatan pembeli 70% dan El-ma'wa Craft juga mengalami peningkatan pendapatan sejak menggunakan *E-commerce*. El-ma'wa Craft memasukkan prinsip etika bisnis islam dalam perdagangan *online*.

Penggunaan *E-commerce* sebagai media pemasaran dapat membantu penjual untuk memasarkan produknya hal tersebut berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan, sistem Purches Order (PO) yang diterapkan menjadi keunggulan dan daya tarik karena customer dapat memesan produk sesuai yang diinginkan. Kendala yang dapat diselesaikan dengan baik.

Kata Kunci: *E-commerce*, Peningkatan Pendapatan, Etika Bisnis Islam.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penyusun panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penyusun dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul: “Analisis *E-commerce* Terhadap Peningkatan Pendapatan El-ma’wa Craft By Rajut Preneur Cirebon Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam”, dalam rangka menyelesaikan studi Strata 1 untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Bunga Bangsa Cirebon.

Dalam penyusunan skripsi ini, penyusun telah menerima banyak bimbingan, dorongan dan bantuan dari berbagai pihak yang tak ternilai harganya. Jasa baik mereka tentu tidak dapat penyusun lupakan begitu saja, pada kesempatan ini penyusun mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. H. A. Basuni, selaku Ketua Yayasan Pendidikan Bunga Bangsa Cirebon.
2. Bapak Dr. H. Oman Fathurohman, M.A. selaku Rektor Institut Agama Islam Bunga Bangsa Cirebon yang memberikan kesempatan untuk dapat menuntut ilmu di IAI BBC.
3. Bapak Muhammadun, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan semangat dan motivasi dengan sabar dan penuh perhatian.
4. Bapak H. Ahmad Munajim, MM. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah.
5. Bapak H. Sunardi Edirianto, M.H. selaku Pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan membimbing penyusunan skripsi ini dengan sabar dan penuh perhatian.
6. Bapak Budiana, M.Pd. selaku Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan membimbing penyusunan skripsi ini dengan sabar dan penuh perhatian.
7. Segenap Dosen Institut Agama Islam Bunga Bangsa Cirebon yang telah memberikan semangat dan memotivasi dalam penyusunan skripsi.
8. Segenap Staff Institut Agama Islam Bunga Bangsa Cirebon.

9. Ayahanda Muhadjeri dan Ibunda Rr.Ekowati Khonia, yang senantiasa memberikan do'a restu, semangat, motivasi dan dukungan serta adik saya Muhammad Rahman Hajar dan segenap keluarga yang disayangi dan dicintai.
10. Ibu Nurfath Khoirunnisa selaku Owner El-ma'wa Craft By Rajut Preneur Cirebon yang telah memberikan informasi yang penyusun butuhkan dalam penyelesaian skripsi ini.

Semoga segala bantuan dan kebaikan tersebut mendapat limpahan balasan dari Allah SWT. Akhirnya penyusun berharap semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi pembaca. Amin.

Cirebon, 29 Mei 2019

Penyusun

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
NOTA DINAS	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Fokus Masalah dan Subfokus	5
D. Rumusan Masalah	5
E. Tujuan Penelitian	6
F. Kegunaan Penelitian	6
G. Sistematika Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
A. Deskripsi Teoritik	9
1. <i>Electronnic Commerce (E-commerce)</i>	9
2. Pengertian Pendapatan	12
3. Etika Bisnis Islam	13
4. Analisis SWOT	14
B. Hasil Penelitian yang Relevan	14
C. Kerangka Pemikiran/Konseptual	17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	18
A. Desain Penelitian	18
B. Tempat dan Waktu Penelitian	18
C. Data dan Sumber Data	18
D. Teknik Pengumpulan Data	19
E. Teknik Pengolahan Data	20

F. Pemeriksaan Keabsahan	22
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	23
A. Deskripsi Data Hasil Penelitian	23
B. Pembahasan	24
C. Keterbatasan Penelitian	40
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	41
A. Kesimpulan	41
B. Saran	42
DAFTAR PUSTAKA	44
RIWAYAT HIDUP	46
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 17

DAFTAR LAMPIRAN

1. Triangulasi Data

2. Kartu Bukti Tatap Muka Bimbingan Skripsi
3. Surat Izin Penelitian
4. Surat Balasan Izin Penelitian
5. Dokumentasi
6. Lampiran lain yang mendukung penelitian.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kehidupan membutuhkan kebijakan ekonomi dimana kebijakan ekonomi ada untuk menciptakan kemakmuran. Salah satu kegiatan ekonomi yaitu perdagangan, dimana kegiatan perdagangan menjadi salah satu sarana untuk mendapatkan keuntungan. Keuntungan dapat dimanfaatkan untuk memenuhi biaya hidup sehingga dapat terwujudnya kemakmuran.

Indonesia adalah ekonomi terbesar di Asia Tenggara. Indonesia memiliki potensi ekonomi yang tinggi; potensi yang mulai diperhatikan dunia internasional dan memiliki jumlah karakteristik yang menempatkan negara ini dalam posisi yang bagus untuk mengalami perkembangan ekonomi yang pesat¹

Pembangunan ekonomi di Indonesia harus dapat menjawab segala tantangan globalisasi ekonomi dunia dan mampu menjangkau perkembangan perubahan sekitar. Era globalisasi ekonomi yang disertai dengan perkembangan pesat teknologi, telah memberi kesan kepada persaingan yang sangat ketat di kalangan pengusaha sehingga mengakibatkan perubahan ekonomi dunia yang sangat pesat. Selain itu, Dalam penjualan produk juga harus menerima kenyataan akan perkembangan teknologi dimana hal itu akan berdampak pada *margin* keuntungan.

Perkembangan perekonomian di Indonesia harus dapat menjawab

¹ Agnes Dwi A, *Perkembangan Ekonomi Indonesia*, 2018, (<https://www.kompasiana.com>)

tantangan tersebut sehingga mampu menjangkau perubahan sekitar yang sudah berlaku maupun yang nanti akan berlaku. Hal ini berlaku untuk seluruh sektor industri termasuk industri kerajinan tangan di Indonesia. Industri kerajinan tangan adalah salah satu industri yang berkembang pesat di seluruh dunia termasuk Indonesia. Berbagai jenis kerajinan tangan dengan tampilan menarik terus di produksi demi meningkatkan nilai estetika dan daya tarik konsumen. Hal ini tentu saja dimaksudkan agar mendapat margin keuntungan yang tinggi dimana dalam pemasarannya harus memenuhi hal tersebut.

Untuk meningkatkan daya tarik konsumen tentu memerlukan strategi yang baik serta mengikuti perkembangan zaman seperti memasarkan melalui *online* baik melalui website ataupun aplikasi. Seiring dengan perkembangan jaman, peningkatan teknologi menyebabkan pergeseran pola komunikasi antara produsen dan konsumen. Konsumen akan mencari informasi tentang produk yang akan dibeli dengan membandingkan produk sejenis menggunakan sarana informasi teknologi tanpa harus turun langsung kelapangan seperti penjualan *online*.

Perdagangan elektronik melakukan hal yang mirip dengan perdagangan tradisional, tetapi ia memiliki kelebihan-kelebihan yang secara langsung dapat bermanfaat untuk meningkatkan pendapatan dan keuntungan perusahaan. Dengan fleksibilitasnya, perdagangan elektronik dapat memangkas biaya-biaya pemasaran dengan kemudahannya dan kecanggihannya dalam menyampaikan informasi-informasi tentang barang dan jasa langsung ke konsumen di manapun mereka berada (tidak terbatas

oleh jangkauan geografis perusahaan).¹

Perdagangan secara elektronik menawarkan kepada perusahaan keuntungan jangka pendek dan jangka panjang. Perdagangan elektronik tidak hanya membuka pasar baru bagi produk atau jasa yang ditawarkan, mencapai konsumen baru, tetapi dia juga mempermudah cara perusahaan melakukan bisnis.²

E-commerce belakangan ini digemari oleh kalangan produsen baik besar maupun kecil serta penjual eceran umumnya. Hal ini karena promosi melalui media *online* lebih mudah menjangkau konsumen dalam hal memperkenalkan atau menjual produknya. *E-commerce* mempermudah antara konsumen dan produsen dalam melakukan transaksi.

E-commerce ini juga dilakukan oleh banyak pelaku usaha di Cirebon. Banyak pelaku usaha yang melakukan strategi pemasaran dengan sistem ini baik usaha penjualan barang maupun jasa. Hal ini seperti usaha kerajinan tangan berupa rajutan yang dijual melalui toko online shope El-ma'wa Craft By Rajut Preneur di Cirebon yang telah banyak menggunakan sistem *online* ini.

Online shope kerajinan tangan ini berada di kota Cirebon. El-ma'wa Craft By Rajut Preneur ini didirikan oleh seorang Mahasiswi Bernama Nurfath Khoirunnisa. El-ma'wa Craft ini adalah toko yang memproduksi kerajinan tangan berupa rajutan yang didesain sesuai pesanan pelanggan dan di rajut oleh ownernya sendiri. Kerajinan rajut ini pada awalnya hanya

¹ Adi Nugroho, *E-commerce Memahami Perdagangan Modern di dunia Maya*, (Bandung: Informatika Bandung, 2006), h. 8.

² *Ibid.*, h.19.

dipasarkan melalui mulut kemulut saja. Seiring dengan perkembangnya mode fasion yang dipadukan dengan rajutan, saat ini El-ma'wa Craft telah menjual berbagai macam produk seperti tas rajut, sepatu rajut, case handphone rajut, dompet rajut, dan masih banyak produk yang ditawarkan dan dibuat sesuai dengan pesanan pelanggannya.

Dalam konteks bisnis, internet membawa dampak trans formal yang menciptakan paradigma baru dalam bisnis. Internet memiliki beberapa daya tarik keunggulan bagi para konsumen maupun organisasi. Internet juga merupakan media elektronik mutakhir yang menunjang *E-commerce*. Internet memberikan banyak kemudahan dalam melakukan proses pemasaran.

Dalam berbagai literatur Islam, tidak ada satupun ayat atau hadist yang melarang umatnya menjadi kaya. Dalam hal ini El-ma'wa Craft melakukan adanya perubahan dalam memasarkan produknya, agar produk yang mereka jual dapat mengalami peningkatan nilai produksi. Seiring dengan perkembangan jaman, pengguna internet di seluruh dunia makin bertambah, pemasaran dengan menggunakan *E-commerce* diharapkan dapat membantu para pelaku usaha dalam meningkatkan usahanya. Berdasarkan hal yang telah dipaparkan, maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian yang berjudul *Analisis E-commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan El-ma'wa Craft By Rajut Preneur Cirebon Ditinjau dari Etika Bisnis Islam*.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat diidentifikasi permasalahan-permasalahan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Pemanfaatan kemajuan teknologi untuk perdagangan.
2. Belum adanya kepastian hukum mengenai jual beli *online* dalam islam.
3. Adanya penipuan dalam transaksi jual beli *online*.
4. Ketatnya persaingan antar *online Shope*.

C. Fokus Masalah dan Subfokus

1. Fokus Masalah

Fokus masalah dalam penelitian ini adalah Analisis E-commerce terhadap peningkatan pendapatan El-ma'wa Craft By Rajut Preneur Cirebon.

2. Subfokus

Subfokus masalah dalam penelitian ini adalah Menganalisis El-ma'wa Craft By Rajut Preneur Cirebon menggunakan teori analisis SWOT sebagai alat untuk menganalisa.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas dapat dirumuskan pokok permasalahan yang akan menjadi pembahasan, yaitu:

1. Bagaimana proses transaksi *E-commerce* yang dilakukan El-ma'wa Craft By Rajut Preneur Cirebon?
2. Bagaimana dampak *E-commerce* terhadap pendapatan El-ma'wa Craft By Rajut Preneur Cirebon?
3. Bagaimana implementasi *E-commerce* terhadap peningkatan pendapatan

El-ma'wa Craft By Rajut Preneur di Cirebon Ditinjau dari Etika Bisnis Islam?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka dapat disusun tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk memperoleh data tentang proses transaksi *E-commerce* yang terjadi di El-ma'wa Craft By Rajut Preneur Cirebon.
2. Untuk memperoleh data tentang dampak *E-commerce* terhadap peningkatan pendapatan El-ma'wa Craft By Rajut Preneur Cirebon.
3. Untuk memperoleh data tentang implementasi *E-commerce* terhadap peningkatan pendapatan El-ma'wa Craft By Rajut Preneur di Cirebon Ditinjau dari Etika Bisnis Islam.

F. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

1. Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan maupun sumbangan pemikiran dalam bidang pemasaran, khususnya praktik strategi pemasaran. Serta diharapkan sebagai sarana pengembangan ilmu pengetahuan yang secara teoritis dipelajari di bangku perkuliahan.

2. Praktis

a. Bagi penulis

Sebagai salah satu syarat memperoleh gelar strata satu sarjana ekonomi syariah (S.E.) di Institut Agama Islam Bunga Bangsa Cirebon.

b. Bagi perusahaan

Berguna sebagai bahan masukan dalam menciptakan pelayanan yang lebih efisien dan mampu mengatasi masalah ketika sedang memiliki permasalahan yang sama.

c. Bagi perguruan tinggi

Menambah dan memperluas khazanah penelitian yang ada.

d. Bagi pihak lain

Berguna sebagai sumbangan pikiran dan perbandingan dalam melakukan penelitian yang sama pada tempat yang berbeda untuk masa yang akan datang.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan menjelaskan analisis materi dalam penulisan ini agar mempermudah penulis dalam menganalisis materi. Secara garis besar, skripsi ini terdiri dari lima bab yang dibagi dalam sub-bab dan setiap sub-bab mempunyai pembahasan masing-masing yang saling berkaitan satu dengan yang lainnya.

BAB I : Bab satu merupakan **PENDAHULUAN** yang menggambarkan secara umum mengenai latar belakang masalah, identifikasi

masalah, fokus masalah dan subfokus, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : Bab dua membahas mengenai **LANDASAN TEORI** dengan deskripsi teori yang terdiri dari pengertian *E-commerce* meliputi: bentuk *E-commerce*, keuntungan *E-commerce*, kerugian *E-commerce*, penggunaan *E-commerce* Terhadap pelanggan, pengertian pendapatan, pengertian etika bisnis islam meliputi : pengertian etika bisnis islam, prinsip etika bisnis islam, analisis SWOT. Dalam bab dua ini juga membahas mengenai hasil penelitian yang relevan dan kerangka pemikiran.

BAB III : Pada bab tiga membahas tentang **METODELOGI PENELITIAN** yang terdiri dari desain penelitian, setting penelitian/tempat dan waktu penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, pemeriksaan keabsahan data.

BAB IV : Bab empat ini membahas mengenai **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN** yang terdiri dari deskripsi data hasil penelitian, pembahasan dan keterbatasan penelitian.

BAB V : Bab ini membahas mengenai **SIMPULAN DAN SARAN** serta diakhiri dengan daftar pusaka dan lampiran-lampiran.

BAB II LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teoritik

1. *Electronic Commerce (E-COMMERCE)*

a. Definisi *E-Commerce*

Menurut Mariza Arfina dan Robert Marpaung *E-commerce* atau yang lebih dikenal dengan *E-commerce* dapat diartikan sebagai suatu cara berbelanja atau berdagang secara *online* atau *direct selling* yang memanfaatkan fasilitas internet dimana terdapat *website* yang dapat menyediakan layanan “*get and deliver*”.¹

Saat ini, semakin maraknya penggunaan Internet, perdagangan secara elektronik (*E-commerce*) dapat dilakukan dengan mudah melalui dua cara yaitu bertemunya antara dua buah institusi (*B-to-B*) maupun antara Institusi dengan konsumen langsung (*B-to-C*) melalui sebuah media perantara yaitu Internet. *Electronic commerce (E-commerce)* merupakan konsep baru yang biasa digambarkan sebagai proses jual-beli barang atau jasa dengan menggunakan *World Wide Web Internet* atau proses jual beli produk, jasa dan informasi melalui sebuah jaringan computer dan internet. *E-commerce* merupakan transaksi yang dilakukan secara elektronik, dimana semua hal yang berkaitan dengan penawaran, promosi, dan proses penjualan

¹ Wanda Kurniandy. “Analisis Manajemen Risiko Sistem Pembayaran Transaksi Online Pada Toko Online Matahari mall.Com,” Skripsi pada UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, (Jakarta, 2016), h.20, dipublikasikan.

menggunakan salah satu media yang digunakan dalam *E-commerce* adalah internet.²

b. Bentuk *E-commerce*

1. *Mcommerce*

Mcommerce singkatan dari “*mobile commerce*” Cepatnya penetrasi perangkat mobile dengan akses internet telah membuka jalan yang lapang untuk perkembangan *E-commerce* hingga menjangkau banyak kalangan.³

c. Keuntungan *E-commerce*

Bagi perusahaan :

1. Memperpendek jarak.

Perusahaan-perusahaan dapat lebih mendekatkan diri pada konsumen. Dengan hanya mengklik link-link yang ada pada situs, konsumen dapat menuju ke perusahaan dimanapun saat itu mereka berada.

2. Perluasan pasar.

Jangkauan pemasaran menjadi lebih luas dan tak terbatas.

3. Perluasan jaringan mitra bisnis.

Pada perdagangan tradisional, sangat sulit bagi suatu perusahaan untuk mengetahui posisi geografis mitra kerja yang berada dinegara atau benua lain. Dengan adanya perdagangan

² Walia Nabila sa'ad."Pengaruh E-commerce terhadap Peningkatan Pendapatan Sentra Industri Kripik Pisang Bandar Lampung Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam," Skripsi pada UIN Raden Intan Lampung, (Bandar Lampung:_,2017), h.20, dipublikasikan.

³ Lintang Tanjung, Rangkuman *E-Commerce*, 2018, p.4, (<https://lintangtanjung.wordpress.com/2013/07/24/rangkuman-materi-tentang-e-commerce/>).

elektronik lewat jaringan internet, hal-hal tersebut bukan menjadi masalah yang besar.

4. Efisien.

Perdagangan melalui media elektronik akan sangat memangkas biaya oprasional sehingga menjadi lebih efisien. Selain dari biaya operasional perdagangan melalui media elektronik juga sangat efisien dari sudut waktu. Pencarian informasi produk atau jasa dapat dilakukan lebih cepat dan akurat.⁴

d. Kerugian *E-commerce*

1. Adanya kecenderungan masyarakat yang masih belum terbiasa untuk melakukan transaksi secara online.
2. Menurunnya privasi serta identitas budaya dan ekonomi dari konsumen.
3. Kekhawatiran yang muncul karena melakukan transaksi secara online adalah takut terjadi penipuan.⁵

e. Proses Penggunaan *E-commerce* Oleh Pelanggan

1. Pembeli dengan menggunakan komputer/handphone masuk ke pasar online yang dimau.
2. Pembeli mencari produk masuk ke home page penjualan produk.
3. Pembeli memilih produk dengan katalog.

⁴ Adi Nugroho, *E-commerce Memahami Perdagangan Modern di dunia Maya*, (Bandung: Informatika Bandung, 2006), h. 20.

⁵ Diga, *E-Commerce dan Jual Beli Dalam Islam*, 2018, p.4 (<https://secretdark.wordpress.com>).

4. Pembeli memesan produk, mengisi order pembeli, terjadi proses transaksi.
5. Order pembeli dikirim ke penjual.
6. Penjual mengkonfirmasi pemesanan.
7. Pembeli membayar menggunakan beberapa pilihan pembayaran, terjadi transaksi.
8. Informasi pembayaran dikirim ke aplikasi sistem/penjual.
9. Penjual atau sistem mengecek kebenaran pembayaran.
10. Jika sudah terbayar dengan benar produk dikirim oleh penjual.
11. Produk diterima oleh pembeli.
12. Uang dari sistem langsung masuk ke rekening penjual.⁶

2 Pengertian Pendapatan

Pendapatan adalah suatu yang sangat penting dalam setiap perusahaan. Tanpa adanya pendapatan mustahil akan didapat penghasilan atau earnings. Pendapatan adalah hasil yang timbul dari aktifitas perusahaan yang biasa dikenal atau disebut penjualan, penghasilan jasa (fees), bunga deviden, loyalty dan sewa.pendapatan selain itu juga didefinisikan sebagai penghasilan dari usaha pokok perusahaan atau penjualan barang atas jasa diikuti biaya-biaya sehingga diperoleh laba kotor.⁷

⁶ Mohammad Suyanto, Drs.,MM, *Strategi Periklanan Pada E-commerce Perusahaan Top Dunia*, (Yogyakarta:Andi, 2003), h.46-47.

⁷ Walia Nabila sa'ad."Pengaruh E-commerce terhadap Peningkatan Pendapatan Sentra Industri Kripik Pisang Bandar Lampung Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam," Skripsi pada UIN Raden Intan Lampung, (Bandar Lampung:_,2017), h.16, dipublikasikan.

3. Etika Bisnis Islam

a. Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika adalah suatu hal yang dilakukan secara benar dan baik, tidak melakukan suatu keburukan, melakukan hak dan kewajiban sesuai dengan moral dan melakukan segala sesuatu dengan penuh tanggung jawab. Sedangkan dalam islam, etika adalah akhlak seorang muslim dalam melakukan semua kegiatan termasuk dalam bidang bisnis. Oleh karena itu, jika ingin selamat dunia akhirat, kita harus memakai Etika dalam seluruh aktifitas bisnis kita.⁸

b. Prinsip Etika Bisnis Islam

Keberkahan usaha merupakan keberhasilan dari usaha itu dengan memperoleh keuntungan yang wajar dan diridhai Allah swt. Untuk memperoleh keberkahan dalam jual-beli, Islam mengajarkan prinsip-prinsip moral, sebagai berikut:

1. Jujur dalam segala hal dan dalam menakar dan menimbang.
2. Menjual barang yang halal.
3. Menjual barang yang baik mutunya.
4. Tidak menyembunyikan cacat barang.
5. Tidak melakukan sumpah palsu.
6. Murah hati.
7. Tidak menyaingi penjual lain.
8. Tidak melakukan riba.

⁸ Prof. Dr. H. Veithzal Rivai, S.E., M.M., M.B.A, dkk., *Islamic Business And Economic Ethics*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2012), h.3.

9. Mengeluarkan zakat bila telah sampai nishab dan haulnya.⁹

4. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan salah satu instrumen analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan yang telah dikenal luas. Hasil analisis SWOT dapat menunjukkan kualitas dan posisi organisasi atau suatu perusahaan.

Analisis internal meliputi penilaian terhadap faktor kekuatan (*Strength*), dan kelemahan (*Weakness*). Sementara, analisis eksternal mencakup faktor peluang (*Opportunity*) dan tantangan (*Threats*).¹⁰

Penelitian menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal Peluang (*opportunities*) dan Ancaman (*threats*) dengan faktor internal Kekuatan (*strengths*), dan Kelemahan (*weaknesses*).¹¹

B. Hasil Penelitian Yang Relevan

Dalam hal ini peneliti mengambil skripsi dan jurnal ilmiah sebelumnya sebagai penelitian terdahulu yang relevan:

1. Judul Skripsi : Pengaruh *E-commerce* terhadap peningkatan pendapatan setra industri keripik pisang Bandar Lampung ditinjau dari Etika Bisnis Islam (Studi kasus sentra industri kripik pisang di kota Bandar Lampung).

Penelitian ini dilakukan oleh Walia Nabila Sa'ad pada Tahun 2017, Jurusan

⁹ Prof. Dr. H. Veithzal Rivai, S.E., M.M., M.B.A, dkk., *Islamic Business And Economic Ethics*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2012), h.28.

¹⁰ Muhammad Ismail Yusanto, dkk., *Manajemen Strategis Perspektif Syariah*, (Jakarta: Khairul Bayaan,2003), h.29.

¹¹ Freddy Rangkuty., *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analissi SWOT*, (Jakarta : PT.Gramedia Pustaka Utama,2018)., h.20.

Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Teknik penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif.

Hasil penelitiannya adalah berdasarkan hasil uji penelitian dengan menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana, secara parsial dari hasil uji signifikan parametrik individual (uji t) pada variabel *Electronic Commerce (E-commerce)* berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan dengan nilai signifikans sebesar $0,0000 < 0,05$. Artinya bahwa kurang lebih 95% variabel *Electronic Commerce (E-commerce)* mempengaruhi peningkatan pendapatan, sehingga hal ini sesuai dengan teori dan penelitian terdahulu yang digunakan peneliti, sebab *Electronic Commerce (E-commerce)* memberikan dampak positif bagi kemajuan usaha kripik di sentra industri kripik PU di kota Bandar Lampung.

Dari penelitian diatas terdapat kesamaan yaitu sama-sama meneliti pengaruh *E-commerce* terhadap peningkatan pendapatan ditinjau dari Etika Bisnis Islam. akan tetapi terdapat perbedaan dari penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu dalam segi metode penelitian, nama toko, produk yang ditawarkan oleh toko, dan kota tempat melakukan penelitian sehingga penelitian ini dapat dilakukan karena penelitian ini bukan duplikasi dari penelitian sebelumnya.

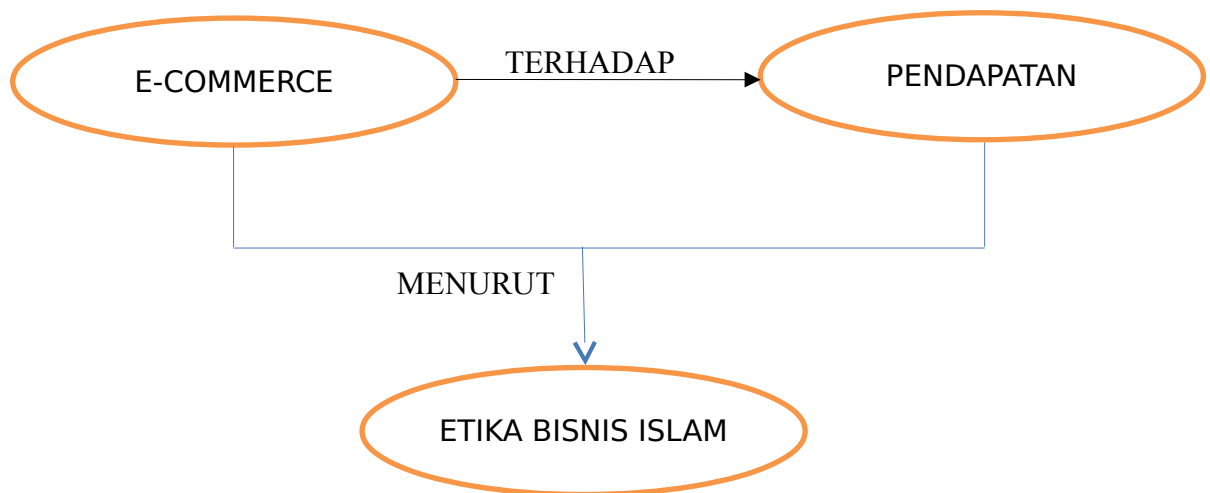
2. Judul Skripsi : Analisis Peluang *E-Commerce* dalam pengembangan usaha micro kecil dan menengah produk batik (Studi Kasus pada usaha batik di semarang). Penelitian ini dilakukan oleh Yunita Purnama Sari pada Tahun 2015, Mahasiswi Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro.

Hasil penelitiannya adalah berdasarkan hasil uji penelitian dengan menggunakan teknik analisis SWOT dengan metode penelitian kualitatif dapat disimpulkan teknologi yang semakin lama semakin maju dan berkembang dimana masyarakat harus segera memanfaatkan kemajuan teknologi ini. Serta kebijakan pemerintah yang sudah ada untuk mengupayakan bawa UKM harus mempergunakan *E-commerce* dalam pengembangan usaha kecil dan menengah. Dan juga pangsa pasar yang menerima adanya *E-Commerce* terlihat pada konsumen sekarang ini sudah menggunakan gadget dilengkapi dengan mobile data. Strategi bisnis penjualan online dapat sukses jika di dukung oleh kinerja aplikasi *E-Commerce* yang optimal mulai dari pemesanan barang, pembayaran sampai pengiriman barang harusnya dilakukan dengan cepat, murah, aman, dan nyaman. Kinerja aplikasi *E-Commerce* juga harus di dukung dengan variatifnya produk yang dijual di toko online, program-program dari pengelola untuk menarik pembeli seperti diskon, reward bagi konsumen tetap, dan lain sebagainya, penjualan online juga dapat berhasil jika kualitas SDM karyawan maupun pengelola situs penjualan online lebih baik sehingga dapat melayani konsumen dengan baik dan menciptakan kesetiaan pelanggan. *E-Commerce* dapat memberikan dampak positif untuk menjadi salah satu solusi untuk meningkatkan penjualan usaha batik di Semarang.

Dari penelitian diatas terdapat kesamaan yaitu sama-sama meneliti *E-Commerce* untuk membantu meningkatkan pendapatan, akan tetapi

terdapat perbedaan dari penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu dalam segi judul, nama toko, produk yang ditawarkan oleh toko, dan kota tempat melakukan penelitian sehingga penelitian ini dapat dilakukan karena penelitian ini bukan duplikasi dari penelitian sebelumnya.

C. Kerangka Pemikiran/konseptual



Gambar 2.1

Penjelasan :

Kerangka pemikiran diatas menunjukkan gambaran umum peneliti mengenai Pengaruh *E-Commerce* terhadap peningkatan pendapatan ditinjau dari Etika Bisnis Islam.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif adalah salah satu jenis penelitian yang tujuannya untuk menyajikan gambaran lengkap mengenai hubungan antara fenomena yang diuji.¹

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Lokasi yang akan dijadikan sebagai tempat penelitian adalah di El-Ma'wa Craft by Rajut Preneur Cirebon yang beralamat di Jl. Kesunean Utara Rt.01 Rw.07 no.40, Kelurahan : Kesepuhan Kecamatan : Lemahwungkuk Kota Cirebon.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dimulai pada bulan Desember 2018 sampai dengan Mei 2019.

C. Data dan Sumber Data

1. Data primer, yaitu informasi yang diperoleh secara langsung dari lokasi atau objek penelitian. Data primer yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari observasi dan wawancara.

¹ Yunita Purnamasari, *Analisis Peluang E-Commerce Dalam Pengembangan Usaha Micro Kecil Dan Menengah Produk Batik*, 2015, h.2, dipublikasikan.

Informasi yang didapatkan diperoleh dari *owner* dan pembeli El-Ma'wa Craft by Rajut Preneur Cirebon.

2. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari literature, dokumen-dokumen yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.² Peneliti mengambil dari literature berupa jurnal, skripsi, internet dan buku-buku yang berkaitan dengan penelitian ini.

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Metode pengumpulan data dengan pengamatan langsung di lapangan untuk mendapatkan gambaran secara langsung mengenai kegiatan yang diteliti.³

2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.⁴ Narasumber dari penelitian ini yaitu Nurfath Khoirunnisa selaku *owner* dan Teti Apriyani selaku pembeli/customer El-Ma'wa Craft by Rajut Preneur Cirebon.

3. Studi Dokumentasi

Studi dokumenter merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, gambar, hasil karya, maupun elektronik. Dokumen yang telah diperoleh

² V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustakabupers, 2015) Cett. Ke-1. H.89.

³ Ibid., h.94.

⁴ Ibid., h.186.

kemudian dianalisis (diurai), dibandingkan dan dipadukan (sintesis) membentuk satu hasil kajian yang sistematis, padu dan utuh. Jadi studi dokumenter tidak sekedar mengumpulkan dan menuliskan atau melaporkan dalam bentuk kutipan-kutipan tentang sejumlah dokumen yang dilaporkan dalam penelitian adalah hasil analisis terhadap dokumen-dokumen tersebut.⁵ Dokumen yang peneliti gunakan sebagai bahan penelitian yaitu menggunakan laporan penjualan dari El-Ma'wa Craft by Rajut Preneur Cirebon.

E. Teknik Pengolahan Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan lain, sehingga mudah difahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.⁶ Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah selesai penelitian.⁷

Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data *deskriptif*. Teknik analisis data *deskriptif* yaitu suatu analisis yang bersifat mendeskripsikan makna data atau fenomena yang dapat ditangkap oleh peneliti, dengan menunjukkan bukti-buktinya. Teknik ini digunakan untuk mendeskripsikan data-data yang peneliti kumpulkan baik data hasil observasi, wawancara, dokumentasi di El-Ma'wa Craft by Rajut Preneur Cirebon. Teknik deskriptif dengan membuat gambaran yang dilakukan dengan cara:

⁵ Sugiono, Studi Dokumen Dalam Penelitian Kualitatif, 2018, p.8, (<https://adzelgar.wordpress.com>).

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), h.244

⁷ *Ibid.*, h. 244.

1. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan pengobservasian, dan transformasi data mentah yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi data dilakukan dengan membuat ringkasan, mengembangkan sistem pengkodean menelusuri tema, membuat gugus-gugus, dan menuliskan memo.⁸

2. Penyajian Data

Penyajian data adalah proses penyusunan informasi yang kompleks dalam bentuk sistematis, sehingga menjadi bentuk yang sederhana serta dapat dipahami maknanya.

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan adalah langkah terakhir yang dilakukan peneliti dalam menganalisis data secara terus menerus baik pada saat pengumpulan data maupun setelah pengumpulan data. Dalam penelitian kualitatif penarikan kesimpulan tersebut dengan cara induktif, yang mana peneliti berangkat dari kasus-kasus yang bersifat khusus berdasarkan pengalaman nyata kemudian dirumuskan menjadi model, konsep, teori, prinsip atau definisi yang bersifat umum. Dengan kata lain, penarikan kesimpulan secara induktif adalah proses penelitian yang diawali dengan mengumpulkan data dan kemudian mengembangkan suatu teori dari data-data tersebut.

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), h.247.

F. Pemeriksaan Keabsahan Data

Untuk menguji keabsahan data yang diperoleh guna mengukur validitas hasil penelitian ini, dilakukan dengan meningkatkan ketekunan dalam penelitian.⁹ Pemeriksaan keabsahan data merupakan salah satu bagian terpenting di dalam penelitian kualitatif yaitu untuk mengetahui tingkat kepercayaan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan.

Pemeriksaan keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi yang menghubungkan data dari berbagai teknik pengumpulan data dari sumber data yang sudah ada. Triangulasi dapat diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada.¹⁰ Peneliti menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi untuk sumber data yang secara serempak.

⁹ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustakabupers, 2015) Cet. ke-1, h.272.

¹⁰ ¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), h.241.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Umum El-Ma'wa Craft By Rajut Preneur

Penelitian ini dilakukan di El-ma'wa Craft By Rajut Preneur. El-ma'wa Craft adalah salah satu nama usaha home industri yang memproduksi kerajinan tangan berupa rajutan. El-ma'wa scraft didirikan oleh Nurfath Khoirunnisa. Bermula dari hobinya merajut Nurfath Khoirunnisa memberanikan diri untuk membuka usaha rajutan ini. Nurfath khoirunnisa sudah mulai merajut sejak duduk di bangku SMA namun beliau mulai memantapkan diri untuk fokus merajut tahun 2013.

Nama El-ma'wa itu sendiri diambil dari sebuah novel karya Habibul Rahman Elsiraji yang berjudul Bumi Cinta didalam novel tersebut Nurfath Khoirunnisa menemukan sebuah kata Ma'wa yang membuatnya langsung menyukai kata tersebut kemudian beliau bertanya kepada temannya yang mengerti apa arti dari kata "Ma'wa" tersebut, teman beliau menyuruh membuka surat an-najim ayat 15 di bagian ayat terakhir terdapat kata jannatul ma'wa dimana disitu "ma'wa" berarti tempat tinggal, kata "craft" sendiri berarti kerajinan tangan maka jika kedua kata itu digabung maka memiliki arti tempat tinggal kejaninan tangan. Kata depan "El" itu karena beliau menyukai kata tersebut. Beliau selalu menyertakan kata "by rajut preneur" disetiap label pada produk beliau yang dimana kata itu memiliki

arti “dari pengusaha rajut”. Beliau berharap dengan nama El-Ma’wa ini beliau selalu di beri kerbekahan oleh Allah swt.

Pada tahun 2016 beliau mulai menciptakan logo El-ma’wa Craft By Rajut Preneur namun logo untuk produk beliau masih mengalami beberapa perbaikan desain hingga pada tahun 2017 beliau memberanikan diri membuat label bordir untuk produknya. Sistem usaha yang digunakan oleh El-Ma’wa Craft sendiri adalah sistem home industri sehingga beliau masih belum memberanikan diri untuk mengajukan ijin usaha yg formal karena produksi beliau masih sesuai permintaan pelanggan saja. Beliau menggunakan sistem PO untuk pelanggan yang ingin membeli hasil rajutan beliau. Pelanggan bisa mendesain sendiri seperti apa bentuk produk rajut yang diinginkan.

B. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan dilapangan, maka peneliti menemukan beberapa temuan mengenai data yang peneliti perlukan. Dalam penelitian yang peneliti lakukan terhadap El-Ma’wa Craft By Rajut Preneur yang terdiri dari Owner, dan Konsumen, Peneliti mendapatkan data tentang bagaimana *E-Commerce* terhadap penjualan atau peningkatan pendapatan. Untuk lebih jelasnya dibawah ini peneliti akan menguraikan satu-persatu temuan yang peneliti temukan dilapangan. Berdasarkan permasalahan dan tujuan peneliti yang telah dikemukakan pada bab I, Yaitu untuk mengetahui dan menganalisa tentang pengaruh *E-commerce* terhadap peningkatan pendapatan. Maka data dari para informan sangat dibutuhkan.

Untuk itu disusun pedoman perolehan data penelitian yang dapat dijadikan sebagai pedoman wawancara. Untuk menginterpretasikan data yang diperoleh dari hasil wawancara, maka berikut ini akan dideskripsikan data hasil penelitian sebagai berikut :

1. Proses transaksi *E-commerce* yang dilakukan El-ma'wa Craft By Rajut Preneur Cirebon.

Menurut Mariza Arfina dan Robert Marpaung *E-commerce* atau yang lebih dikenal dengan *E-commerce* dapat diartikan sebagai suatu cara berbelanja atau berdagang secara *online* atau *direct selling* yang memanfaatkan fasilitas internet dimana terdapat *website* yang dapat menyediakan layanan “*get and deliver*”.¹

E-commerce menjadi salah satu komponen yang dianggap penting untuk mempermudah sistem perdagangan. Perusahaan-perusahaan dapat lebih mendekati diri pada konsumen. Dengan hanya mengklik link-link yang ada pada situs, konsumen dapat menuju ke perusahaan dimanapun saat itu mereka berada.² Seperti yang dikemukakan oleh Nurfath Khoirunnisa selaku owner El-ma'wa Craft By Rajut Preneur pada 09 Desember 2018 jam 13.00 s.d selesai. Bertempat di Masjid Raya At-taqwa Cirebon, beliau mengatakan :

“Dulu sebelum menggunakan *E-commerce* Saya memasarkan barang dagangan Saya dari mulut kemulut, waktu dulu dalam pemasaran produk Saya dibantu oleh tante beliau mempromosikan

¹ Wanda Kurniandy. “Analisis Manajemen Risiko Sistem Pembayaran Transaksi Online Pada Toko Online Matahari mall.Com,” Skripsi pada UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, (Jakarta, 2016), h.20, dipublikasikan.

² Adi Nugroho, *E-commerce Memahami Perdagangan Modern di dunia Maya*, (Bandung: Informatika Bandung, 2006), h. 20.

kepada teman-temannya sehingga mereka memesan produk Saya. Dan sekarang saya sudah menggunakan Instagram (Ig), Facebook (FB), awal desember ini Saya baru menggunakan aplikasi Shopee, Insya Allah nanti akan menggunakan aplikasi Buka Lapak agar pembeli dapat mudah mengakses barang dagangan dan toko saya.”

Berdasarkan jawaban saudari Nurfath dapat kita ketahui bahwa sebelum menggunakan *E-commerce* dia hanya menggunakan pemasaran tradisional, beliau dibantu oleh tantenya untuk memasarkan produknya dan sekarang El-Ma'wa Craft Cirebon telah menggunakan beberapa aplikasi untuk usahanya, bahkan dia telah memiliki rencana kedepannya untuk menambah penggunaan aplikasi *E-commerce* yaitu situs Buka lapak untuk usahanya dengan tujuan agar memudahkan pelanggan dalam mengakses produk dan tokonya.

Proses Penggunaan E-commerce Oleh Pelanggan :

1. Pembeli dengan menggunakan komputer/handphone masuk ke pasar online yang dimau.
2. Pembeli mencari produk masuk ke home page penjualan produk.
3. Pembeli memilih produk dengan katalog.
4. Pembeli memesan produk, mengisi order pembeli, terjadi proses transaksi.
5. Order pembeli dikirim ke penjual.
6. Penjual mengkonfirmasi pemesanan.
7. Pembeli membayar menggunakan beberapa pilihan pembayaran, terjadi transaksi.

8. Informasi pembayaran dikirim ke aplikasi sistem/penjual.
9. Penjual atau sistem mengecek kebenaran pembayaran.
10. Jika sudah terbayar dengan benar produk dikirim oleh penjual.
11. Produk diterima oleh pembeli.
12. Uang dari sistem langsung masuk ke rekening penjual.³

Proses transaksi *e-commerce* selaras dengan yang dikemukakan oleh saudari Nurfath, beliau mengatakan:

Langkah-langkahnya itu dengan cara:

- **Customer buka Ig El-ma'wa :@elmawacraft**
- **Setelah membuka Ig di El-ma'wa Craft ada link tri el-ma'wa lalu customer dapat langsung meng klik link yang ada di bio.**
- **Setelah link di klik ada pilihan customer service el-ma'wa dan shopee**
- **Jika ingin memesan barang melalui shopee customer dapat langsung mengklik shopee maka akan terhubung langsung ke toko shopee el-ma'wa**
- **Setelah masuk ke toko shopee El-ma'wa Customer tinggal memilih produk yang diinginkan untuk dimasukkan di keranjang belanjaan.**
- **Setelah itu customer akan mendapatkan no rekening/ kode transaksi yang harus di bayar menggunakan transfer antar bank**

³ Mohammad Suyanto, *Strategi Periklanan Pada E-commerce Perusahaan Top Dunia*, (Yogyakarta:Andi, 2003), h.46-47.

dimana nanti uang yang di transfer oleh customer masuk ke rekening shopee belum ke rekening penjual.

- Setelah customer melakukan pembayaran pada sistem maka owner akan mengerjakan pesanan yang diinginkan

- Setelah barang telah di kerjakan dan di packing maka penjual akan mengirim barang tersebut ke customer.

- Setelah barang sampai ke customer maka customer harus melakukan pengkonfriman dengan sistem bahwa barang telah diterima dengan baik tanpa cacat agar dana yang ditransfer oleh customer ke sistem dapat diteruskan oleh sistem aplikasi shopee kepada penjual setelah customer merasa puas dengan pesannya.

Itu proses-prosesnya, sedangkan uang penjualan dari shopee saya terima setelah customer melepaskan dana karena telah merasa puas atau barang pesannya.

Pendapatan yang diterima selaras dengan teori yang dikemukakan oleh Mohamad Suyanto, produk diterima oleh pembeli, setelah itu uang dari sistem langsung masuk ke rekening penjual.⁴

E-commerce merupakan transaksi yang dilakukan secara elektronik, dimana semua hal yang berkaitan dengan penawaran, promosi, dan proses penjualan menggunakan salah satu media yang digunakan dalam *E-commerce*

⁴ Mohammad Suyanto, *Strategi Periklanan Pada E-commerce Perusahaan Top Dunia*, (Yogyakarta:Andi, 2003), h.46-47.

adalah internet.⁵ Dalam proses *e-commerce* terdapat beberapa hal yang menjadi hambatan dalam melakukan transaksi, seperti yang dikemukakan oleh saudari Nurfath:

“Hambatannya adalah dalam tingkat promosi, jika menggunakan *E-commerce* kita harus sering membuka aplikasi, dan untuk meningkatkan promosi toko penjual harus menggunakan aplikasi promosi berbayar seperti dalam penggunaan aplikasi shopee ada kebijakan iklanku itu berbayar untuk meluaskan jangkauan promosi. Saya pernah menggunakan Intagram dulu sebelum Saya menggunakan promosi berbayar atau biasa di sebut Endorse lewat Instagram orang yang sudah memiliki jumlah Followers banyak penjualan Saya belum terlalu meningkat, setelah Saya rajin promosi menggunakan Endorse berbayar dimana nanti produk dan toko Saya akan di promosikan oleh akun Instagram yang memiliki followers banyak Alhamdulillah itu cukup berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan ditoko Saya, sejak saat itu banyak orang memesan produk rajutan dari toko Saya sampai waktu itu Saya pernah mengirim kedaerah Pekan Baru. Jaringan internet sangat berpengaruh dalam mengakses aplikasi *E-commerce* karena jika jaringan internet sedang mengalami gangguan maka sistem akan suslit untuk di akses”

⁵ Walia Nabila sa'ad. "Pengaruh E-commerce terhadap Peningkatan Pendapatan Sentra Industri Kripik Pisang Bandar Lampung Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam," Skripsi pada UIN Raden Intan Lampung, (Bandar Lampung:_,2017), h.20, dipublikasikan.

Dari jawaban diatas dapat disimpulkan bahwa jika menggunakan *E-commerce* penjual harus selalu memantau atau membuka aplikasi yang digunakan setiap hari. Jika menggunakan aplikasi *E-commerce* penjual harus melakukan pembayaran jika ingin barang dagangannya di promosikan oleh sistem secara otomatis dengan jangkauan promosi yang lebih luas, promosi berbayar itu sangat berpengaruh terhadap peningkatan penjualan suatu produk. Tak hanya promosi berbayar yang menjadi hambatan dalam penggunaan *E-commerce* namun sinyal dari jaringan internet juga sangat berpengaruh untuk mengakses sistem yang ada jika jaringan internet sedang mengalami gangguan maka sistem akan sulit untuk di akses oleh pelanggan dan penjual.

Proses yang dilakukan El-Ma'wa Craft Cirebon yang dikemukakan oleh Saudari Teti Apriyanti selaku Customer El-ma'wa Craft By Rajut Preneur pada 28 Desember 2018 jam 17.00 s.d selesai. Bertempat di Rumah Ibu Teti Cirebon mengatakan :

- **Saya membuka instagram El-ma'wa Craft**
- **Setelah itu saya meng klik link tri yang ada di bio instagram El-ma'wa**
- **Lalu saya pilih customer servis atau link shopee untuk melihat produk**
- **Setelah itu saya klik produk yang saya pesan**
- **Akun shopee akan memberi kode yang harus kita bayar menggunakan bank**
- **Setelah saya bayar**
- **Saya menunggu pengerjaan produk yang saya mau sekitar 1 sampai 30 hari**

- **Setelah produk pesanan saya telah selesai dibuat maka owner akan mengkonfirmasi kepada saya bahwa barang pesanan saya siap dikirim**
- **Setelah saya menerima produk pesanan saya dan saya pastikan tidak ada cacat, saya mengkonfirmasi kepada akun shopee agar dana yang saya transfer disistem dapat di teruskan kepada rekening penjual.**

Berdasarkan jawaban diatas dapat diketahui bahwa langkah-langkah atau cara pemesanan produk El-ma'wa Craft sesuai dengan yang dikemukakan oleh *owner* El-Ma'wa Craft Cirebon.

Berdasarkan hasil wawancara dengan *owner* dan *customer* dapat disimpulkan bahwa Setiap perdagangan *online* memiliki jenis *E-commerce* yang berbeda-beda termasuk dalam cara pemesanan produknya semua bergantung pada si penjual. Di El-ma'wa Craft Sendiri sudah sesuai dengan prosedur yang ada di *E-commerce* namun customer harus sabar menunggu barang yang dipesan karena di El-ma'wa tidak menerapkan sistem ready stock sistem yang diterapkan adalah Purchase Order (PO) dimana customer dapat merequest atau mengcustom barang yang di inginkan agar sesuai dengan yang diinginkan mulai dari bentuk, warna, dan ukuran.

2. Dampak *E-commerce* terhadap pendapatan El-ma'wa Craft By Rajut Preneur Cirebon.

Sejak adanya *E-commerce* membuat perluasan pasar semakin meningkat dan jangkauan pemasaran menjadi lebih luas dan tak terbatas.⁶ Seperti halnya yang dikatakan oleh saudari Nurfath Khoirunnisa selaku owner El-ma'wa Craft By Rajut Preneur pada 09 Desember 2018 jam 13.00 s.d selesai. Bertempat di Masjid Raya At-taqwa Cirebon, beliau mengatakan:

“*E-commerce* sangat berpengaruh untuk membantu Saya memasarkan produk yang Saya jual karena ketika belum menggunakan *E-commerce* produk Saya hanya terkenal di Cirebon saja tapi sejak menggunakan *E-commerce* toko Saya terkenal hingga luar Kota Cirebon. Menurut Saya lebih enak menggunakan *E-commerce* karna memiliki jangkauan luas.”

Berdasarkan jawaban saudari dapat diketahui bahwa *E-Commerce* sangat berpengaruh dalam memasarkan barang dagangan. Sejak adanya *E-commerce* barang dagangan saudari menjadi terkenal di luar Kota Cirebon. Dengan menggunakan *E-commerce* karena memiliki jangkauan luas.

Pendapatan adalah suatu yang sangat penting dalam setiap perusahaan. Tanpa adanya pendapatan mustahil akan didapat penghasilan atau earnings. Pendapatan adalah hasil yang timbul dari aktifitas perusahaan yang biasa dikenal atau disebut penjualan.⁷ pendapatan El-Ma'wa Craft Cirebon semakin meningkat dengan adanya *E-commerce*. Seperti yang dikemukakan oleh saudari Nurfath, beliau mengatakan:

⁶ Adi Nugroho, *E-commerce Memahami Perdagangan Modern di dunia Maya*, (Bandung: Informatika Bandung, 2006), h. 20.

⁷ Walia Nabila sa'ad. "Pengaruh E-commerce terhadap Peningkatan Pendapatan Sentra Industri Kripik Pisang Bandar Lampung Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam," Skripsi pada UIN Raden Intan Lampung, (Bandar Lampung:_,2017), h.16, dipublikasikan.

“Kenaikannya sekitar 70% peningkatan pembeli yang memesan produk saya tak hanya peningkatan pembeli saya juga mengalami peningkatan pendapatan yang saya alami sejak menggunakan *E-commerce*”

Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa El-Ma’wa Craft mengalami peningkatan pembeli 70% dan El-ma’wa Craft juga mengalami peningkatan pendapatan sejak menggunakan *E-commerce*.

3. Pengaruh *E-commerce* terhadap peningkatan pendapatan El-ma’wa Craft By Rajut Preneur di Cirebon Ditinjau dari Etika Bisnis Islam.

Perluasan jaringan mitra bisnis pada perdagangan tradisional sangat sulit bagi suatu perusahaan untuk mengetahui posisi geografis mitra kerja yang berada dinegara atau benua lain. Dengan adanya perdagangan elektronik lewat jaringan internet, hal-hal tersebut bukan menjadi masalah yang besar.⁸ *E-commerce* sangat berpengaruh terhadap El-Ma’wa Craft Cirebon karena sejak adanya *E-commerce*, El-Ma’wa lebih dikenal banyak masyarakat, seperti halnya yang di katakan oleh saudari Nurfath, beliau mengatakan:

“Produk dan toko Saya jauh lebih dikenal orang dan pesanan semakin bertambah.”

Dari jawaban diatas dapat diketahui bahwa sejak adanya *E-commerce* El-ma’wa Craft menjadi lebih di kenal oleh masyarakat sehingga pesanan bertambah.

⁸ Adi Nugroho, *E-commerce Memahami Perdagangan Modern di dunia Maya*, (Bandung: Informatika Bandung, 2006), h. 20.

Keberkahan usaha merupakan keberhasilan dari usaha itu dengan memperoleh keuntungan yang wajar dan diridhai Allah swt. Untuk memperoleh keberkahan dalam jual-beli, Islam mengajarkan prinsip-prinsip moral, sebagai berikut: Jujur dalam segala hal dan dalam menakar dan menimbang.⁹ Etika Bisnis yang dipakai El-Ma'wa Craft Cirebon sudah menggunakan etika bisnis islam yang dapat diukur dari pendeskripsian barang dagangannya jujur dan tanpa ada yang dirahasiakan. Seperti yang dikatakan oleh saudari Nurfath, beliau mengatakan:

“Saya sudah mendeskripsikan secara detail, Anda bisa buka toko Saya di Shopee kalau Anda mau lihat seperti apa Saya mendeskripsikan produk Saya. Nanti Saya kasih tahu nama toko Saya di Shopee.”

Hal itu selaras dengan yang dikatakan oleh Teti Apriyani selaku Customer, beliau mengatakan:

“Menurut saya El-ma'wa Sesuai dengan akad jual beli dan etika bisnis islamnya, karena beliau dalam transaksi jual beli barang dagangannya beliau jujur, dapat dipercaya. dalam mendeskripsikan produknya di *E-commerce* dengan barang yang saya terima sesuai antara foto barang dan ukuran serta bahan sesuai dengan aslinya”

Dari jawaban diatas dapat diketahui bahwa menurut saudari Teti El-ma'wa Craft dalam menawarkan barang dagangannya telah sesuai dengan etika bisnis islam karena penjual telah mendeskripsikan produknya dengan

⁹ Adi Nugroho, *E-commerce Memahami Perdagangan Modern di dunia Maya*, (Bandung: Informatika Bandung, 2006), h. 20.

jujur dan penjual dapat dipercaya oleh pembeli sehingga tidak ada yang namanya penipuan. Jujur dalam segala hal dan dalam menakar dan menimbang.¹⁰ Menjual barang yang baik mutunya, dan tidak menyembunyikan cacat barang.¹¹

Berdasarkan hasil wawancara dengan owner dan customer El-ma'wa Dapat disimpulkan bahwa El-ma'wa Craft telah menerapkan *E-commerce* sebagai strategi perdagangannya dimana dalam *E-commerce* tersebut El-ma'wa memasukkan prinsip etika bisnis islam dalam perdagangannya seperti jujur, terbuka, dapat dipercaya, dan tidak menutupi cacat barang.

Penelitian menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal Peluang (*opportunities*) dan Ancaman (*threats*) dengan faktor internal Kekuatan (*strengths*), dan Kelemahan (*weaknesses*).¹²

Hasil Analisis SWOT Dari Wawancara

Berdasarkan hasil temuan yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan dilokasi penelitian, maka dapat dikemukakan pembahasan yang berdasarkan atas tujuan penelitian adalah sebagai berikut: “Untuk mengetahui dan sekaligus menganalisa pengaruh *E-commerce* terhadap peningkatan pendapatan El-ma'wa Craft By Rajut Preneur di Cirebon ditinjau Dari Etika Bisnis Islam.

¹⁰¹⁰ Veithzal Rivai, dkk., *Islamic Business And Economic Ethics*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2012), h.28.

¹¹¹¹ Ibid

¹²¹² Freddy Rangkuty., *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analissi SWOT*, (Jakarta : PT.Gramedia Pustaka Utama,2018)., h.20.

Peneliti akan melakukan analisis pada data yang dihasilkan menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui apakah *E-commerce* berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan.

1. S (Streight) = Kekuatan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan berikut adalah kekuatan penggunaan aplikasi *E-commerce*:

- a. Kini melakukan transaksi jual beli tidak harus keluar rumah.
- b. Menghemat waktu
- c. Lebih mudah
- d. Banyak pilihan
- e. Tidak perlu melakukan tawar menawar
- f. Dapat memesan desain produk seperti yang di inginkan pembeli
- g. Sudah melakukan bisnis online sesuai dengan Etika bisnis islam yaitu (Jujur, Amanah, dan Terbuka).
- h. Jangkauan jaringan luas

2. Weakness (Kelemahan) pada El-ma'wa Craft

- a. Memerlukan waktu lama untuk memproduksi karena ini home made dibuat menggunakan tangan bukan mesin.
- b. Masih belum memiliki ijin usaha resmi.
- c. Masih belum memiliki store yang pasti karena storenya berada di rumah.
- d. Promosi berbayar jika ingin barang dagangan di promosikan oleh sistem.

- e. Jika jaringan internet sedang mengalami gangguan maka sistem akan sulit untuk di akses.

3. Opportunities (peluang) pada El-ma'wa Craft

- a. Memberanikan diri untuk membuka store resmi karena di pasaran banyak orang yang mencari produk rajut yang berkualitas dan dapat menentukan model rajutan sendiri seperti ini. Sangat jarang pengrajin rajut yang menerima pesanan sesuai keinginan pelanggan karena kebanyakan pengrajin rajut membuat rajutan itu dengan model yang sama serta monoton dan menggunakan sistem stok barang. El-ma'wa bisa memanfaatkan ini karena banyak orang yang ingin memiliki produk rajutan yang tidak banyak dipakai orang atau beda dari yang dipasaran, di El-ma'wa mereka bisa pesan warna, ukuran, dan model seperti yang dia mau.

4. Threats (T) atau ancaman.

- a. Banyaknya produk rajut yang murah di pasaran.

Berdasarkan analisis SWOT tersebut maka dapat disimpulkan bahwa peluang penggunaan *E-commerce* adalah teknologi yang semakin lama semakin maju dan berkembang dimana masyarakat harus segera memanfaatkan kemajuan teknologi ini. Serta kebijakan pemerintah yang sudah ada untuk mengupayakan bawa UKM harus mempergunakan *E-commerce* dalam pengembangan usaha kecil dan menengah. Dan juga pangsa pasar yang menerima adanya *E-commerce* terlihat pada konsumen

sekarang ini sudah menggunakan gadget dilengkapi dengan mobile data. Strategi bisnis penjualan online dapat sukses jika di dukung oleh kinerja aplikasi *E-commerce* yang optimal mulai dari pemesanan barang, pembayaran sampai pengiriman barang harusnya dilakukan dengan cepat, murah, aman, dan nyaman. Kinerja aplikasi *E-commerce* juga harus di dukung dengan variatifnya produk yang dijual di toko online, program-program dari pengelola untuk menarik pembeli seperti diskon, reward bagi konsumen tetap, bisa pesan warna, model dan lain sebagainya, penjualan online juga dapat berhasil jika kualitas SDM maupun pengelola situs penjualan online lebih baik sehingga dapat melayani konsumen dengan baik dan menciptakan kesetiaan pelanggan.

Penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui system elektronik seperti internet atau televisi, www, atau jaringan komputer lainnya. *E-commerce* dapat melibatkan transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis. *E-commerce* merupakan bagian dari *E-business*, di mana cakupan *E-business* lebih luas, tidak hanya sekedar perniagaan tetapi mencakup juga pengkolaborasi mitra bisnis, pelayanan nasabah, lowongan pekerjaan, dll.

Selain penjualan dan pemasaran yang sudah dijelaskan

diatas, model transaksinya pun juga mengalami perubahan. Dalam penerapan *E-commerce* transaksi yang digunakan sarana internet atau lebih dikenal dengan transaksi Online. Pelayanan transaksi tersebut tidak menggunakan manusia dalam pengoperasiannya melainkan hanyalah menggunakan perangkat keras dan lunak computer.

Penggunaan media internet menjadi strategi pemasaran yang digunakan hingga saat ini. Selain penggunaan internet sebagai media pemasaran utama, outlet atau showroom juga masih dipergunakan sebagai pendukung kegiatan promosi. Efisien dan efektif serta menghemat biaya, hal itu menjadi pendorong beralihnya strategi pemasaran usaha Sederhana ke modern yaitu menggunakan *E-commerce*. Penggunaan Internet mempermudah serta meminimalisir biaya promosi.

Dari analisis diatas dapat diketahui bahwa El-ma'wa adalah salah satu Home industri rajut yang telah menerapkan Etika bisnis islam pada perdagangannya hal itu dapat diketahui dari postingan barang yang terdapat di shope selalu detail, rinci, dan sesuai. Islam tidak melarang adanya perdagangan online jika perdagangan yang dilakukan itu sudah sesuai syariat yaitu jujur, amanah, terbuka, dan tidak mengandung unsur penipuan.

C. Keterbatasan Penelitian

1. Susahnya melakukan penelitian ini karena custemer El-ma'wa di dominan

berada diluar kota Cirebon.

2. Susahnya bertemu Owner El-ma'wa dikarenakan pemiliknya masih kuliah.
3. Terbatasnya waktu karena peneliti kuliah sambil bekerja.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Setiap perdagangan *online* memiliki jenis *E-commerce* yang berbeda-beda termasuk dalam cara pemesanan produknya semua bergantung pada si penjual. Di El-ma'wa Craft Sendiri sudah sesuai dengan prosedur yang ada di *E-commerce* namun customer harus sabar menunggu barang yang dipesan karena di El-ma'wa tidak menerapkan sistem ready stock sistem yang diterapkan adalah Purchase Order (PO) dimana customer dapat merequest atau mengcustom barang yang di inginkan agar sesuai dengan yang diinginkan mulai dari bentuk, warna, dan ukuran.
2. El-Ma'wa Craft mengalami peningkatan pembeli 70% dan El-ma'wa Craft juga mengalami peningkatan pendapatan sejak menggunakan *E-commerce*.
3. El-ma'wa Craft telah menerapkan *E-commerce* sebagai strategi perdagangannya dimana dalam *E-commerce* tersebut El-ma'wa memasukkan prinsip etika bisnis islam dalam perdagangannya seperti jujur, terbuka, dapat dipercaya, dan tidak menutupi cacat barang.

B. Saran

Dari penelitian yang telah dilakukan penulis menyarankan agar :

1. El-ma'wa Craft memiliki outlet resmi untuk memudahkan pembeli yang ingin membeli langsung.
2. Laporan pembukuan yang masih manual diubah menggunakan sarana komputer agar lebih efisien dan efektif.
3. Menambahkan media sosial untuk memperlebar informasi untuk media promosi. Dikembangkannya fitur media sosial yang dapat mengakomodasi spesial order yakni pesanan dengan spesifikasi sesuai keinginan konsumen. Fitur yang mampu langsung menjumlah barang belanjaan dengan fasilitas kantong belanjaan pada suatu website
4. Kinerja aplikasi *E-Commerce* juga harus di dukung dengan variatifnya produk yang dijual di toko online, program-program dari pengelola untuk menarik pembeli seperti diskon, reward bagi konsumen tetap, dan lain sebagainya, penjualan online juga dapat berhasil jika kualitas SDM karyawan maupun pengelola situs penjualan online lebih baik sehingga dapat melayani konsumen dengan baik dan menciptakan kesetiaan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- A, Agnes Dwi. *Perkembangan Ekonomi Indonesia*, <https://www.kompasiana.com>.
2018
- Diga. *E-Commerce dan Jual Beli Dalam Islam*. <https://secretdark.wordpress.com9>.
2018.
- Kurniandy, Wanda. “*Analisis Manajemen Risiko Sistem Pembayaran Transaksi Online Pada Toko Online Matahari mall.Com,*” Skripsi pada UIN Syarif Hidayatullah Jakarta : 2016. “dipublikasikan”.
- Nugroho, Adi. *E-commerce Memahami Perdagangan Modern di dunia Maya*. Bandung. Informatika Bandung. 2006.
- Purnamasari, Yunita. “*Analisis Peluang E-Commerce Dalam Pengembangan Usaha Micro Kecil Dan Menengah Produk Batik,*” Jurnal Universitas Diponogoro Semarang: 2015. “dipublikasikan”.
- Rangkuty, Freddy. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analissi SWOT*. Jakarta. PT.Gramedia Pustaka Utama. 2018.
- Sa’ad, Walia Nabila. “*Pengaruh E-commerce terhadap Peningkatan Pendapatan Sentra Industri Kripik Pisang Bandar lampung Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam*”, Skripsi pada UIN Raden Intan Bandar lampung: 2017 “dipublikasikan”.
- Sugiono. *Studi Dokumen Dalam Penelitian Kualitatif*.
<https://adzelgar.wordpress.com>. 2018.

- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung. Alfabeta. 2016
- Sujarweni, V. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta. Pustaka bupers. Cett. Ke-1. 2015.
- Suyanto, Mohammad. *Strategi Periklanan Pada E-commerce Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta. Andi. 2003.
- Tanjung, Lintang. *Rangkuman E-Commerce*. <https://lintangtanjung.wordpress.com>. 2018.
- Veithzal Rivai, dkk. *Islamic Business And Economic Ethics*. Jakarta . Bumi Aksara. 2012.
- Yusanto, Muhammad Ismail, dkk. *Manajemen Strategis Perspektif Syariah*. Jakarta. Khairul Bayaan. 2003.

RIWAYAT HIDUP PENULIS



Penulis bernama **Siti Madinah** yang lahir di Surabaya pada tanggal 17 November 1996. Dari ayah yang bernama **Muhadjeri** dan ibu yang bernama **Rr.Ekowati Khonia**. Penulis merupakan anak pertama dari dua bersaudara yang bernama **Mohammad Rahman Hadjar**. Penulis tinggal di Jl. Ikan Dorang Baru No:74 Rt 009 Rw 003. Kelurahan: Perak Barat, Kecamatan: Krembangan, Surabaya.

Adapun jenjang pendidikan yang penulis tempuh adalah :

1. Taman Kanak-kanak di TK Perak Jl. Ikan mujaer Surabaya Tahun 2003.
2. Sekolah Dasar di SDS Al-Ikhlash Surabaya yang beralamat di Jl. Tanjung sadari yang lulus pada Tahun 2009.
3. Sekolah Menengah Pertama (SMP) di MTS. Nurul Hikmah Surabaya yang beralamat di Jl. Kedung Cowek Surabaya yang lulus pada Tahun 2012.
4. Sekolah Menengah Atas di MAN 2 Cirebon Jl. Pelandakan no: 01 yang lulus pada Tahun 2015.
5. Kemudian Tahun 2015 melanjutkan kuliah Program Sarjana S-1 di Institut Agama Islam Bunga Bangsa Cirebon, Jurusan Ekonomi Syariah sampai sekarang.

Cirebon, 29 Mei 2019

Penulis,

TRIANGULASI DATA

Nama : Nurfath khoirunnisa

Jabatan : Owner

Hari / Tanggal : Minggu, 09 Desember 2018

Waktu : Bada Dhuhur/13.00 s.d selesai

Tempat : Masjid Raya At-taqwa Cirebon

No	Instrumen	Jawaban
1.	Apa yang anda mengetahui tentang <i>E-commerce</i> (aplikasi perdagangan online)?	Iya, Saya mengetahui <i>E-commerce</i> .
2.	Jika anda mengetahui <i>E-commerce</i> apa saja aplikasi <i>E-commerce</i> yang sudah anda gunakan untuk memasarkan produk dagangan Anda?	Intagram (Ig), Facebook (FB), awal desember ini Saya baru menggunakan aplikasi Shopee, Insya Allah nanti akan menggunakan aplikasi Buka Lapak agar pembeli dapat mudah mengakses barang dagangan dan toko saya.
3.	Salah satu Etika Bisnis yang ada di <i>E-commerce</i> adalah penjualan produknya harus jujur dan detail dalam mendeskripsikan produk yang dipasarkan, Apakah Anda sudah mendeskripsikan itu dengan detail dan jujur?	Saya sudah mendeskripsikan secara detail, Anda bisa buka toko Saya di Shopee, kalau Anda mau lihat seperti apa Saya mendeskripsikan produk Saya. Nanti Saya kasih tahu nama toko Saya di Shopee.

<p>4.</p>	<p>Ketika <i>E-commerce</i> telah Anda pakai untuk memasarkan produk dibandingkan dengan sebelum Anda menggunakan <i>E-commerce</i>, apakah <i>E-commerce</i> berpengaruh?</p>	<p><i>E-commerce</i> sangat berpengaruh untuk membantu Saya memasarkan produk yang Saya jual karena ketika belum menggunakan <i>E-commerce</i> produk Saya hanya terkenal di Cirebon saja tapi sejak menggunakan <i>E-commerce</i> toko Saya terkenal hingga luar Kota Cirebon. Menurut Saya lebih enak menggunakan <i>E-commerce</i> karna memiliki jangkauan luas.</p>
<p>5.</p>	<p>Berapa persen peningkatan pendapatan yang Anda alami setelah menggunakan <i>E-commerce</i> dalam pemasaran produk?</p>	<p>Sekitar 70% peningkatan pembeli yang memesan produk saya tak hanya peningkatan pembeli saya juga mengalami peningkatan pendapatan yang saya alami sejak menggunakan <i>E-commerce</i>.</p>
<p>6.</p>	<p>Apa saja hambatan Anda dalam melakukan pemasaran menggunakan aplikasi <i>E-commerce</i> ini?</p>	<p>Hambatannya adalah dalam tingkat promosi, jika menggunakan <i>E-commerce</i> kita harus sering membuka aplikasi, dan untuk meningkatkan promosi toko penjual harus menggunakan aplikasi promosi berbayar seperti dalam penggunaan aplikasi shopee ada kebijakan iklanku itu berbayar untuk meluas jangkauan</p>

		<p>promosi. Saya pernah menggunakan Intagram dulu sebelum Saya menggunakan promosi berbayar atau biasa di sebut Endorse lewat Instagram orang yang sudah memiliki jumlah Followers banyak penjualan Saya belum terlalu meningkat, setelah Saya rajin promosi menggunakan Endorse berbayar dimana nanti produk dan toko Saya akan di promosikan oleh akun Instagram yang memiliki followers banyak Alhamdulillah itu cukup berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan ditoko Saya, sejak saat itu banyak orang memesan produk rajutan dari toko Saya sampai waktu itu. Saya pernah mengirim kedaerah Pekan Baru. Jaringan internet sangat berpengaruh dalam mengakses aplikasi <i>E-commerce</i> karena jika jaringan internet sedang mengalami gangguan maka system akan sulit untuk di akses.</p>
7.	<p>7. Apa Customer Anda puas dengan cara yang Anda pilih untuk memasarkan produk dengan <i>E-commerce</i>? Apa respon mereka ketika Anda menggunakan media Online untuk memasarkan produk?</p>	<p>Alhamdulillah sejauh ini komentar dan respon <i>Customer</i> Saya baik ketika Saya memutuskan untuk menggunakan <i>E-commerce</i> sebagai aplikasi promosi, toko dan barang dagangan Saya. Karena mereka merasa lebih mudah dalam</p>

		<p>mengakses, memesan, dan melihat produk-produk terbaru dari toko saya.</p>
8.	<p>Apa perbedaan yang terjadi ketika Anda sudah beralih dari pemasaran tradisional ke pemasaran modern menggunakan <i>E-commerce</i>?</p>	<p>Produk dan toko Saya jauh lebih dikenal orang.</p>
9.	<p>Dulu teknik pemasaran seperti apa yang Anda gunakan untuk memasarkan barang dagangan Anda sebelum memakai bantuan aplikasi pemasaran Online ini?</p>	<p>Dulu sebelum menggunakan <i>E-commerce</i> Saya memasarkan barang dagangan Saya dari mulut kemulut, waktu dulu dalam pemasaran produk Saya dibantu oleh tante beliau mempromosikan kepada teman-temannya sehingga mereka memesan produk Saya.</p>
10.	<p>Bagaimana cara Customer untuk menggunakan <i>E-commerce</i> di El-ma'wa untuk memesan barang?</p>	<p>- Customer buka Ig El-ma'wa @elmawacraft - setelah membuka Ig di El-ma'wa Craft ada link tri el-ma'wa lalu customer dapat langsung meng klik link yang ada di bio. - setelah link di klik ada pilihan customer service el-ma'wa dan shopee - jika ingin memesan barang melalui shopee customer dapat langsung meng</p>

	<p>klik shopee maka akan terhubung langsung ke toko shopee el-ma'wa</p> <ul style="list-style-type: none">- setelah masuk ke toko shopee El-ma'wa Customer tinggal memilih produk yang diinginkan untuk dimasukkan di keranjang belanja.- setelah itu customer akan mendapatkan no rekening/ kode transaksi yang harus di bayar menggunakan transfer antar bank dimana nanti uang yang di transfer oleh customer masuk ke rekening shopee belum ke rekening penjual.- setelah customer melakukan pembayaran pada sistem maka owner akan mengerjakan pesanan yang diinginkan- setelah barang telah di kerjakan dan di packing maka penjual akan mengirim barang tersebut ke customer.-setelah barang sampai ke customer maka customer harus melakukan pengkonfriman dengan sistem bahwa barang telah diterima dengan baik tanpa cacat agar dana yang ditransfer oleh customer ke sistem dapat diteruskan oleh sistem aplikasi shopee kepada penjual setelah customer merasa puas dengan pesannya.
--	--

11	Uang hasil penjualan dari shopee anda terima langsung atau bagaimana?	Uang hasil penjualan dari shopee saya terima setelah customer melepaskan dana karena telah merasa puas atau barang pesannya.
-----------	--	---

TRIANGULASI DATA

Nama : Teti Apriyani

Jabatan : Customer

Hari / Tanggal : Jumat, 28 Desember 2018

Waktu : 17.00 s.d selesai

Tempat : Rumah Teti (Jl. Sumadinata gg.Ruslani Rt 03/Rw 04 Desa Adi Dharma Kec Gunung jati Cirebon).

No	Instrumen	Jawaban
1.	Apakah El-ma'wa telah menggunakan E-commerce dalam menawarkan produk dagangannya?	Iya, El-ma'wa Craft telah menggunakan E-commerce.
2	Strategi pemasaran El-ma'wa dengan menggunakan E-commerce bagaimana?	Strategi El-ma'wa sudah cukup bagus dengan menggunakan E-commerce dengan memanfaatkan teknologi online sehingga lebih efektif dalam menjangkau pembeli.
3	Apakah anda pernah merasa kecewa dengan barang yang El-ma'wa Jual?	Untuk kecewa saya belum pernah karena dalam setiap foto produknya El-ma'wa selalu menyertakan pendeskripsian barangnya.
4	Menurut anda apakah El-ma'wa telah sesuai dengan Etika Bisnis Islam?	Menurut saya El-ma'wa Sesuai dengan akad jual beli dan etika bisnis islamnya, karena beliau dalam transaksi jual beli barang dagangannya beliau jujur, dapat dipercaya.
5	Menurut anda apakah El-ma'wa Craft dalam mendeskripsikan suatu produk pada aplikasi <i>E-commerce</i> sudah sesuai dengan barang asli yang di jualnya?	Menurut saya El-ma'wa Craft dalam mendeskripsikan produknya di <i>E-commerce</i> dengan barang yang saya terima sesuai antara foto barang dan ukuran serta bahan sesuai dengan aslinya.
6	Bagaimana cara anda memesan produk El-ma'wa Craft dengan menggunakan aplikasi <i>E-commerce</i>	<ul style="list-style-type: none">- Saya membuka instagram El-ma'wa Craft- Setelah itu saya meng klik link tri yang ada di bio instagram El-ma'wa

		<ul style="list-style-type: none">- Lalu saya pilih customer servis atau link shopee untuk melihat produk- Setelah itu saya klik produk yang saya pesan- Akun shopee akan memberi kode yang harus kita bayar menggunakan bank- Setelah saya bayar- Saya menunggu pengerjaan produk yang saya mau sekitar 1 sampai 30 hari- Setelah produk pesanan saya telah selesai dibuat maka owner akan mengkonfirmasi kepada saya bahwa barang pesanan saya siap dikirim- Setelah saya menerima produk pesanan saya dan saya pastikan tidak ada cacat, saya mengkonfirmasi kepada akun shopee agar dana yang saya transfer disistem dapat di teruskan kepada rekening penjual.
--	--	---

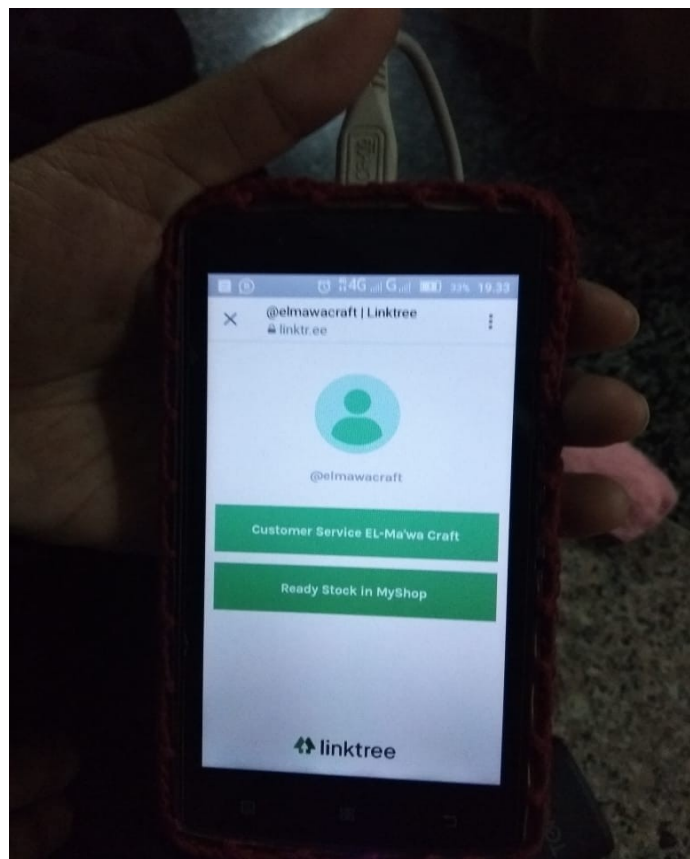
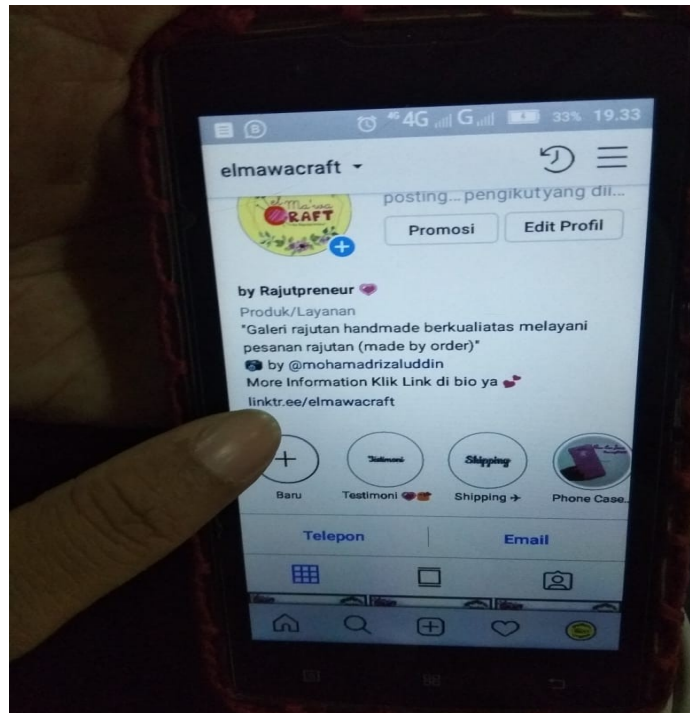
DOKUMENTASI







Aplikasi E-commerce di El-ma'wa



Logo El-ma'wa awal tahun 2015



Logo El-ma'wa 2017



Contoh produk-produk El-ma'wa



LAMPIRAN-LAMPIRAN

Data Tabel Penjualan

Tabel 1 : Laporan Penjualan Bulan Desember Transaksi E-Commerce

No	Tanggal	Jumlah	Nama barang	Modal awal	Harga jual	Laba
1	08/12/2018	1	Rere	Rp 15.000	Rp 25.000	Rp 10.000
2	09/12/2018	1	Sarung pensil	Rp 100.000	Rp 200.000	Rp 100.000
3	17/12/2018	1	Tempat hp	Rp 40.000	Rp 80.000	Rp 40.000
4	17/12/2018	1	Dd qoqom	Rp 70.000	Rp 120.000	Rp 50.000
5	17/12/2018	1	Dede box	Rp 20.000	Rp 50.000	Rp 30.000
6	21/12/2018	1	Ganci helkit	Rp 17.500	Rp 24.500	Rp 7.000
7	21/12/2018	1	Sarung pensil	Rp 16.500	Rp 27.500	Rp 11.000
8	22/12/2018	1	Pouch mus	Rp 25.000	Rp 45.000	Rp 20.000
9	31/12/2018	1	Naira	Rp 50.000	Rp 100.000	Rp 50.000
Jumlah				Rp 354.000	Rp 672.000	Rp 318.000

Tabel 2 : Laporan Penjualan Bulan Desember Transaksi Biasa

No	Tanggal	Jumlah	Nama barang	Modal awal	Harga jual	Laba
1	03/12/2018	1	Drawing mini sling bag	Rp 20.000	Rp 45.000	Rp 25.000
2	05/12/2018	1	Dompot lipat	Rp 25.000	Rp 55.000	Rp 30.000
3	17/12/2018	1	Tosca Again pelangi	Rp 62.500	Rp 125.000	Rp 62.500
4	17/12/2018	1	Ice cream tas	Rp 62.500	Rp 125.000	Rp 62.500
Jumlah				Rp 170.000	Rp 350.000	Rp 180.000

Tabel 3 : Laporan Penjualan Bulan Januari Transaksi E-commerce

No	Tanggal	Jumlah	Nama barang	Modal awal	Harga jual	Laba
1	01/01/2019	1	Ransel siska	Rp 175.000	Rp 290.000	Rp 115.000
2	01/01/2019	1	Ganci NL	Rp 6.000	Rp 10.000	Rp 4.000
3	01/01/2019	1	Ransel nurul	Rp 195.000	Rp 325.000	Rp 130.000
4	01/01/2019	1	Maroon RTH	Rp 200.000	Rp 604.000	Rp 404.000
5	16/01/2019	1	Ganci NT	Rp 6.000	Rp 10.000	Rp 4.000
6	16/01/2019	1	Tas umi	Rp 175.000	Rp 290.000	Rp 115.000
7	30/01/2019	1	Pouch mua	Rp 30.000	Rp 50.000	Rp 20.000
Jumlah				Rp 787.000	Rp 1.579.000	Rp 792.000

Tabel 4 : Laporan Penjualan Bulan Januari Transaksi Biasa

No	Tanggal	Jumlah	Nama barang	Modal awal	Harga jual	Laba
1	09/01/2019	1	Sarung pulpen kupu	Rp 100.000	Rp 200.000	Rp 100.000

2	20/01/2019	1	Dompot 2 resleting	Rp 25.000	Rp 55.000	Rp 30.000
			Jumlah	Rp 125.000	Rp 255.000	Rp 130.000

Tabel 5 : Laporan Penjualan Bulan Februari Transaksi *E-commerce*

No	Tanggal	Jumlah	Nama barang	Modal awal	Harga jual	Laba
1	02/02/2019	1	Dumai ganci	Rp 10.000	Rp 17.500	Rp 7.500
2	05/02/2019	1	Nevi	Rp 120.000	Rp 235.000	Rp 115.000
3	08/02/2019	1	Topi guntur	Rp 15.000	Rp 38.000	Rp 23.000
4	10/02/2019	1	Umi trq	Rp 50.000	Rp 200.000	Rp 150.000
5	13/02/2019	1	Dompot sri	Rp 37.500	Rp 75.000	Rp 37.500
6	14/02/2019	1	Tas ikrimah	Rp 90.000	Rp 180.000	Rp 90.000
7	17/02/2019	1	Dompot mus	Rp 90.000	Rp 180.000	Rp 90.000
8	18/02/2019	1	Topi sepatu	Rp 37.500	Rp 82.500	Rp 45.000
9	20/02/2019	1	Tas merah	Rp 100.000	Rp 120.000	Rp 20.000
10	20/02/2019	1	Gee topi mickey	Rp 20.000	Rp 50.000	Rp 30.000
11	22/02/2019	1	Bros lia	Rp 7.500	Rp 15.000	Rp 7.500
12	23/02/2019	1	Yeno sov	Rp 50.000	Rp 100.000	Rp 50.000
13	25/02/2019	1	Musli	Rp 60.000	Rp 100.000	Rp 40.000
14	27/02/2019	1	Orens domp	Rp 25.000	Rp 40.000	Rp 15.000
15	29/02/2019	1	Bros 5k	Rp 20.000	Rp 40.000	Rp 20.000
16	20/02/2019	1	Tas anesih	Rp 250.000	Rp 500.000	Rp 250.000
			Jumlah	Rp 982.500	Rp 1.973.000	Rp 990.500

Tabel 6 : Laporan Penjualan Bulan Februari Transaksi Biasa

No	Tanggal	Jumlah	Nama barang	Modal awal	Harga jual	Laba
1	12/02/2019	1	Flip cover samsung grand prime	Rp 40.000	Rp 70.000	Rp 30.000

2	13/02/2019	1	Flip cover redmi note 4	Rp	40.000	Rp	70.000	Rp	30.000
3	16/02/2019	1	Bros bunga kecil	Rp	2.500	Rp.	7.500	Rp	5.000
			Jumlah	Rp	82.500	Rp.	147.500	Rp	65.000

Tabel 7 : Jumlah Item produk terjual

Bulan	Transaksi E-commerce	transaksi Biasa
Desember	9	4
Januari	7	2
Februari	16	3
Jumlah	32	9

Tabel 8 : Tabel Persentase Laba

Bulan	Transaksi E-commerce	Transaksi Biasa
Desember	90%	106%
Januari	100,6%	104%
Februari	100,8%	79%