

**PERAN KEWIRAUSAHAAN DAN *E-COMMERCE* TERHADAP
PERKEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN
MENENGAH (UMKM) DALAM PERSPEKTIF ISLAM
(Studi Kota Surabaya)**

SKRIPSI



Oleh :

KARTIKA DWI SARA
NPM : 16011010

**PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA PUTRA
SURABAYA
2020**

**PERAN KEWIRAUSAHAAN DAN *E-COMMERCE* TERHADAP
PERKEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN
MENENGAH (UMKM) DALAM PERSPEKTIF ISLAM
(Studi Kota Surabaya)**

SKRIPSI



Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Wijaya Putra Surabaya

Oleh :
KARTIKA DWI SARA
NPM : 16011010

**PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA PUTRA
SURABAYA**

2020

ii

**PERAN KEWIRAUSAHAAN DAN *E-COMMERCE* TERHADAP
PERKEMBANGAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM)
DALAM PERSPEKTIF ISLAM
(Studi Kota Surabaya)**

SKRIPSI

NAMA : KARTIKA DWI SARA
FAKULTAS : EKONOMI dan BISNIS
PROGRAM STUDI : EKONOMI PEMBANGUNAN
NPM : 16011010

DISETUJUI dan DITERIMA OLEH :

DOSEN PEMBIMBING

KETUA PROGRAM STUDI

(Fitryani, S.EI., M.SEI.)

(Dr. Fatimah Rismawati, SE., MS.)

HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Kartika Dwi Sara

NPM : 16011010

Dengan ini menyatakan bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi lain, juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ada klaim dari pihak lain, bukan tanggung jawab dosen pembimbing dan atau Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Putra, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri dan siap diproses sesuai peraturan Perundang-undangan yang berlaku.

Surabaya, 11 Agustus 2020

Kartika Dwi Sara

**PERAN KEWIRAUSAHAAN DAN *E-COMMERCE* TERHADAP
PERKEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM)
DALAM PERSPEKTIF ISLAM
(Studi Kota Surabaya)**

SKRIPSI

**Diajukan guna memenuhi persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Oleh:

**KARTIKA DWI SARA
NPM: 16011010**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan telah direvisi sebagaimana
disarankan oleh Tim Penguji

Pada Tanggal : 11 Agustus 2020

Susunan Tim Penguji
Ketua Penguji,

(Agus Sarwo Edi, SE., M.SEI)

Penguji I,

Penguji II,

(Fitryani, S.EI., M.SEI)

(Erwan Aristyanto, SE., M.HES)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Wijaya Putra Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kartika Dwi Sara
NPM : 16011010
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis karya : Skripsi

Menyatakan bahwa demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Wijaya Putra Surabaya hak menyimpan, mengalih-media/format, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta atas karya ilmiah saya berjudul:

Peran Kewirausahaan dan *E-Commerce* terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Perspektif Islam (studi Kota Surabaya)

Segala tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah ini menjadi tanggung jawab saya pribadi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Surabaya
Pada tanggal : 11 Agustus 2020

Yang menyatakan

(Kartika Dwi Sara)

MOTTO

MAN JADDA WAJADA,

Siapa yang bersungguh-sungguh pasti berhasil,

MAN SHABARA ZHAFJRA,

Siapa yang bersabar pasti beruntung,

MAN SARA ALA DARBJ WASHALA

Siapa yang menapaki jalan-Nya akan sampai ke tujuan

“Manusia tidak merancang untuk gagal, mereka gagal untuk merancang.”

(William J. Siegel)

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Putra. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini.

Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada :

- 1) H. Budi Endarto, SH., M.Hum, sebagai Rektor Universitas Wijaya Putra Surabaya
- 2) Dr. Soenarmi, SE., MM, sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Putra Surabaya
- 3) Dr. Fatimah Rismawati, MS, sebagai Ketua Progam Studi Ilmu Ekonomi Universitas Wijaya Putra Surabaya
- 4) Fitryani, SEI., M.SEI, sebagai Dosen Pembimbing skripsi yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
- 5) Alfin Maulana, SPt., SEI., M.SEI, sebagai dosen wali dan selaku dosen seminar konsentrasi yang telah membantu saya dalam penyusunan dan pengarahan skripsi
- 6) Erwan Aristyanto, SE., M.HES, sebagai dosen yang telah membantu saya dalam pengarahan skripsi ini
- 7) Aditya Surya Nanda, SEI., M.SEI, sebagai dosen yang telah membantu saya dalam pengarahan skripsi ini
- 8) Dr. Ir. Mei Indrawati, MM, sebagai dosen dan selaku kepala BPM yang telah memilih saya menjadi bagian BPM dan memberikan ilmunya

- 9) Dr. Woro Utari, SE., MM, sebagai dosen dan selaku sekretaris lama BPM yang telah menerima saya menjadi bagian BPM dan memberikan ilmunya
- 10) Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama masa kuliah
- 11) Para informan dalam penelitian ini atas kesedian dan meluangkan waktu banyak untuk dapat diwawancarai oleh penulis
- 12) Kedua orang tercinta, Gatot Pudji Santoso dan Siswowati dengan bangga telah melahirkan, menjaga, membesarkan dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang
- 13) Tante Nunuk Tri Mulyani dan Om M. Suluh, SH. M.Hum, yang telah support dari awal kuliah hingga saat ini
- 14) Bude tersayang Alm. Ismiatun yang telah sabar, ulet dan penuh kasih sayang terhadap saya dan kakak
- 15) Kakak sepupu tersayang Firdarahayu Wilujeng, Amd. yang telah membantu saya dalam menghadapi kehidupan yang penuh liku serta menjadi saudara terbaik
- 16) Kakak tersayang Rahma Stefanus, ST. yang telah membuat kehidupan saya menjadi lebih asik
- 17) Kakak ipar tersayang Ratih Sari Dewi Khalik, ST. yang telah memberikan keponakan lucu Zeezee Firajbi Soraya
- 18) Adik Sepupu tersayang Citra Aldian Oktaviani, Amd., SS. yang telah mensupport
- 19) Teman geng ibu-ibu PKK Eka Roc'hma Novianti M, Dewi Anggraeni, Ulik Durotul Maisyaroh yang telah mensupport dan meramaikan awal skripsi ini terbentuk dan selalu menjadi teman wara-wiri, teman rempong.
- 20) Alumni HIMMPIS dan Anggota HIMMPIS yang telah memberikan pengalaman berharga dalam organisasi, kerjasama, pertemanan dan persaudaraan

- 21) Teman-teman IMEPI Jabagtim, peserta dan panitia dalam RAKORNAS 1 IMEPI yang telah memberikan pengalaman berharga dalam organisasi, kerjasama dan pertemanan
- 22) Senior dan Junior di Universitas Wijaya Putra kampus 1-3 yang telah memberikan pengalaman berharga dalam organisasi, kerjasama dan pertemanan
- 23) Teman-teman sekelas Ilmu Ekonomi Pagi dan seangkatan tahun 2016 Universitas Wijaya Putra Surabaya yang telah memberikan kesan dan pesan untuk kegiatan
- 24) M. Mahfudin Almajid, SH. sebagai teman panitia yang paling tidak bisa diam
- 25) Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberi bantuan dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif dari Dewan Pembaca. Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembang ilmu.

Wassalam'alaikum Wr. Wb.

Surabaya, 11 Agustus 2020

Kartika Dwi Sara

ABSTRAK

Kartika Dwi Sara, 16011010, Peran Wirausaha dan *E-Commerce* terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Perspektif Islam (Studi Kota Surabaya)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran wirausaha melalui etika bisnis dan *e-commerce* terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dalam perspektif Islam (studi Kota Surabaya). Perilaku tersebut yang akan menjadi dasar pertanyaan wawancara untuk menjelaskan bagaimana peran wirausaha melalui etika bisnis dan *e-commerce* pada perkembangan usaha mikro, kecil dan menengah di Kota Surabaya.

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan kepada kasus yang terjadi. Pengumpulan data menggunakan wawancara semiterstruktur dan observasi langsung kepada obyek penelitian. Penelitian ini menggunakan teknik analisis kualitatif *explanatoris* dengan menjelaskan hasil-hasil wawancara dan observasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat mayoritas yang mengetahui peranan etika bisnis Islam untuk diterapkan dalam berwirausaha tetapi secara keseluruhan memiliki karakteristik wirausaha dan secara signifikan *e-commerce* yang digunakan telah sesuai dengan syariat Islam di dunia perdagangan. Peranan wirausaha dan *e-commerce* sangat berpengaruh terhadap perkembangan usaha mikro, kecil dan menengah.

Kata kunci : Wirausaha, *E-Commerce*, Etika Bisnis , UMKM

ABSTRACT

Kartika Dwi Sara, 16011010, entrepreneurial role and E-Commerce on the development of micro Small and medium enterprises (MSMES) in Islamic Perspective (Surabaya City Study)

This research aims to know how the role of entrepreneurial through business ethics and e-commerce to the development of micro Small and medium enterprises (MSMES) in the perspective of Islam (Surabaya City study). The trsbut behavior will be the basis of the interview question to explain how the role of entrepreneurial through business ethics and e-commerce in the development of micro, small and medium enterprises in the city of Surabaya.

The approach used in this research is qualitative with an approach to the case occurring. Data collection using a Semiterstructural interview and observation directly to the research object. This research uses qualitative analysis techniques explanatoris by explaining the results of interviews and observations.

The results show that there are a majority who know the role of Islamic business ethics to be applied in entrepreneurial but as a whole have entrepreneurial characteristics and significantly e-commerce used has been in accordance with Islamic law in the world of trade. The role of entrepreneurial and e-commerce is very influential in the development of micro, small and medium enterprises.

Keywords: Entrepreneurship, E-Commerce, Business Ethics, MSMES

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMBUNG.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK AKADEMIS	vi
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	xi
<i>ABSTRACT</i>	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TELAAH PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori.....	14
2.1.1 Kewirausahaan.....	14
2.1.1.1 Pengertian Kewirausahaan.....	14
2.1.1.2 Kewirausahaan Menurut Ekonomi Islam.....	17
2.1.1.3 Pengertian Wirausaha.....	20
2.1.1.4 Karakteristik Wirausaha.....	22
2.1.1.5 Keuntungan dan Kelemahan dari Berwirausaha	25
2.1.2 Etika Bisnis Islam.....	26
2.1.2.1 Pengertian Etika Bisnis Islam	26
2.1.2.2 Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam	27
2.1.3 Electronic Commerce (E-Commerce).....	31
2.1.3.1 Pengertian Electronic Commerce (E-Commerce).....	31

2.1.3.2	Jenis-jenis Elektronik Commerce (E-Commerce)	33
2.1.3.3	Model Bisnis <i>E-Commerce</i> yang Digunakan di Indonesia	36
2.1.3.4	Manfaat E-Commerce	38
2.1.3.5	Peluang dan Kelemahan dari Penggunaan <i>E-Commerce</i>	39
2.1.3.6	<i>E-Commerce</i> dalam perspektif Islam	40
2.1.4	Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)	45
2.1.4.1	Pengertian Usaha Makro Kecil Menengah	45
2.1.4.2	Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah	47
2.1.4.3	Klasifikasi Usaha Kecil dan Menengah (UKM)	50
2.1.4.4	Kekuatan dan Kelemahan UMKM	51
2.1.4.5	Usaha Mikro Kecil dan Menengah Perspektif Islam	54
2.2	Penelitian Terdahulu	57
2.3	Kerangka Pikir	59
BAB III METODE PENELITIAN		62
3.1	Jenis dan Pendekatan	62
3.1.1	Jenis Penelitian	62
3.1.2	Pendekatan Penelitian	63
3.2	Informan Penelitian	63
3.3	Fokus dan Dimensi Penelitian	65
3.4	Lokasi Penelitian	65
3.5	Jenis dan Sumber Data	66
3.6	Metode Pengumpulan Data	66
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		70
4.1	Gambaran Umum Penelitian	70
4.1.1	Deskripsi Lokasi Penelitian	70
4.1.2	Gambaran Umum Objek Penelitian	71
4.1.2.1	Shopee	71
4.1.2.2	Tokopedia	73
4.1.2.3	Buka Lapak	74
4.2	Hasil Penelitian	76
4.2.1	Hasil Wawancara	76
4.3	Pembahasan	85
4.3.1	Pelaksanaan peran kewirausahaan dalam beretika bisnis secara Islam	85
4.3.2	Pelaksanaan <i>E-Commerce</i> secara Islam	86
4.4	Batasan Penelitian	87

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	89
5.1 Kesimpulan.....	89
5.2 Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA	91

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Pertumbuhan Domestik Bruto (PDB) Dalam Sejarah	1
Tabel 1.2 Statistik Pertumbuhan Bruto (PDB)	2
Tabel 1.3 Tiga Sektor Utama Komposisi Ekonomi Indonesia.....	4
Tabel 2.1 Jenis Industri.....	46
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....	57
Tabel 3.1 Tabel Perbandingan Jumlah Penduduk Kota Surabaya.....	65
Tabel 4.1 Daftar Kota Menurut Jumlah Penduduk	69
Tabel 4.2 Total Jumlah Penduduk Menurut Penganut Agama Islam, Usia Kerja dan Status Pekerjaan Utama.....	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	59
--------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Hasil Kuisoner
- Lampiran 2. Pertanyaan Wawancara
- Lampiran 3. Hasil Wawancara
- Lampiran 4. Dokumentasi Wawancara
- Lampiran 5. Kartu Bimbingan

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Potensi ekonomi Indonesia mulai diperhatikan di dunia internasional karena dianggap memiliki potensi yang tinggi. Ditunjukkan oleh Indonesia dengan sejumlah karakteristik yang dimiliki cukup bagus untuk mengalami perkembangan ekonomi yang pesat di Asia Tenggara. Perekonomian Indonesia sempat terguncang karena krisis global ditahun 1997-1998, namun dapat bangkit kembali di tahun 2000 dengan menunjukkan eksistensinya dan dapat bertahan pada krisis global kedua di tahun 2008-2009. Meskipun demikian perekonomian Indonesia sempat mengalami perlambatan pada tahun 2011-2015, dan lambatnnya proses percepatan pertumbuhan ekonomi mulai dari 2016. Berikut ini data statistik PDB yang telah dirangkup *World Bank*:

Tabel 1.1 Pertumbuhan Domestik Bruto (PDB) dalam Sejarah

Tahun	Rata-rata Pertumbuhan PDB (%)	Periode
1967 – 1997	6.85	Orde Baru Suharto
1998 – 1999	- 6.65	Krisis Finansial Asia
2000 – 2004	4.60	Pemulihan
2005 – 2011	5.80	2000s Boom Komoditas
2011 – 2015	5.53	Pertumbuhan Ekonomi yang Melambat
2015 – 2019	5.03	Akselerasi Pertumbuhan Ekonomi yang Sederhana
2020 -		Krisis Covid-19

Sumber : Bank Dunia 2020

Tabel 1.2 Statistik Pertumbuhan Domestik Bruto (PDB)

Tahun	PDB (dalam milyar USD)	PDB (perubahan % tahunan)	PDB per Kapita (dalam USD)
2007	432.2	6.3	1,861
2008	510.2	6.0	2,168
2009	539.6	4.6	2,263
2010	755.0	6.2	3,167
2011	893.0	6.2	3,688
2012	918.0	6.0	3,741
2013	912.5	5.6	3,624
2014	890.8	5.0	3,492
2015	860.9	4.9	3,332
2016	931.9	5.0	3,563
2017	1,015.0	5.1	3,837
2018	1,042.2	5.17	3,894
2019	0	5.02	0
2020	0	0	0

Sumber : Bank Dunia 2020

Tampak dalam tabel di atas bahwa dampak yang relatif kecil dimiliki Indonesia dibandingkan oleh negara yang lainnya akibat krisis finansial global di akhir tahun 2000-an. Performa pertumbuhan PDB pada tahun 2009 mengalami penurunan sebesar 4,6 persen, yang menunjukkan bahwa performa pertumbuhan PDB negara ini merupakan salah satu terbaik di seluruh dunia (menjadi negara berperingkat ketiga dengan perekonomian besar di antara negara-negara yang tergabung grup G-20). Perekonomian Indonesia dianggap mampu bertumbuh dengan layak meskipun terjadi penurunan yang tajam pada harga komoditi, turunnya pasar saham, *yield* obligasi domestik dan internasional yang lebih tinggi,

dan melemahnya nilai tukar rupiah. Keberhasilan ini termasuk berasal dari konsumsi domestik (terutama konsumsi pribadi/konsumsi rumah tangga) di Indonesia yang subur diperkirakan sebesar 55-58 persen dari total pertumbuhan ekonomi negara. Konsumsi rumah tangga pada tahun 2009 menjadi dasar untuk mendorong pertumbuhan ekonomi saat situasi global berubah masam.

Pada tahun 2010 Bank Dunia melaporkan setiap tahun sekitar 7 juta penduduk Indonesia masuk dalam kelas menengah karena dinilai suburnya pertumbuhan ekonominya. Tetapi pada tahun 2011-2015 perekonomian Indonesia mengalami perlambatan yang berakibat pertumbuhan penduduk kelas menengah menjadi tidak secepat tahun sebelumnya, namun Indonesia masih memiliki kekuatan konsumen yang mendorong perekonomian dan memicu pertumbuhan investasi domestik dan asing sejak 2010.

PDB per kapita Indonesia mengalami kenaikan yang cukup tajam selama satu dekade terakhir meski sempat mengalami perlambatan pada tahun 2011-2015. Berdasarkan peningkatan PDB per kapita Indonesia, Bank Dunia memproyeksikan Indonesia akan mencapai tingkat 3.000 dollar AS (per kapita) pada tahun 2000 namun kenyataannya negara ini dapat mencapai satu dekade lebih awal. Pencapaian tersebut dianggap sebagai langkah yang penting karena dapat menyebabkan percepatan pengembangan di sejumlah sektor dengan permintaan konsumen yang meningkat dan dapat menjadi katalis pertumbuhan ekonomi.

Tabel di bawah ini menunjukkan perkembangan luar biasa komposisi PDB Indonesia (Pertanian, Industri dan Jasa). Perekonomian yang awalnya bergantung

pada sektor pertanian berubah menjadi sektor industri yang mengakibatkan perekonomiannya lebih seimbang dan menyiratkan bahwa adanya pengurangan ketergantungan tradisionalnya pada sektor ekspor primer. Kendati begitu, semua sektor utama mengalami ekspansi selama periode yang disebutkan.

Tabel 1.3 Tiga Sektor Utama Komposisi Ekonomi Indonesia

	1965	1980	1996	2010	2017
Pertanian	51%	24%	16%	15%	14%
Industri	13%	42%	43%	47%	40%
Jasa	36%	34%	41%	38%	46%

Sumber : *World Bank dan CIA World Factbook 2020*

Bertentangan dengan prediksi awal oleh Bank Dunia, sektor industri di Indonesia dikalahkan oleh sektor jasa dalam hal kontribusi terhadap PDB. Diantara tahun 1965 dan 2010 peran sektor industri berkembang sangat kuat dengan didukung oleh sektor manufaktur yang berkembang pesat. Secara tiba-tiba sektor jasa sempat mengalami *rebound* yang didukung oleh perkembangan pesat ekonomi digital dan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (Indonesia-investments.com update 7 Mei 2018 diakses 20 Maret 2020).

Pemerintah pusat memberikan dukungan untuk mengekang ketergantungan Indonesia pada ekspor komoditas (mentah) serta untuk meningkatkan peran industri manufaktur dalam perekonomian dalam beberapa tahun terakhir. Serta ditunjukkan oleh data usaha mikro, kecil dan menengah di Indonesia, yang memberikan kontribusi 99 persen dari jumlah total perusahaan yang aktif di Indonesia dan memberikan sumbangan sekitar 60 persen dari PDB Indonesia dan menciptakan lapangan kerja untuk 108 juta orang di Indonesia.

Peranan penting yang dimiliki usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) cukup besar, karena dinilai sebagai penunjang perekonomian masyarakat. Hal ini dibuktikan sejak tahun 1998, UMKM dapat bertahan dari terpaan krisis global yang memberikan dampak cukup besar kepada perusahaan-perusahaan besar sehingga mengalami gulung tikar karena turunnya nilai tukar rupiah terhadap dollar yang cukup tajam dan pergolakan politik. Banyak UMKM yang bermunculan di tengah kondisi tersebut dan modal yang mereka miliki termasuk modal kecil dan menengah sehingga tidak mengalami imbas sebesar perusahaan raksasa yang pada akhirnya harus gulung tikar. Bahkan tidak sedikit dari mereka yang mengalami kesuksesan dan sejalan dengan hal tersebut UMKM dianggap sebagai garda terdepan perekonomian rakyat Indonesia. Di tahun 2008 UMKM mencetak angka kontribusi sebesar 6,5% pada PDB.

Sebagai salah satu faktor di sektor pertumbuhan ekonomi, UMKM memiliki keberadaan yang kuat karena kontribusi pada PDB serta keunggulannya di aktivitas bisnis. Pemerintah pun memberikan dukungan lewat Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) untuk pebisnis kecil yang ingin mengembangkan usahanya. Bahkan perkembangan UMKM sudah merambah ke daerah-daerah yang dapat dikatakan terpencil, karena hal ini mendapat dukungan dari kemajuan teknologi. Kemajuan teknologi menjadi salah satu inovasi pada ekonomi kreatif, belakangan ini yang menjadi pendorong peran UMKM pada ekonomi kreatif di Indonesia. Sejalan dengan ekonomi kreatif, ekonomi digital hadir dan menjadi jawaban atas dicanangkannya ekonomi digital oleh Pemerintah sebagai program pembangunan nasional. Melalui program tersebut UMKM

mendapat fasilitas untuk bersaing dalam skala nasional bahkan global. Beberapa platform *e-commerce* mulai bermunculan sejalan dengan dicanangkannya UMKM *Go Online*.

Electronic Commerce (E-Commerce) atau yang lebih dikenal *Online Shopping* adalah pelaksanaan perniagaan berupa transaksi penjualan, pembelian, pemesanan, pembayaran, maupun promosi suatu barang dan/atau jasa dilakukan dengan memanfaatkan komputer dan saran komunikasi elektronik digital atau telekomunikasi data. Menurut Kuswiratmo (2016:163) bahwa bentuk perniagaan selain itu juga dapat dilakukan secara global, yaitu dengan menggunakan jaringan internet. Kemajuan teknologi yang saat ini sudah berkembang dengan baik, serta banyaknya bermunculan platform-platform *e-commerce* diharapkan dapat dimanfaatkan dengan baik oleh pelaku bisnis. Melihat melalui keuntungannya, *e-commerce* mendatangkan banyak keuntungan bagi pelaku bisnis terkhususnya pelaku bisnis yang memiliki modal sedikit atau bahkan tidak ada modal cadangan untuk melakukan promosi. Di dukung dengan kondisi penduduk Indonesia yang sudah melek digital, hal ini akan menjadi peluang besar bagi pelaku usaha yang mau mengembangkan usahanya melalui *e-commerce*.

Semakin berkembangnya teknologi dalam menjalankan usahanya, pelaku bisnis juga harus menggali jiwa kewirausahaan agar dapat optimal dalam memajukan sektor ekonomi melalui UMKM. Meskipun didukung dengan fasilitas *e-commerce*, pelaku bisnis tetap memerlukan sesuatu yang inovatif dan kreatif. Sayangnya sikap ini hanya dapat dilakukan oleh orang-orang yang berjiwa kewirausahaan dan ingin melakukan pengembangan terhadap UMKM miliknya.

Tak hanya *e-commerce*, peranan wirausaha juga dianggap sangat penting dalam perkembangan UMKM karena dapat mendorong pertumbuhan ekonomi yang lebih baik lagi. Tetapi kenyataan yang terjadi di lapangan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan, masih terdapat permasalahan yang menimpa para pelaku bisnis, di antaranya organisasi lemah, pemasaran sulit, modal usaha kecil, rendahnya jiwa kewirausahaan, kurangnya memperhatikan lingkungan dan layanannya kurang baik menurut Sukirman (2017).

Kurangnya pendidikan dalam kewirausahaan (*entrepreneurship*) di Indonesia baik dalam dunia pendidikan, masyarakat, maupun pemerintah menyebabkan sebagian persepsi berpikir akan lebih baik menyiapkan tenaga kerja yang siap pakai dari pada menjadi wirausaha karena lebih mendapatkan status sosial yang cukup tinggi dan disegani di masyarakat. Dalam hal ini pemerintah diharapkan dapat berperan sebagai motivator dan fasilitator yang nantinya menjadi pelindung dalam memasarkan teknologi dan kebutuhan sosial lainnya. Aprijon (2013) berpendapat bahwa melalui pemberdayaan yang menghasilkan supaya untuk membangun daya, memotivasi, dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimiliki serta berupaya mengembangkannya dilandasi proses kemandirian. Tak hanya itu, untuk mendukung dalam aktivitasnya seorang wirausaha juga harus menjaga etika bersikap, karena tanpa adanya etika persaingan bisnis menjadi tidak sehat dan banyak pihak yang akan dirugikan. Seorang wirausaha dalam kehidupan usaha atau dunia bisnisnya akan selalu memerlukan bantuan dari wirausaha lain dan badan-badan usaha yang terkait lainnya atau dengan kata lain kegiatan dalam

dunia usaha juga termasuk kegiatan sosial yang harus menjaga nilai-nilai terhadap sesamanya.

Menurut Latief dalam Amalia (2013) berpendapat bahwa prinsip-prinsip moral atau aturan tingkah laku atau kaidah-kaidah etik yang dianut dalam berbisnis merupakan etika bisnis. Ernawan dalam Amalia (2013) mengatakan bahwa dalam membuat keputusan dan tingkah laku pada organisasi menggunakan pedoman aturan main prinsip yaitu etika bisnis. Penerapan etika dalam pelaksanaan berwirausaha perlu lebih ditingkatkan lagi karena dapat meminimalkan bentuk-bentuk kecurangan yang suatu saat terjadi. Terjaganya suatu hubungan melalui etika berbisnis menunjukkan bahwa seorang wirausaha menjunjung tinggi moral dan mengutamakan kepercayaan dari konsumen kepadanya, hal ini memiliki kesesuaian dengan konsep etika berbisnis Islam. Islam telah memberikan batasan atau garis pemisah antara sesuatu yang diperbolehkan dan tidak diperbolehkan, sesuatu yang dibenarkan dan tidak dibenarkan serta sesuatu yang dihalalkan dan diharamkan pada semua aspek termasuk dalam berkegiatan wirausaha. Batasan inilah pada Islam disebut dengan etika yang menjunjung tinggi nilai moral atau nilai etika bisnis. Tidak hanya itu, dalam Al-Qur'an terdapat petunjuk yang tidak perlu diragukan lagi oleh umat Islam tentang aturan kehidupan di dunia dalam bidang ekonomi, terutama terkait dengan bidang perdagangan dan jual beli yang membahas etika bisnis, firman Allah dalam *Qs. Al-Baqarah 2:2*

ذٰلِكَ الْكِتٰبُ لَا رَيْبَ فِيْهِ هُدًى لِّلْمُتَّقِيْنَ ۝

Dzalikal kitaabu laa raiba fihi hudal(n)-lilmuttaqiin(a);

Artinya:

Kitab (Al-Qur'an) ini tidak ada keraguan padanya; petunjuk bagi mereka bertaqwa (QS. Al-Baqarah [2]:2).

Sehingga untuk para pelaku wirausaha dan khususnya seorang Muslim yang akan memulai dan sedang melakukan usaha harus memegang prinsip-prinsip bisnis Islami. Namun yang terjadi diluaran masih banyak ditemukan pelanggaran etika dalam melakukan kegiatan berwirausaha yang jauh dari nilai-nilai ke Islaman. Banyaknya larangan yang dilanggar oleh wirausaha menimbulkan spekulasi pada pelaku wirausaha dalam hal ini adalah pengguna *e-commerce* yang berdomisili di Surabaya terkait tentang penerapan etika bisnis Islam.

Adapun penelitian yang berkaitan dengan peran wirausaha dan *e-commerce* terhadap perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) Elfa Yuliana (2017) tentang “Kewirausahaan dalam Perspektif Islam” menyatakan bahwa dalam ajaran Islam menganjurkan manusia untuk selalu berusaha dan berwirausaha, seperti yang tercantum dalam hadis berikut ini “*Sesungguhnya sebaik-baik mata pencaharian adalah seorang pedagang (berwirausaha)*” (HR. Baihaqy). Seorang wirausaha harus memiliki beberapa prinsip yaitu: membangun dan menjaga reputasi (nama baik), berani untuk melangkah dari awal, konsentrasi (fokus), kreatif dan inovatif. Sedangkan untuk mencapai kesuksesan dalam usahanya tersebut maka seseorang harus mau bekerja keras, mau bekerja sama dengan orang lain, memiliki sifat jujur, disiplin, keyakinan diri, pandai membuat keputusan, ingin menambah ilmu pengetahuan, berambisi untuk maju dan pandai berkomunikasi.

Penelitian Muhammad Isnan Nurfaqih, Rizqi Anfanni Fahmi (2018) tentang “*Social Entrepreneurship* (Kewirausahaan Sosial) dalam Perspektif Islam” menunjukkan bahwa kegiatan *entrepreneurship* pada masa sekarang mengalami perkembangan yang cukup pesat ditinjau dari peningkatan angka ratio kewirausahaan. Dengan kegiatan kewirausahaan yang didorong oleh rasa kemanusiaan dan sosial menjadi topik hangat dibanyak pelaku ekonomi. Sebagai agama yang *rahmatan lil ‘alamin*, Islam memandang *social entrepreneurship* sebagai bentuk penyelesaian masalah sosial yang baik dan sesuai dengan tujuan dari adanya ekonomi Islam pada dasarnya mengatur segala tentang kegiatan *muamalah* dalam agama Islam. Dapat memberikan kesejahteraan masyarakat secara general dan tidak hanya untuk kelompok tertentu, hal ini bersesuaian dengan peran *social entrepreneurship* terhadap prekonomian negara.

Penelitian Helmalia dan Afrinawati (2018) tentang “Pengaruh *E-Commerce* terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Padang” menunjukkan bahwa variabel *e-commerce* (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel (Y) pendapatan UMKM binaan RKB BNI Kota Padang.

Penelitian Walia Nabila Sa’ad (2017) tentang “Pengaruh *E-Commerce* terhadap Peningkatan Pendapatan Sentra Industri Keripik Pisang Bandar Lampung Ditinjau dari Etika Bisnis Islam” memberikan hasil bahwa variabel *Electronic Commerce* berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan dan memiliki nilai positif dalam pandangan etika bisnis Islam.

Penelitian Heri Irawan (2017) tentang “Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako di Pasar Sentral Sinjai” menunjukkan bahwa mayoritas

pedagang di pasar sentral Sinjai memiliki pemahaman dan penerapan yang cukup baik tentang etika bisnis Islam tetapi masih ada minoritas yang kurang dalam memahami dan menerapkan etika bisnis Islam.

Penelitian Salahuddin El Ayyubi, Sausan Anggi Anggraini (2016) tentang “Peran Etika Bisnis Islam terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Pangan di Kota Bogor” menunjukkan bahwa penerapan kinerja bisnis secara keseluruhan sudah baik dan etika bisnis Islam menunjukkan skor paling tertinggi sebagai variabel dengan indikator yaitu tidak adanya paksaan, serta etika bisnis Islam memiliki pengaruh positif terhadap kinerja usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM).

Penelitian Indra Yanti Sari (2016) tentang “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Kinerja UMKM Kota Makasar” menunjukkan bahwa apabila diuji parsial, orientasi kewirausahaan akan berpengaruh terhadap kinerja UKM, tidak terkecuali dengan produk jika diuji secara parsial akan berpengaruh terhadap kinerja UKM.

Maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang UMKM dengan judul **“Peran Kewirausahaan dan *E-Commerce* terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Perspektif Islam”** .

1.2 Rumusan Masalah

Maka rumusan masalah penelitian ini yang berdasarkan latar belakang tersebut adalah “Bagaimana peran kewirausahaan melalui etika bisnis Islam dan *e-commerce* terhadap perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam perspektif Islam?”

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran kewirausahaan melalui etika bisnis Islam dan *e-commerce* terhadap perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam perspektif Islam.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam memperkaya wawasan perkembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) terutama tentang peran kewirausahaan dan *e-commerce* terhadap perkembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam perspektif Islam.

2. Manfaat Praktisi

a. Bagi Pengembang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

Memberikan sumbangan pemikiran bagi pelaku UMKM agar dapat mengoptimalkan dalam mengembangkan usaha yang dimilikinya dengan mengedepankan aspek agamanya jika pelaku Muslim tetapi jika non Muslim maka dapat memperkenalkan bahwa Islam sudah mengatur dari

masukannya hingga keluarannya dalam segala aspek kehidupan terutama dalam perkembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM).

b. Bagi Akademisi

Menambah wawasan dan pengetahuan tentang peran kewirausahaan dan *e-commerce* terhadap perkembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) melalui perspektif Islam.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam penyusunan laporan penelitian yang berhubungan dengan perkembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dan dapat digunakan sebagai referensi dalam penelitian selanjutnya.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Kewirausahaan

2.1.1.1 Pengertian Kewirausahaan

Entrepreneurship dapat diterjemahkan kewirausahaan, dan dapat diartikan sebagai syaraf pusat perekonomian (*the backbone of economic*) atau sebagai pengendali perekonomian suatu bangsa (*tailbone of economic*) (Wirakusumo, 1997:1 dalam Suherman 2010). Suatu usaha (*start up phase*) atau suatu proses dalam mengerjakan sesuatu yang berbeda (*creative*) dan sesuatu yang berbeda (*innovative*) memerlukan nilai dari kewirausahaan untuk memulainya, menurut etimologinya. Pendapat Hisrich (1985) tentang kewirausahaan adalah proses terciptanya sesuatu yang memiliki nilai tinggi dengan memaksimalkan waktu dan tenaga yang disertai dengan menanggung risiko keuangan, kejiwaan, sosial dan menerima balas jasa dalam bentuk uang serta kepuasan pribadinya.

Menurut McClelland dalam Elfa Yuliana (2017) mengelompokkan (*need*) menjadi tiga, yaitu:

1) *Need For Achievement*

Tindakan dalam kebutuhan berprestasi dengan melakukan sesuatu yang lebih baik dan efisien dibandingkan sebelumnya.

2) *Need For Power*

Kebutuhan akan kekuasaan yang merupakan keinginan untuk dapat mempengaruhi, mengendalikan dan menguasai orang lain.

3) *Need For Affiliation*

Kebutuhan berafiliasi adalah keinginan agar dapat diterima dan disukai orang lain.

Hingga saat ini belum ada *terminology* yang sama persis tentang kewirausahaan (*entrepreneurship*) akan tetapi secara umumnya memiliki hakikat yang sama terhadap keinginan untuk mewujudkan gagasan inovatif ke dalam dunia usaha yang nyata dan dapat mengembangkannya harus memiliki kemauan yang keras dalam sifat, ciri-ciri dan watak yang melekat pada seseorang menurut Drucker (1994). Suryana (2001) setuju terhadap pemikiran Meredith tentang ciri dan watak dalam kewirausahaan sebagai berikut:

a. Ciri-ciri Kewirausahaan

1. Memiliki kepercayaan kepada dirinya sendiri.
2. Dapat berorientasi pada tugas dan hasil.
3. Dapat membuat keputusan dalam pengambilan risiko.
4. Memiliki jiwa kepemimpinan.
5. Selalu mengedepankan keorsinilan.
6. Memiliki orientasi pada masa depan.

b. Watak Kewirausahaan

1. Memiliki keyakinan akan dirinya sendiri tanpa bergantung pada orang lain, individualistis dan selalu optimis.
2. Selalu ingin berprestasi, bertujuan memperoleh laba, tekun dan tabah, serta memiliki tekad kuat dalam kerja keras, energik dan inisiatif.

3. Memiliki kemampuan dalam mengambil keputusan yang dihadapkan dengan risiko.
4. Dapat berperilaku sebagai pemimpin yang bergaul dengan orang lain dan dapat menerima saran maupun kritik.
5. Selalu berusaha inovatif dan kreatif dalam menunjukkan usahanya serta fleksibel mengikuti perkembangan zaman.
6. Selalu memandang ke depan dan mempunyai rencana dalam jangka panjang. (Suryana dalam Aprijon, (2013))

Akan selalu menghasilkan produk baru dan ide menyelenggarakan jasa-jasa pada setiap keputusan dalam membuka usaha baru oleh seorang *entrepreneur* dalam konteks dunia bisnis. Karakteristik tipikal *entrepreneur* (Schermerhorn Jr, 1999):

1. Memiliki bagian pengendalian internal.
2. Memiliki tingkat energi tinggi.
3. Berkeinginan tinggi akan prestasi.
4. Memiliki toleransi terhadap ambiguitas. (Schermerhorn dalam Aprijon, 2013)

Tahap-tahap dan Proses dalam kewirausahaan

Tahap-tahap Kewirausahaan

- 1) Memiliki kepercayaan terhadap diri sendiri
- 2) Dapat berorientasi pada action

Proses kewirausahaan

Bygrave mengutip Noore (1996:3) berpendapat bahwa dalam proses kewirausahaan diawali dengan adanya inovasi produk yang dapat dipengaruhi

oleh berbagai faktor baik internal maupun eksternal dari hal pribadi. Berikut ini tahapan proses kewirausahaan (Alma dalam Aprijon, 2013):

- 1) Proses inovasi
- 2) Proses pemicu
- 3) Proses pelaksanaan
- 4) Proses pertumbuhan

2.1.1.2 Kewirausahaan Menurut Ekonomi Islam

Afif (2016) berpendapat bahwa ekonomi Islam adalah bentuk implementasi dari aturan-aturan yang mengatur tentang adanya kegiatan ekonomi dan perilaku transaksi manusia dengan menggunakan prinsip dan nilai-nilai yang bersumber kepada Al-Qur'an dan Hadist. Pada ajaran agama Islam kegiatan perekonomiannya memiliki perbedaan dengan kegiatan perekonomian teori lainnya. Ekonomi Islam menjadi acuan bagi para umat Muslim pelaku ekonomi dalam menjalankan kegiatannya, yang di mana lebih mengedepankan adanya nilai ketuhanan dan dengan harapan serta niat agar mendapatkan berkah dari Allah SWT.

Berikut ini adalah nilai-nilai universal yang mendasar pada pelaksanaan ekonomi Islam dan terdiri dari empat nilai, yaitu:

- 1) *At-tauhid* (keamanan)

Pada nilai ini manusia menyatakan akan adanya keimanan terhadap Tuhan Yang Maha Esa yang penerapannya menunjukkan bahwa Allah adalah satu-satunya Tuhan yang berhak disembah dan tiada yang lain untuk

disembah. Percaya kepada Allah yang telah mengatur kehidupan termasuk sumber daya yang ada di bumi.

2) *Al-adl* (keadilan)

Kondisi perasaan yang merasa bahwa tidak adanya perbedaan dan tidak dibedakan dalam segala hal. Keadilan pada kondisi perekonomian sosial antara manusia, meskipun Islam tidak mengakui adanya kesamaan ekonomi dan mengakui kesenjangan sosial ekonomi agar lebih menjadikan manusia lebih giat dalam berusaha.

3) *Al-ma'ad* (hasil)

Membahas mengenai hasil dari kegiatan yang dilakukan para pelaku ekonomi dalam kemampuan mengembangkan usahanya. Proses yang dilakukan oleh pelaku ekonomi tersebut merupakan suatu tatanan nilai yang harus ada dan dilaksanakan.

4) Nilai keikhlasan dan sukarela

Mengenai kebebasan pada keberadaan kelangsungan kegiatan ekonomi Islam tanpa adanya unsur paksaan di dalamnya serta dengan perasaan ikhlas dalam menjalani proses dan menerima tanggung jawab atas segala risiko.

Kegiatan berwirausaha dalam Islam sebenarnya sudah tidak asing lagi, karena pada zaman Nabi Muhammad SAW, istrinya dan para sahabat nabi pun juga melakukan kegiatan wirausaha. Rasulullah SAW pernah bersabda mengenai kegiatan wirausaha yaitu, "Hendaklah kamu melakukan perdagangan karena di dalam perdagangan tersebut terdapat 90 pintu rezeki yang dapat terbuka". Dengan adanya hal ini dapat dikatakan bahwa kegiatan berwirausaha adalah ciri khas dari

agama Islam yang sudah dilakukan dari sejak dahulu. Sehingga etos bisnis berkembang menjadi etika yang bernilai tinggi dalam menunjang kemaslahatan usaha dan kegiatan yang dapat menjadi penyebaran (*syiar*) Islam ke berbagai belahan dunia.

Berdasarkan uraian di atas, terdapat beberapa etika bisnis yang diterapkan dalam agama Islam dijadikan sebagai alat untuk perkembangan dunia wirausaha yang dilakukan oleh pelaku-pelaku kewirausahaan Muslim dan telah diatur oleh Allah SWT dalam Al-Qur'an:

- 1) Mengedepankan kejujuran dalam berbisnis yang sesuai dengan etika bisnis Islam. Hal tersebut pernah dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW yang bersikap selalu jujur dalam tindakan serta kegiatan berdagang. Dalam bisnis Islam tidak dibenarkan adanya menutupi aib dari barang yang dijual untuk menipu orang lain, inilah yang dilarang oleh Islam karena dapat merugikan salah satu pihak.
- 2) Tidak melakukan perbuatan ingkar, karena etika ini masih berkaitan dengan etika pertama. Hendaklah pelaku bisnis menepati setiap perkataan dan apa yang dijanjikan karena Allah SWT tidak menyukai sikap dari hambanya yang tidak mampu memenuhi janji dan selalu berdusta. Dan hendaklah untuk kedua belah pihak untuk memenuhi akad transaksi yang dilakukannya.
- 3) Menghilangkan unsur *Najsy*, kegiatan ini merupakan sesuatu yang dilarang dalam transaksi bisnis dalam Islam. Hal tersebut dianggap sebagai tindakan

percobaan untuk melakukan penipuan dan mengecoh konsumen yaitu dengan mengajak orang lain.

- 4) Melakukan ikhtikar, kegiatan ini jelas dilarang sebab adanya kegiatan penumpukan suatu barang untuk dijual pada suatu waktu tertentu, sampai pada saat barang tersebut menjadi berkurang dalam ketersediannya dan menyebabkan kenaikan harga yang tinggi.
- 5) Menjual-belikan barang-barang yang halal dan suci, etika bisnis dalam agama Islam mengharuskan dalam kegiatan jual-beli menggunakan komoditas barang yang sesuai dengan syariat.
- 6) Harus mendapat persetujuan kedua belah pihak, etika kegiatan bisnis dalam ekonomi Islam mengharuskan adanya kesepakatan pada saat ijab-qabul antara kedua belah pihak tanpa adanya keterpaksaan atau memberatkan salah satu pihak.
- 7) Menghindari riba, kegiatan ini sangat dilarang dalam agama Islam karena memberikan keuntungan di salah satu pihak dan pihak lainnya mengalami kerugian, etika kegiatan bisnis Islam mengharuskan dalam kegiatannya untuk menjauhi praktik riba.

2.1.1.3 Pengertian Wirausaha

Wirausaha atau wiraswasta secara umum berasal dari kata 'wira' dan 'swasta', yang memiliki arti tersendiri secara harfiah. Arti dari kata wira adalah berani dan swasta adalah berdiri sendiri. Sedangkan wiraswasta memiliki arti bahwa seseorang yang memiliki keberanian dalam pengambilan tindakan atau

sikap berpikir untuk maju agar dapat menciptakan sebuah pekerjaan tersendiri dengan membentuk suatu usahanya secara mandiri.

Menurut beberapa ahli tentang pemikirannya menggambarkan wirausaha, Cantillon (1775) mengatakan bahwa wirausaha adalah pekerjaan yang dimiliki oleh seseorang kewirausahaan. Menurut beberapa ahli tentang pemikirannya menggambarkan wirausaha, Cantillon (1775) mengatakan bahwa wirausaha adalah pekerjaan yang dimiliki oleh seseorang kewirausahaan. Menurut beberapa ahli tentang pemikirannya menggambarkan wirausaha, Cantillon (1775) mengatakan bahwa wirausaha adalah pekerjaan yang dimiliki oleh seseorang kewirausahaan. Di mana seseorang membeli barang dengan harga tertentu disaat ini, lalu akan menjualnya kembali dengan harga tidak tentu di masa yang akan datang. Pendapat Leibenstein (1968,1979) tentang wirausaha adalah suatu kegiatan yang meliputi pelaksanaan perusahaan atau pasar yang belum teridentifikasi dengan jelas, sehingga fungsi dari komponen membangun produksi tersebut tidak sepenuhnya diketahui. Drucker mengatakan bahwa wirausaha adalah sebuah kemampuan dalam membuat atau menciptakan suatu hal yang inovatif serta berbeda dan masih banyak lagi. Dengan banyaknya pemikiran, dapat ditarik kesimpulan bahwa seorang wirausaha harus memiliki keberanian dalam mengambil resiko usahanya dengan menciptakan hal baru dan membawa perubahan. Namun, banyak orang yang masih takut untuk menjadi wirausaha karena masih belum siap dengan adanya resiko yang dihadapinya. Tetapi jika ditinjau melalui keuntungan yang didapatkan tersebut, sangatlah menguntungkan untuk diri sendiri dan orang lain dengan membantu membuka lapangan pekerjaan.

Kegiatan wirausaha mendapatkan dukungan yang besar dari pemerintah karena dinilai dapat mengurangi angka pengangguran dan menumbuhkan perekonomian dalam negara. Menjadi seorang wirausaha atau wiraswasta harus memiliki keberanian dalam setiap pengambilan keputusan dalam membangun dan menjalankan usahanya. Karena untuk membangun dan menjalankan usahanya seorang wirausaha membutuhkan beberapa tahapan, berikut ini tahapan umum melakukan wirausaha:

- 1) Memulai usaha, merupakan tahapan dimana seseorang yang ingin membangun sebuah usaha dengan melakukan persiapan dalam segala sesuatu yang diperlukan, diawali dengan melihat peluang usaha baru yang memungkinkan serta menentukan jenis bidang usaha yang akan dilakukan.
- 2) Pelaksanaan usaha atau menjalankan usaha, tahap dimana seorang mengelola usahanya di berbagai aspek yang berhubungan dengan pengelolaannya.
- 3) Melindungi usaha, merupakan bagian untuk menganalisis serta menindaklanjuti pencapaian yang telah diraih
- 4) Pengembangan usaha, tahap dimana usaha mendapatkan hasil positif atau keadaan perkembangan yang relatif baik atau dapat bertahan maka menjadi salah satu keputusan untuk perluasan usaha.

2.1.1.4 Karakteristik Wirausaha

Sebagai wirausaha juga harus memiliki karakteristik yang menunjukkan bahwa dirinya wirausaha dengan melingkupi beberapa hal, yaitu:

1) Menjaga nilai-nilai agama

Menjaga dan menerapkan nilai-nilai *akhlaqul karimah* adalah sebuah keharusan untuk seorang *entrepreneur* Muslim dalam berbisnis seperti halnya selalu ramah, jujur, amanah, dan *husnudzon*. Dengan demikian memberikan dampak positif bagi mitra berbisnis karena kejujuran dan amanahnya.

2) Dapat memberikan manfaat orang lain

Menurut Islam bisnis yang profesional adalah ketika seorang Muslim mengalami keberhasilan di dalam dunia bisnisnya, sehingga dapat memberikan manfaat kepada orang lain dengan menikmati hasil tersebut.

3) Harus bersikap adil dalam berbisnis

Seorang pebisnis Muslim hendaknya tidak memikirkan kepuasan pribadi saja namun juga kepuasan dari mitra bisnisnya, dengan berlaku secara adil dalam memberikan secara proporsional.

4) Harus inovatif dan kreatif dalam berbisnis

Seorang *entrepreneur* Muslim juga dituntut untuk selalu kreatif dan inovatif serta berorientasi kedepan karena kebutuhan masyarakat yang terus berubah seiring perkembangan zaman.

5) Dapat memanfaatkan waktu dengan sebaik-baiknya

Kesempatan dan peluang bisnis yang tidak dapat terulang kembali, maka dari itu para pebisnis harus dapat memanfaatkan waktu dengan sebaik-baiknya. Oleh sebab itu banyak diantara orang yang sukses dalam berbisnis

adalah orang yang mampu memanfaatkan waktunya sebaik mungkin dan hal ini sesuai dengan perintah yang terkandung dalam ayat-ayat Al-Qur'an.

6) Harus dapat menjalin kerjasama dengan pihak lain

Manusia adalah makhluk sosial yang perlu kerjasama dalam mewujudkan tujuan bersama, karena penggabungan banyak kekuatan akan berpengaruh pada pekerjaan yang berat menjadi lebih ringan dan yang sulit menjadi lebih mudah. Kerjasama juga harus berlandaskan iman dan taqwa karena dapat memperkecil peluang kecurangan dan pengkhianatan yang menyimpang dari etika bisnis.

Menurut Imam Al-Gazhali di dalam hadist terdapat enam perilaku yang terpuji mengenai perdagangan:

- 1) Pengambilan laba tidak berlebihan, seperti yang lazim dalam dunia dagang.
- 2) Tidak meminta penurunan harga tetapi memberikan lebih mahal kepada pedagang miskin, ini adalah amal yang lebih baik daripada sedekah biasa.
- 3) Memberikan potongan atau menurunkan harga kepada pembeli yang miskin, hal ini akan mendapat pahala yang berlipat ganda.
- 4) Mempercepat pembayaran hutang dari waktu yang telah ditentukan kedua belah pihak.
- 5) Dapat melakukan pembatalan jual beli, jika pihak pembeli menginginkannya. Karena kepuasan konsumen adalah kunci utama yang harus didapatkan prioritas dari penjual dan hal ini sejalan dengan prinsip "*The Customer is King*" dalam ilmu marketing.

- 6) Bila ada orang miskin yang ingin membeli bahan pangan secara mencicil, hendaknya jangan ditagih bila orang itu tidak mampu membayarnya dan bebaskan mereka dari utang jika meninggal dunia.

2.1.1.5 Keuntungan dan Kelemahan dari Berwirausaha

Diantara ini keuntungan yang didapat dalam kegiatan berwirausaha, yaitu:

- 1) Membuka peluang dalam pengembangan usaha serta menciptakan suasana kerja yang sesuai dengan kehendak sendiri.
- 2) Membuka peluang yang dimiliki dalam mengaktualisasi dan membuktikan potensi kecerdasan dan kreatifitas keterampilan secara penuh.
- 3) Membuka peluang dalam mengatur dan menentukan waktu kerja sendiri tanpa khawatir terikat pada ketentuan dan peraturan kerja.
- 4) Dapat menjadi motivator untuk orang lain karena semakin lama berwirausaha, akan semakin banyak ilmunya, pengalamannya dan wawasannya.
- 5) Dapat melahirkan generasi baru yang betalenta dan memiliki kemampuan berwirausaha.
- 6) Dapat membantu dalam menguatkan perekonomian negara seiring berkembangnya kewirausahaan.
- 7) Menumbuhkan partisipasi masyarakat terhadap pembangunan bangsa melalui kegiatan berwirausaha.

Berikut ini kelemahan dari berwirausaha, yaitu:

- 1) Karena memikul berbagai resiko menyebabkan perolehan pendapatan yang tidak pasti. Untuk dapat menggeser resiko tersebut dengan melakukan antisipasi secara baik.
- 2) Harus bekerja keras dan memiliki waktu/jam kerja yang cukup panjang.
- 3) Mengharuskan berhemat sampai sampai usahanya berhasil.
- 4) Memiliki tanggung jawab yang besar terhadap keputusan yang harus dibuat walaupun belum menguasai permasalahan yang dihadapinya (yuliana, 2017).

Menurut Hartono dalam Susi mengatakan bahwa persoalan etika tidaklah sesederhana demikian, karena dalam praktiknya tidak ada etika yang mutlak.

2.1.2 Etika Bisnis Islam

2.1.2.1 Pengertian Etika Bisnis Islam

Menurut bahasa Yunani etika (*ethos*) berarti perilaku, kebiasaan, atau karakter yang bersifat moralitas. Memiliki arti adat istiadat (*tha etha*) pada bentuk jamak. Hartono dalam Susi (2017) mengatakan bahwa didalam praktiknya etika tidak bersifat mutlak karena etika tidak sesederhana pemikiran. Menurut teoritis, sistem etika tidak dapat diterima secara universal meskipun etika memiliki sifat yang universal. Berkembang secara *inheren* karena terikat pada budaya (*culture-bound*) yang berbentuk dalam pandangan hidup bermasyarakat atau filsafat.

Islam menyebutkan bahwa etika adalah akhlak, diambil dari bahasa Arab yang berarti tabiat, perangai, kebiasaan bahkan agama, tetapi kata akhlak tidak

ditemukan dalam Al-Qur'an. Hanyalah bentuk tunggal yang ditemukan dari kata tersebut, yaitu *khuluq* dan tercantum pada Al-Qur'an sebagai berikut:

وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ ۝

wa innaka la'alā khuluqin 'azīm

Artinya:

“Dan sesungguhnya kamu benar-benar berbudi pekerti yang agung”[QS Al-Qalam(68:4)]

Menurut *aqidah Islamiyah*, Islam adalah agama yang sempurna karena mengatur dari semua aspek kehidupan tanpa terkecuali hingga pada aspek ekonomi. Menurut Amalia dalam Susi (2017) mengatakan bahwa etika bisnis Islam adalah sejumlah perilaku atik (akhlak) yang berdasarkan nilai-nilai Islami (syariah) pada penerapannya dalam membedakan halal dan haram. Etika telah banyak dibahas Islam dengan berdasarkan sumber dan pedoman yang ada pada Al-Qur'an dan Sunnah. Etika bertujuan untuk membuat manusia dapat mempertanggungjawabkan tindakannya pada semua aktifitasnya, dan mengutamakan kepercayaan, keadilan dan kejujuran sebagai pondasi utama dalam melaksanakan kegiatan berwirausaha.

2.1.2.2 Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam

Manusia pada prinsipnya dituntut untuk berbuat baik kepada diri sendiri, sesama manusia, lingkungan sekitar dan kepada pencipta-Nya jika ditinjau dari perspektif Islam. Oleh karena itu, manusia diberi kebebasan (*free will*) dalam berbuat baik kepada semuanya dan sepatutnya mengutamakan keesaan Tuhan (*tauhid*), keseimbangan (*balance*) dan keadilan (*qist*) serta tanggung jawab (*responsibility*) kepada Tuhan. Kelima konsep ini sebagai dasar aksioma dari etika bisnis Islam yang melatar belakangi agar tidak terjadi tindakan kecurangan,

penipuan dan penyimpangan di dunia bisnis. Prinsip tersebut terdiri dari prinsip keesaan, keseimbangan, kebebasan, kebenaran dan pertanggung jawaban yang didasarkan pada Al-Qur'an dan Hadist dalam bentuk *ijma* dan *qiyas* serta pengalaman dari pebisnis Muslim, diuraikan sebagai berikut:

a. Keesaan (*tauhid*)

Berdasarkan pada *ketauhidan* bahwa didalam semua aspek kehidupan didunia dan diakhirat telah diatur oleh Allah dan yang harus dijalankan. Seperti dalam firman Allah SWT, sebagai berikut:

قُلْ هُوَ اللَّهُ أَحَدٌ ۝ ١

Qul huwallāhu aḥad

Artinya:

“Katakanlah (Muhammad), “Dialah Allah, Yang Maha Esa”. [QS Al-Ikhlās (112:1)]

Tauhid merupakan pondasi utama yang digunakan sebagai landasan filosofis dalam setiap langkah seorang Muslim yang beriman untuk menjalankan fungsi kehidupan. Berfokus pada keridhaan Allah SWT dan sesuai dengan tata aturan syariah di kegiatan bisnisnya yang bertujuan *ilahiyyah*. Oleh karena itu jika seorang pebisnis syariah berorientasi pada *maslahah*, maka tidak hanya mencari keuntungan saja tetapi diimbangi dengan keberkahan.

b. Keseimbangan/keadilan (*equilibrium*)

Islam selalu menyarankan atau mengharuskan untuk berbuat adil dalam kegiatan berwirausaha dan tidak melakukan tindakan kecurangan atau yang dapat merugikan salah satu pihak. Perbuatan adil ini sesuai dengan firman Allah SWT pada:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا ۗ اَعْدِلُوا ۗ هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۗ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ۙ

Yā ayyuhallāzīna āmanū kunū qawwāmīna lillāhi syuhadā`a bil-qisṭi wa lā yajrimannakum syana`ānu qaumin 'alā allā ta'dilu, i'dilu, huwa aqrabu lit-taqwā wattaqullāh, innallāha khabīrum bimā ta'malun
Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adilah, karena adil itu lebih dekat kepada taqwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan” [QS Al-Maidah(5:8)]

Apabila tindak kecurangan dilakukan pada kegiatan berbisnis akan mengakibatkan kehancuran pada bisnis yang sedang dibangun atau dijaga karena sebuah keberhasilan bisnis berdasarkan rasa kepercayaan. Telah dijelaskan didalam Al-Qur'an bahwa pada kegiatan mengukur dan menimbang harus dilakukan dengan aturan yang benar tanpa ada praktik kecurangan, seperti yang tertuang pada ayat berikut:

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزَنُوا بِالْقِسْطِ ۗ الْمُسْتَقِيمِ ۗ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا ۗ ٣٥
wa lā taqfu mā laisa laka bihī 'ilm, innas-sam'a wal-baṣara wal fu`āda kullu ulā`ika kāna 'an-hu mas`ulā

Artinya:

“Dan sempuranakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya” [QS Al-Isra'(17:35)]

c. Kebebasan (*free will*)

Kebebasan yang diberikan kepada manusia untuk mendapatkan kemaslahatan yang tertinggi pada kegiatan berwirausahanya, baik sebagai perorangan atau kelompok yang dapat dijalankan dan digunakan dalam mencapai kesejahteraan hidup, akan tetapi pada Islam kebebasan tersebut harus sesuai dengan nilai-nilai Islam. Tanpa adanya batasan yang diberikan agar dapat

berkarya dan memanfaatkan segala potensi pada dirinya, hal ini sejalan dengan firman Allah SWT yang tertuang pada:

الَّذِينَ يُؤْمِنُونَ بِالْغَيْبِ وَيُقِيمُونَ الصَّلَاةَ وَمِمَّا رَزَقْنَاهُمْ يُنْفِقُونَ ٣٧

Wallazīna yu`minuna bimā unzila ilaika wa mā unzila ming qablik, wa bil-ākhirati hum yuqinūn

Artinya:

(Yaitu) mereka yang beriman kepada yang gaib, melaksanakan salat, dan menginfakkan sebagian rezeki yang Kami berikan kepada mereka, [Q.S Al-Baqarah (2:3)]

d. Pertanggung Jawaban (*responsibility*)

Tanpa mengabaikan kebebasan manusia dalam melakukan kegiatan berbisnis dengan mengharuskan setiap individu harus mempertanggungjawabkan atas semua tindakan yang diambil dan diputuskan kepada Allah SWT. Hendaknya, segala sesuatu tindakan yang akan dilakukan oleh pebisnis harus dilandasi dengan penuh rasa tanggung jawab dan sesuai dengan ajaran agama Islam. Oleh karena itu, manusia diciptakan sebagai makhluk *mukallaf* yang berarti berbeda dengan makhluk lainnya seperti hewan dan tumbuhan dalam pemberian beban hukum. Rasulullah SAW mengatakan bahwa manusia adalah seorang *khalifah* atau pemimpin yang setiap manusia dewasa (*aqil balig*) serta *mumayyiz* harus mempertanggungjawabkan segala tindakannya. Tanggung jawab memiliki hubungan erat dengan pelaksanaan amanat, karena orang yang bertanggung jawab akan selalu menjaga amanat dengan baik di dalam pelaksanaannya. Seperti tersirat pada firman Allah SWT berikut:

﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ﴾ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ٥٨

yā ayyuhallazīna āmanū aḫī'ullāha wa aḫī'ur-rasūla wa ulil-amri mingkum, fa in tanāza'tum fī syai`in fa ruddūhu ilallāhi war-rasūli ing kuntum tu`minuna billāhi wal-yaumil-ākhir, zālika khairuw wa aḫsanu ta`wīlā

Artinya:

“Sungguh, Allah menyuruhmu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia hendaknya kamu menetapkannya dengan adil. Sungguh, Allah sebaik-baik yang memberi pengajaran kepadamu. Sungguh, Allah Maha Mendengar, Maha Melihat.” [QS. An-Nissa (4:58)]

e. Kebenaran/ihsan (*benevolence*)

Konsep kebenaran dalam dunia bisnis mengartikan sebagai niat, sikap dan perilaku yang benar meliputi proses awal transaksi (akad) hingga ke proses dalam menetapkan keuntungan. Konsep ini juga mengandung unsur kejujuran dan kebajikan. Perbuatan baik yang dilakukan harus dapat memberikan kemanfaatan untuk orang lain tanpa memiliki niat lain selain beribadah dan meyakini bahwa Allah SWT mampu melihat setiap perbuatan kita. Allah tidak menyukai perbuatan yang tidak jujur dan dapat merugikan salah satu pihak dalam segala aktifitas termasuk dalam dunia bisnis, Allah SWT berfirman:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ۝۱ الَّذِينَ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ۝۲ وَإِذَا كَالُواهُمْ أَوْ وَرَزُوهُمْ يُخْسِرُونَ ۝۳
Wailul lilmuthoffifin\ alladsiina idzak taaluu'alannasi yastaufuun\ wa-idzaa kaaluum awwazanuum yukhsiruun

Artinya:

- a. Celakalah bagi orang-orang yang curang (dalam menakar dan menimbang)!
- b. (Yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dicukupkan,
- c. Dan apabila mereka menakar atau menimbang (untuk orang lain), mereka mengurangi. QS Al-Mutaffifin/83: 1-3

2.1.3 Electronic Commerce (E-Commerce)

2.1.3.1 Pengertian Electronic Commerce (E-Commerce)

Elektronic Commerce terdiri dari dua suku kata yaitu *Electronic* dan *Commerce*. Secara bahasa *Electronic* adalah semua alat yang berhubungan dengan

teknologi dan dunia elektronika, sedangkan *Commerce* adalah perniagaan atau perdagangan. Adapun pengertian *e-commerce* menurut pandangan para ahli:

- a. Kalakota dan Whinston (1977) berpendapat *e-commerce* memiliki beberapa perspektif yang berbeda:
 - 1) Perspektif Komunikasi: *E-Commerce* dimanfaatkan melalui line telepon, jaringan komputer atau sarana elektronik lainnya dalam pengiriman informasi, produk/layanan, atau pembayaran melalui.
 - 2) Perspektif Proses Bisnis: *E-Commerce* digunakan untuk menuju otomatisasi transaksi aliran kerja perusahaan melalui aplikasi teknologi.
 - 3) Perspektif Layanan: *E-Commerce* merupakan salah satu alat yang membantu untuk pemangkasan *service cost* (biaya layanan) dalam memenuhi keinginan perusahaan, konsumen dan manajemen ketika akan meningkatkan mutu barang dan kecepatan pelayanan.
 - 4) Perspektif *Online*: *E-Commerce* adalah kemampuan melalui internet dan sarana *online* lainnya yang berkaitan dengan jual beli produk dan informasi.
- b. Shely Cashman (2007:83) berpendapat bahwa *Electronic Commerce* atau kepanjangan dari *E-Commerce* (perdagangan secara elektronik), adalah transaksi bisnis yang melalui jaringan elektronik, seperti internet. Maka yang dapat berpartisipasi dalam *e-commerce* adalah seseorang yang memiliki akses internet dan komputer serta cara pembayaran barang atau jasa yang dibeli.

- c. McLEod Pearson (2008:59) mengatakan bahwa perdagangan elektronik atau *e-commerce* adalah pelaksanaan proses bisnis yang menggunakan jaringan komunikasi dan komputer. Atau yang lebih dikenal saat ini tentang *e-commerce* adalah penggunaan internet dan komputer dengan *web browser* untuk membeli atau menjual produk.
- d. Jony Wong (2010:33) pengertian dari *Electronic Commerce* adalah sistem elektronik yang digunakan sebagai media jual-beli dan pemasaran barang serta jasa. Seperti radio, televisi dan jaringan komputer atau internet.

Jadi dapat diartikan secara umum *Electronic Commerce* atau *E-Commerce* atau yang lebih dikenal perdagangan elektronik adalah segala aktivitas jual beli yang dilakukan melalui media elektronik dengan memanfaatkan jaringan internet atau teknologi digital yang ada.

2.1.3.2 Jenis-jenis Elektronik Commerce (E-Commerce)

Elektronic Commerce atau *E-Commerce* dibagi berdasarkan sifat transaksinya menjadi beberapa jenis, yaitu:

1. *Business to Business* (B2B)

Transaksi yang dilakukan oleh dua belah pihak yang memiliki tujuan bisnis yang sama dan saling mengerti serta mengetahui bisnis apa yang dijalankan. Pada umumnya bisnis tersebut dilaksanakan secara berkesinambungan atau berkelanjutan sesuai dengan kerjasama. *Business to Business* memiliki karakteristik sebagai berikut:

- a. Memiliki *trading partner* yang sudah dikenal dan pada umumnya memiliki hubungan (*relationship*) yang cukup lama.

- b. Menyetakati tentang pertukaran data (*data exchange*) berlangsung berulang-ulang dan secara berkala.
- c. Data dapat langsung segera diberikan oleh salah satu pihak tanpa menunggu partnernya terlebih dahulu.
- d. Model yang digunakan adalah *peer to peer*, dimana kedua belah pihak dapat memperoleh *processing intelligence*.

Selain itu keuntungan yang didapatkan dari *Business to Business*:

- a. Proses transaksi cepat antara penjual dan pembeli.
- b. Mengurangi biaya transaksi kedua belah pihak.
- c. Terciptanya pasar baru tanpa khawatir dengan batas wilayah geografis.
- d. Peningkatan hubungan dalam komunikasi dan kolaborasi diantara penjual dan pembeli

Contoh dari B2B perusahaan General Electric yang tak hanya menghasilkan barang untuk konsumen tetapi juga menyediakan suku cadang (*sparepart*) untuk perusahaan lain.

2. *Business to Consumer* (B2C)

Transaksi yang dilakukan oleh dua belah pihak dengan salah satu pihak sebagai pelaku bisnis dan pihak lainnya sebagai konsumen, seperti transaksi jual beli pada umumnya. *Business to Consumer* memiliki karakteristik sebagai berikut:

- a. Terbuka untuk umum, dimana penawaran yang diberikan langsung dapat diakses secara umum.
- b. Produk dapat langsung ditawarkan ke konsumen akhir

- c. Aneka ragam produk yang ditawarkan
- d. Proses transaksi yang sangat mudah dengan pembayaran secara *online*

Keuntungan dari *Business to Consumer* :

- a. Hemat waktu, tempat dan biaya
- b. Dapat diakses selama 24 jam dalam 7 hari
- c. Kemudahan dalam penggunaan dan pencarian produk yang diinginkan (*product on demand*)

Contohnya: Tokopedia, Bukalapak, OLX dan sejenisnya

3. *Consumer to Consumer* (C2C)

Transaksi yang dilakukan oleh dua belah pihak yang sama-sama sebagai konsumen. Konsepnya banyak digunakan dalam situs *online auction* atau lelang secara *online*.

Contohnya: ebay.com, bid2bid.com, aol, msn dan sejenisnya

4. *Consumer to Business* (C2B)

Transaksi ini kebalikan dari B2C yaitu pelaku bisnis berasal dari individu dan pembeli berasal dari satu atau beberapa perusahaan. Dengan demikian pemasok bersaing untuk menyediakan produk / jasa yang sesuai kebutuhan konsumen tersebut.

Contohnya: priceline.com

5. *Business to Government* (B2G)

Dapat disebut juga *Business to Administration* (B2A) adalah transaksi dua belah pihak dimana pelaku bisnis berasal dari perusahaan dan pembeli/konsumen berasal dari pemerintah. Dimana pelaku bisnis

menawarkan tender proyek kepada pemerintah melalui proses *e-procurement* secara *online* dan transparan yang lebih dikenal dengan LPSE atau Servis Pengadaan dengan Elektronik.

Contohnya: Qlue.co.id

6. *Government to Consumer (G2C)*

Transaksi yang dilakukan oleh dua belah pihak dimana pelaku bisnis berasal dari suatu perusahaan milik pemerintah dan masyarakat sebagai konsumen.

Contohnya: PLN

7. *Online to Offline (O2O)*

O2O adalah jenis transaksi bisnis baru yang berkembang saat ini dimana produsen menggunakan dua saluran baik secara *online* maupun *offline*. Saluran *online* digunakan produsen untuk promosi, menemukan konsumen serta meningkatkan produk dan layanan. Saluran kegiatan pembelian secara langsung ke toko. Tidak hanya itu, O2O juga dapat dilakukan dengan pemesanan secara *online* dan melakukan pengambilan barang secara *offline* di toko.

Contohnya: sektor transportasi Gojek dan Grab, serta akomodasi Airy, OYO, dan lain sebagainya.

2.1.3.3 Model Bisnis *E-Commerce* yang Digunakan di Indonesia

Beragamnya karakteristik masyarakat yang ada di Indonesia dalam penggunaan jenis-jenis *E-Commerce* dapat dihubungkan ke variasi transaksi yang seringkali digunakan. Berikut ini adalah variasi transaksi *e-commerce* pada bisnis:

1. *Listing / Iklan Baris*

Platform yang digunakan untuk memudahkan individu maupun pelaku bisnis yang hanya menjual barang dengan jumlah sedikit. Dengan pemasangan barang yang akan dijual secara gratis. Namun pendapatan diperoleh dari iklan premium.

Contoh: Kaskus, OLX, dll

Menggunakan jenis B2C dan C2C

2. *Online Marketplace*

Platform yang menggunakan website dan tidak hanya mempromosikan produk dari penjual tetapi juga memfasilitasi transaksi uang secara *online*.

Contoh: Bukalapak, Lazada, dll

Menggunakan jenis C2C

3. *Shopping Mall*

Model bisnis ini seperti *marketplace* tetapi hanya penjual yang memiliki (*brand*) ternama karena melalui proses verifikasi yang sangat ketat.

Contoh: Shope mall, blibli, dll

Menggunakan jenis B2B dan B2C

4. *Toko Online*

Platform yang paling sederhana untuk pemula karena penjual dapat memiliki *website (domain)* sendiri yang dimana penjual memiliki stok produk jualnya.

Contoh: visvalbags.com, nokha.co, dll

Menggunakan jenis B2C

5. Toko *Online* di media sosial

E-Commerce yang memanfaatkan fitur dari sosial media yang mereka miliki, misalnya berupa *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *WhatsApp* dan promosinya melalui *feed* pada *instagram* ataupun beranda dan *story* pada sosial media.

Contoh: @byooteofficial, @HIAeverywear, dll

Menggunakan jenis C2C

6. *Website Crowdfunding* dan *Crowdsourcing*

Website yang digunakan sebagai platform untuk mengumpulkan orang-orang dengan tujuan tertentu misalnya dalam pengumpulan dana.

Contoh: Kitabisa.com, Kickstarter, dll

Menggunakan jenis C2B

2.1.3.4 Manfaat E-Commerce

Menurut sudut pandang bisnis, *e-commerce* dapat memberikan manfaat yang tidak hanya pada pelaku bisnis tetapi juga pada konsumen/pembeli. Berikut ini adalah manfaatnya:

1. Manfaat *e-commerce* pada pelaku bisnis
 - a. Aktivitas jual beli menjadi lebih mudah.
 - b. Biaya promosi/pemasaran produk menjadi lebih hemat.
 - c. Jangkauan pasar lebih luas.
 - d. Informasi dapat tersebar lebih cepat dan mudah.

- e. Komunikasi konsumen dengan penjual lebih mudah.
 - f. Kemudahan dan cepatnya dalam proses pembayaran.
2. Manfaat *e-commerce* pada konsumen
- a. Waktu dalam berbelanja lebih lama yaitu 24 jam dalam 7 hari.
 - b. Lebih mudah dalam melihat produk atau jasa dengan harga yang sesuai keinginan.
 - c. Lebih mudah membeli produk atau jasa dengan perbandingan harga yang diinginkan.

2.1.3.5 Peluang dan Kelemahan dari Penggunaan *E-Commerce*

1. Peluang Penggunaan *E-Commerce*

Melihat perkembangan *e-commerce* saat ini, tidak dapat dipungkiri bahwa keberadaan *e-commerce* menimbulkan peluang yang menjanjikan di industri dunia digital sebagai berikut:

- a. Pelanggan bertambah dengan melihat jumlah penduduk Indonesia saat ini.
- b. Perluasan area pemasaran produk.
- c. Peningkatan terhadap merk (*brand*).
- d. Penurunan tingkat biaya operasional karena biaya *hosting web (domain)* jauh lebih murah dibanding biaya sewa toko.
- e. Mudahnya pemesanan yang dapat dilakukan oleh konsumen dimana dan kapan saja.
- f. Pembayaran menjadi lebih mudah tanpa menggunakan uang tunai karena dapat melalui transfer via ATM, bantuan pihak ketiga maupun penggunaan kartu kredit.

g. Informasi toko dapat diakses lebih mudah tanpa perlu mendatangi lokasi.

2. Kelemahan Penggunaan *E-Commerce*

Meskipun *e-commerce* merupakan sistem yang dianggap penuh dengan keuntungan, namun *e-commerce* juga memiliki kelemahan pada sistemnya. Berikut ini poin kelemahan yang terdapat pada penerapan sistem *e-commerce* di Indonesia:

- a. Menimbulkan modus kriminal atau tindak kejahatan dengan penipuan *online* yang marak beberapa tahun terakhir.
- b. Peretasan kartu kredit ke dalam jaringan sistem server perbankan maupun para *merchant online*.
- c. Belum adanya kejelasan hukum yang mengatur tentang *e-commerce* dan perdagangan digital.
- d. Tingkat kepercayaan mengalami penurunan pada pengguna teknologi *e-commerce* di Indonesia.
- e. Perbedaan signifikan yang terjadi pada kota-kota besar dengan kota-kota kecil dalam hal infrastruktur teknologi dan transportasi.

2.1.3.6 *E-Commerce* dalam Perspektif Islam

Agama Islam merupakan agama yang mengatur segala aspek kehidupan, termasuk kegiatan jual beli (*muamalah*). Ada beberapa perjanjian/akad yang digunakan agama Islam dalam transaksi jual beli, seperti *bai' as-salam*, *bai' al-istisna*, dan *bai' muajjal*. Berikut ini adalah penjelasan dari ketiga akad tersebut:

1. *Bai' as-salam*

Suatu perjanjian jual beli dimana barang akan dikirim setelah adanya pelunasan pembayaran di awal. Menurut Haris (2014) berpendapat bahwa *As-salam* atau disebut juga *as-salaf* merupakan jual beli yang metode pembayaran disegerakan sedangkan penyerahan barang ditangguhkan, dapat diartikan bahwa *as-salam* mengandung makna penyerahan.

2. *Bai' al-istisna*

Suatu perjanjian jual beli dimana pembeli membuat order/pesanan pada penjual barang dan pembayaran barang saat pesanan telah dibuat atau sesuai dengan kesepakatan yang dibuat oleh pembeli dan penjual. *Bai' al-istisna* merupakan suatu jenis khusus dari akad *bai' as-salam* menurut jumhur fuqaha–Malikiah, Syi'ah da Hanballah-, karena ketersediaan barang belum tersedia secara konkret dan biasanya jenis ini dipergunakan di bidang manufaktur. Namun memiliki perbedaan dalam pembayaran, jika *bai' as-salam* pembayaran diawal maka *bai' al-istisna* dapat ditangguhkan atau disegerakan sesuai kesepakatan antara penjual dan pembeli.

3. *Bai' muajjal*

Suatu perjanjian jual beli dimana pembeli dan penjual menyepakati penangguhan pembayaran.

Melalui penjelasan ketiga akad tersebut, *e-commerce* cenderung memiliki kesamaan dengan akad *Bai' as-salam* jika ditinjau dari pembayarannya yang sifatnya di awal transaksi dan penyerahan atau pengiriman barang yang sifatnya

ditangguhkan. Islam adalah agama yang memudahkan umatnya dalam melakukan transaksi jual beli, hanya saja terdapat beberapa ketentuan mengenai transaksi jual beli tersebut. Islam juga memiliki batasan larangan dalam transaksi jual beli yang mengandung unsur *riba'*, *gharar*, penipuan, paksaan, *maisir* dan haram. Berikut ini adalah penjelasan tentang unsur yang dilarang pada transaksi jual beli, yaitu:

- a. *Riba'* adalah penetapan bunga atau melebihi jumlah pengembalian yang tidak sesuai dengan harga pokoknya secara *bathil* atau bertentangan dengan prinsip muamalat dalam Islam. Allah berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ١٣٠

Yaa ai-yuhaal-ladsiina aamanuu laa ta'kuluurribaa adh'aafan mudhaa'afatan waattaquullaha la'allakum tuflihuunn(a);

Artinya :

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan Riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan”. (QS. Ali ‘Imran [3]:130)

- b. *Gharar* adalah keadaan yang penuh dengan ketidakpastian yang memiliki hubungan pada transaksi suatu barang pada pihak-pihak yang sedang bertransaksi.
- c. Penipuan adalah keadaan dimana yang tidak sesuai harapan pada salah satu pihak yang menginginkan keuntungan tetapi pada kenyataannya malah sebaliknya.
- d. Pemaksaan adalah suatu tindakan yang tidak menyenangkan dimana salah satu pihak menyetujui sesuatu yang tidak diinginkan.
- e. *Maisir* adalah keadaan dimana terjadi pertarungan baik berupa uang maupun barang. Secara teknis dapat dikatakan sebuah kegiatan yang memperoleh keuntungan tanpa mengeluarkan usaha yang keras. Allah berfirman:

﴿يَسْأَلُونَكَ عَنِ الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ قُلْ فِيهِمَا إِثْمٌ كَبِيرٌ وَمَنْفَعٌ لِلنَّاسِ وَإِثْمُهُمَا أَكْبَرُ مِنْ نَفْعِهِمَا
وَيَسْأَلُونَكَ مَاذَا يُنْفِقُونَ قُلِ الْغَفْوُ كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ آيَاتِهِ لَعَلَّكُمْ تَتَفَكَّرُونَ ٢١٩﴾

Yas`alunaka 'anil-khamri wal-maisir, qul fihimā ismung kabīruw wa manafi'u lin-nāsi wa ismuhumā akbaru min-naf'ihimā, wa yas`alunaka māzā yunfiqun, qulil-'afw, kazālika yubayyinullāhu lakumul-āyāti la'allakum tatafakkarun

Artinya :

“Mereka bertanya kepadamu tentang khamar dan judi. Katakanlah: “Pada keduanya terdapat dosa yang besar dan beberapa manfaat bagi manusia, tetapi dosa keduanya lebih besar dari manfaatnya”. Dan mereka bertanya kepadamu apa yang mereka nafkahan. Katakanlah: “Yang lebih dari keperluan”. Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepadamu supaya kamu berfikir”. (QS Al Baqarah [2]:219)

- f. *Haram* adalah keadaan dimana segala sesuatu yang dilarang baik dari awal proses hingga akhir barang tersebut.

Terdapat 3 unsur pada transaksi konvensional, *e-commerce* maupun *bai' as-salam* dalam menyebabkan terjadinya transaksi.

- a. Pihak-pihak yang bertransaksi

Pihak-pihak yang memiliki hubungan pada suatu transaksi jual beli yaitu penjual dan pembeli. Pada transaksi *e-commerce* penjual adalah pelaku transaksi perdagangan yang melakukan promosi produk melalui internet, sedangkan pembeli adalah pelaku yang melakukan pembelian produk yang ditawarkan penjual. Islam selalu menyarankan kepada penjual untuk selalu amanah dalam transaksi jual-beli, seperti firman Allah :

﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ٥٨﴾

Innallāha ya`murukum an tu`addul-amānāti ilā ahlihā wa izā ḥakamtum bainan-nāsi an taḥkumu bil-'adl, innallāha ni'immā ya'izukum bih, innallāha kāna samī'am baṣīrā

Artinya:

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah

memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat”.(QS An-Nisa’ [4]:58)

Tidak hanya memiliki kewajiban bertindak adil, penjual juga memiliki hak yaitu menerima pembayaran ketika barang telah diterima oleh pembeli sesuai dengan kesepakatan yang dibuat antara penjual dan pembeli.

b. *Sighat* transaksi

Sighat adalah kalimat pernyataan harus ada pada suatu transaksi jual beli, karena berupa pernyataan yang menyatakan kesediaan atau kerelaan antara kedua belah pihak, seperti firman Allah :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا
أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ٢٩

Yā ayyuhallāzina āmanu lā ta’kulū amwālakum bainakum bil-bātili ilāa an takuna tijāratan ‘an tarādīm mingkum, wa lā taqulū anfusakum, innallāha kāna bikum rahīmā

Artinya :

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”. (QS An-Nisa’ [4]:29)

Jika pada *bai’ as-salam* bisa dilakukan secara tulisan maupun lisan dimana kedua belah pihak bertemu, tetapi jika pada *e-commerce* dilakukan melalui fasilitas internet. Penjual akan menawarkan produk melalui *website* yang nantinya dapat dilihat oleh pembeli, yang nantinya pembeli dapat berkomunikasi dengan penjual dan melakukan kesepakatan mengenai barang tersebut.

c. Obyek transaksi

Merupakan hal terpenting dalam transaksi jual beli, dapat berupa barang atau jasa yang akan diterima oleh pembeli sesuai kesepakatan yang telah

dibuat. Telah dijelaskan sebelumnya bahwa penerimaan barang atau jasa dapat dilakukan setelah melakukan pembayaran terlebih dahulu atau sesuai kesepakatan, yang proses pembayaran pada *e-commerce* dapat dilakukan melalui transfer bank, *cash on delivery* (COD), maupun menggunakan fasilitas kartu kredit. Namun, dalam Islam tidak disarankan dalam penggunaan kartu kredit dikarenakan mengandung unsur *riba*'.

2.1.4 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

2.1.4.1 Pengertian Usaha Makro Kecil Menengah

Proses perubahan bahan baku yang berasal dari bahan mentah, barang yang memiliki nilai lebih tinggi dalam pemanfaatannya yang berasal dari bahan setengah jadi atau barang jadi, serta kegiatan rancang bangun dan perekayasaan industri, kegiatan ekonomi ini disebut industri. Dapat disimpulkan bahwa industri merupakan bagian dari proses produksi pada tahap awal hingga menghasilkan barang yang memiliki nilai tinggi di masyarakat. (liputan6.com edisi 17 Januari 2019 diakses 31 Maret 2020). Melihat proses perolehan bahan-bahannya industri dibagi kelompok kegiatan industri, yakni kelompok industri hulu atau juga disebut kelompok industri dasar, kelompok industri hilir, dan kelompok industri kecil. Sedangkan proses secara mikro memiliki ciri umum yang sama dimiliki oleh cabang industri yang merupakan bagian suatu kelompok industri. Namun jika lebih mengarah ke pembentukan harta menjadi lebih cenderung ke sifat makro yaitu kegiatan ekonomi yang menciptakan nilai tambah secara garis besar dibagi menjadi dua bagian yaitu industri penghasil barang dan industri penghasil jasa. Adapun yang tergolong ke sektor sekunder adalah perusahaan yang menjalankan

operasi di bidang kegiatan ekonomi. Sedangkan menurut teori ekonomi industri dibagi menjadi tiga yaitu industri primer, sekunder dan tersier (Sesi Enjel,2019-17).

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), pada sektor industri pengolahan dikelompokkan menurut besar atau kecilnya jumlah tenaga kerja yang dimiliki, ditunjukkan pada tabel 2.1

Tabel 2.1 Jenis Industri

Jenis Industri	Jumlah Tenaga Kerja
Industri Besar	>100 orang
Industri Sedang	Antara 20-29 orang
Industri Kecil	Antara 5-19 orang
Industri Rumahan	Antara 1-4 orang

Sumber : Badan Pusat Statistik 2020

Definisi dari Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) telah diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai berikut:

- a. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- b. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dapat dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.

- c. Yang dimaksud usaha kecil dan menengah adalah kegiatan usaha dengan skala aktivitas yang tidak terlalu besar, manajemen masih sangat sederhana, modal yang tersedia terbatas, pasar yang dijangkau juga belum terlalu luas.
- d. Dunia usaha adalah usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia dan berdomisili di Indonesia. (UU No. 20 Tahun 2008 Pasal 1 tentang Usaha Kecil, Mikro dan Menengah (UMKM))

2.1.4.2 Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Dalam Undang-Undang tersebut mendefinisikan kriteria dari usaha kecil, mikro dan menengah (UMKM) yang tercantum pada pasal 6 dengan nilai kekayaan bersih atau nilai aset tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau hasil penjualan tahunan.

- 1. Usaha Mikro
 - a. Memiliki nilai kekayaan bersih Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
- 2. Usaha Kecil
 - a. Memiliki nilai kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

3. Usaha Menengah

- a. Memiliki nilai kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan Rp. 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar). (UU No. 20 Tahun 2008 Pasal 6 tentang Usaha Kecil, Mikro dan Menengah (UMKM))

Usaha mikro kecil menengah juga memiliki ciri-ciri yang dapat membantu untuk menentukan jenis usaha yang akan dikelola selain melalui kriteria. Adapun ciri-cirinya sebagai berikut:

a. Ciri-ciri Usaha Mikro

1. Barang yang dijual jenisnya tidak selalu sama, dapat berubah-ubah sewaktu-waktu.
2. Tidak pernah menetap tempat usahanya, dapat berpindah-pindah sewaktu-waktu.
3. Pengolahan keuangan dan manajemen masih dilakukan secara sederhana.
4. Tidak terpengaruh adanya krisis ekonomi negara.
5. Tidak sensitif terhadap suku bunga.

6. Pelaku usaha biasanya orang yang jujur dan ulet serta mudah dibimbing apabila menggunakan pendekatan yang tepat.
7. Sulitnya mendapat bantuan pinjaman dari perbankan karena usaha yang relatif kecil.
8. Tidak banyak tenaga kerja yang dimiliki, sekitar 1 sampai 5 orang saja, termasuk juga anggota keluarganya.
9. Tidak jauh dari lingkungan rumah lokasi usahanya.
10. Hampir tidak pernah terlibat dalam kegiatan atau aktivitas ekspor-impor.

b. Ciri-ciri Usaha Kecil

1. Tidak adanya sistem pembukuan yang dimiliki sehingga sulit mendapatkan pinjaman dari perbankan.
2. Mengalami kesulitan dalam meningkatkan atau memperbesar skala usaha.
3. Jika ada aktivitas/kegiatan ekspor-impor tidak pernah terlibat.
4. Terbatasnya jumlah modal yang dimiliki.
5. Tidak dapat membayar gaji pegawai dalam jumlah besar.
6. Memiliki biaya produksi yang tinggi karena usaha kecil tidak diskon pembelian seperti yang didapat perusahaan besar.
7. Produk yang dijual jenisnya tidak banyak dan apabila produk yang dijual tidak laku dapat menyebabkan kebangkrutan.
8. Kurang dapat dipercaya oleh masyarakat karena produk baru dan belum memiliki reputasi maka kurang diminati masyarakat.

c. Ciri-ciri Usaha Menengah

1. Manajemen usaha yang dimiliki lebih baik dan lebih modern.
2. Menerapkan sistem akuntansi secara teratur dalam administrasi keuangan.
3. Dapat memberikan jaminan sosial kepada para pekerja.
4. Persyaratan legalitas telah dimiliki.

(pendidikan.co.id update 11 April 2020 diakses 13 April 2020)

2.1.4.3 Klasifikasi Usaha Kecil dan Menengah (UKM)

Aktivitas bisnis atau usaha dari usaha kecil dan menengah apabila ditinjau dari sudut pandang perkembangannya, dapat dikelompokkan menjadi 4 (empat) model kelompok, yaitu:

1. *Livelihood Activities*

Bentuk UKM yang dikenal sebagai sektor informal karena dimanfaatkan sebagai kesempatan kerja dalam mencari nafkah.

2. *Micro Enterprise*

Bentuk UKM yang masih belum memiliki sifat kewirausahaan (*entrepreneurship*) tetapi sudah memiliki sifat pengrajin.

3. *Small Dynamic Enterprise*

Bentuk UKM yang sudah mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor serta sudah memiliki jiwa kewirausahaan (*entrepreneurship*).

4. *Fast Moving Enterprise*

Bentuk UKM yang sudah memiliki jiwa kewirausahaan (*entrepreneurship*) dan akan bertransformasi menjadi Usaha Besar (UB)

2.1.4.4 Kekuatan dan Kelemahan UMKM

Untuk pengembangan di masa yang mendatang, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) harus memanfaatkan potensi yang dimilikinya. Adapun potensinya sebagai berikut:

- a. Penyediaan lapangan kerja di industri kecil dapat diperhitungkan karena dinilai mampu menyerap 50% tenaga kerja yang tersedia.
- b. Sumber wirausaha baru mampu menjadi stimulus tumbuh kembangnya wirausaha yang lain.
- c. Segmen pasar yang unik.
- d. Manajemen yang berkesan sederhana serta fleksibel dalam menghadapi perubahan pasar.
- e. Potensi berkembang yang tinggi dan mudahnya dalam pembinaan tetapi tidak jarang memiliki kelemahan yang menjadi faktor penghambat dan permasalahan. Faktor yang penghambat dan permasalahannya dibagi menjadi 2, yaitu:
 - 1) Faktor Internal yang merupakan masalah klasik usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), diantaranya:
 - a) Kemampuan SDM yang terbatas.
 - b) Terbatasnya pemasaran produk dikarenakan hanya berfokus pada aspek produksi.
 - c) Menurunnya kepercayaan konsumen pada industri kecil.
 - 2) Faktor Eksternal adalah masalah yang muncul dari pihak pengembang dan pembina UMKM.

Diantara kedua faktor tersebut munculah kesenjangan yang terjadi pada sisi perbankan, BUMN dan lembaga pendamping yang siap dalam memberikan kredit dengan ketentuan yang harus dipenuhi UMKM sebagai faktor penentu pemberian bantuan kredit.

Selain diantara faktor internal dan eksternal, UMKM juga memiliki kekuatan dan kelemahan dalam proses pengembangannya, yaitu:

1. Kelemahan Usaha Kecil

- a. Keterbatasan Modal

Masalah utama pelaku UMKM dalam melakukan perluasan usaha yang memerlukan bantuan pinjaman. Tetapi sedikit banyak mereka ditolak dalam proses pengajuan karena pihak pemberi pinjaman yang berharap dapat timbal balik tinggi atas pinjaman yang dikeluarkan.

- b. Permasalahan Kepegawaian

Ketidakmampuan dalam membayar gaji yang besar serta kesempatan dan status yang biasanya terdapat pada perusahaan.

- c. Biaya Langsung yang Tinggi

Biaya produksi yang mahal dikarenakan dalam pembelian bahan baku tidak bisa mendapatkan diskon seperti perusahaan besar.

- d. Keterbatasan Varian Usaha

Dengan hanya memiliki sedikit produk membuat mereka rentan jika terjadi goncangan pada pasar yang menginginkan satu produk dengan varian yang banyak.

e. Rendahnya Kreadibilitas

Masyarakat yang masih belum percaya kepada produk baru dari industri kecil.

2. Kekuatan Usaha Kecil

a. Motivasi lebih tinggi

Manajemen menjadi kunci utama dalam usaha kecil yang terdiri dari pemilikinya. Dengan waktu yang lebih tinggi dalam keterlibatan personal dianggap lebih memiliki arti lebih pada pegawainya.

b. Fleksibilitas lebih tinggi

Usaha kecil dapat bergerak dengan cepat dalam penanganan masalah yang terjadi dilapangan karena pergerakan yang lebih pendek.

c. Kurangnya birokrasi

Ketika terjadi sebuah permasalahan maka dengan mudah dimengerti sehingga keputusan dapat cepat dibuat serta hasil dapat langsung diperiksa.

d. Tidak menonjol

Karena tidak terlalu diperhatikan, perusahaan baru dapat mencoba taktik penjualan yang baru dalam memperkenalkan produk tanpa menarik perhatian atau perlawanan yang berlebihan.

2.1.4.5 Usaha Mikro Kecil dan Menengah Perspektif Islam

Dalam agama Islam istilah berwirausaha sudah tidak asing lagi, karena pada zaman Nabi Muhammad SAW sudah ada kegiatan berwirausaha dan Beliau pernah melakukan usaha perdagangan serta mendapatkan gelar *Al-Amin* yang artinya jujur.

a. Pengertian Usaha Mikro perspektif Islam

Melakukan usaha atau berbisnis adalah hal yang dihalalkan dalam Islam. Berkaca dari Nabi Muhammad SAW yang dari usia belia menjadi pedagang dan juga banyak para sahabatnya yang menjadi pedagang besar dan sukses. Dan Allah menciptakan manusia sejatinya sebagai khalifah di muka bumi yang menginginkan manusia berusaha dalam menjalankannya.

UMKM dalam ekonomi Islam adalah satu kegiatan usaha manusia untuk hidup dan beribadah, menuju kesejahteraan sosial. Perintah ini berlaku kepada semua orang tanpa membeda-bedakan status, pangkat dan jabatan seseorang dalam Al-Qur'an seperti yang di jelaskan dalam QS At-Taubah (9), ayat 105:

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنبِّئُكُم بِمَا كُنتُمْ تَعْمَلُونَ •

Waqulii'maluu fasayarallahu 'amalukum warasuluhu wal mu'minuuna wasaturadduna ila a'alimil ghaibi wasy-syahaadati fayunabbi-ukum bima kuntum ta'maluun(a);

Artinya:

“dan katakanlah:”Bekerjalah kamu, Maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan”.

b. Karakteristik Usaha Mikro Menurut Perspektif Islam

Menurut Wahdiono Sastro dalam Islam, telah diatur tata cara bersosialisasi antar manusia, hubungannya dengan Allah SWT, aturan main yang berhubungan

dengan hukum (halal-haram) dalam setiap aspek kehidupan termasuk aktivitas bisnis, agar seorang Muslim dapat selalu menjaga perilakunya dan tidak terjerumus ke dalam kesesatan. Adapun karakteristik dari Usaha Mikro menurut perspektif ekonomi Islam:

1. Usaha mikro pengaruhnya bersifat ketuhanan/*ilahiah* (*nizhamun rabbaniyyun*), yang memiliki dasar aturan ketetapan dari Allah SWT yang terdapat dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah dan bukan ditetapkan aturannya pada manusia.
2. Usaha mikro berdimensi akidah atau keakidahan (*iqtishadunaqdiyyun*), merupakan pertanggungjawaban terhadap akidah yang akan diminta mengingat ekonomi Islam itu pada dasarnya terbit atau lahir (sebagai ekspresi) dan akidah Islamiah (*al-aqidah, al-islamiyyah*).
3. Berkarakter *ta'abbudi* (*thabi'abbudiyun*), merupakan tata aturan berdasarkan ketuhanan (*nizam rabbani*) yang digunakan usaha mikro Islam.
4. Terkait erat dengan akhlak (*murtabhun bil-alhlaq*), Islam tidak pernah memprediksi kemungkinan ada pemisahan antara akhlak dan ekonomi, juga tidak pernah meletakkan pembangunan ekonomi dalam lindungan Islam yang tanpa akhlak.
5. *Elastic* (*al-murunah*), merupakan sumber asasi ekonomi yang berlandaskan Al-Qur'an dan Al-Hadist.
6. Objektif (*almanudhu'iyah*), Islam mengajarkan umat supaya berlaku dan bertindak objektif dalam melakukan aktifitas ekonomi. Pelaksanaan amanat yang harus dipenuhi oleh setiap pelaku ekonomi tanpa membeda-bedakan

jenis kelamin, warna kulit, etnik, agama/kepercayaan dan lain-lain adalah merupakan hakikat dari aktivitas ekonomi.

7. *Realistis (al-waqii'yyah)*, perkiraan (*forecasting*) ekonomi khususnya perkiraan bisnis tidak selamanya ada kesesuaian antara toeri di satu sisi dengan prakteknya yang ada pada sisi lain.
8. Harta kekayaan itu pada hakekatnya adalah milik Alllah SWT.
9. Prinsip ini menunjukkan bahwa harta kekayaan (*al-amuwal*) yang dimiliki oleh seseorang bersifat tidak mutlak.
10. Memiliki kecakapan dalam mengelola harta kekayaan (*tarsyid istikhdamal-mal*).

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang peran kewirausahaan melalui etika bisnis dan *e-commerce* terhadap perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam perspektif Islam masih belum banyak dilakukan oleh peneliti dan melalui variabel lain untuk diteliti.

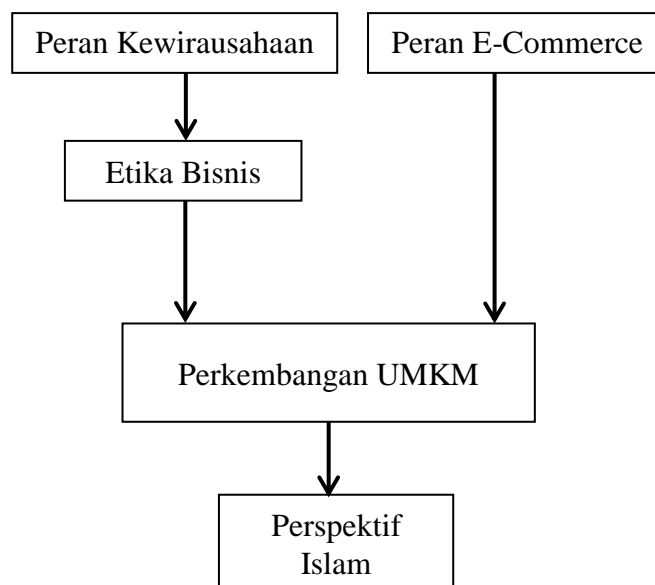
Beberapa hasil pengujian dan penelitian terdahulu dapat dilihat dari Tabel 2.2 sebagai berikut :

Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu

Nama	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
Walia Nabila Sa'ad (2017)	Pengaruh <i>E-Commerce</i> terhadap Peningkatan Pendapatan Sentra Industri Keripik Pisang Bandar Lampung Ditinjau dari Etika Bisnis Islam (kuantitatif)	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Electronic Commerce (E-Commerce)</i> berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan 2. Penggunaan <i>E-Commerce</i> pada industri keripik PU di Kota Bandar Lampung sudah sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel independen sama 2. Variabel dependen sama 3. Variabel intervening sama 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak ada variabel wirausaha 2. Dalam penelitian Walia Nabila Sa'ad terdapat variabel intervening yang berbeda
Miftahus Sholihin, Siti Mujilawati (2016)	Dampak Pemanfaatan <i>E-Commerce</i> terhadap Peningkatan Penjualan di UMKM (Kualitatif)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat perbedaan yang cukup signifikan yang terjadi pada sebelum dan setelah menggunakan sistem <i>e-commerce</i> di dalam hasil penjualan. 2. Lebih cepat dan efisien dalam proses transaksinya. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel independen sama 2. Variabel dependen sama 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak ada variabel wirausaha 2. Dalam penelitian Miftahus Sholihin, Siti Mujilawati terdapat variabel

		3. Memudahkan pelanggan yang ingin membeli produknya seperti kapan waktunya dan dimana saja.		intervening
Indra Yanti Sari (2016)	Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Kinerja UKM Kota Makasar (Kuantitatif)	Terjadinya peningkatan kinerja UKM di kota Makasar yang tidak terlepas dari tingginya orientasi kewirausahaan yang dapat dipahami oleh pengusaha serta dapat menginovasi produk yang dipasarkannya.	1. Variabel independen sama 2. Variabel dependen sama	1. Tidak ada variabel <i>e-commerce</i> 2. Dalam penelitian Indra Yanti Sari tidak terdapat variabel intervening

2.3 Kerangka Pikir



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

Dari kerangka diatas dapat menjelaskan mengenai alur penelitian mengenai peran kewirausahaan melalui etika bisnis dan *e-commerce* terhadap perkembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam perspektif Islam.

Menurut Drucker (1994) berpendapat bahwa kewirausahaan (*entrepreneurship*) adalah keinginan untuk mewujudkan gagasan inovatif ke dalam dunia usaha yang nyata dan dapat mengembangkannya harus memiliki kemauan yang keras dalam sifat, ciri-ciri dan watak yang melekat pada seseorang dan wirausaha adalah sebuah kemampuan dalam membuat atau menciptakan suatu hal yang inovatif serta berbeda dan masih banyak lagi. Menurut Cantillon (1775) mengatakan bahwa wirausaha adalah pekerjaan yang dimiliki oleh seseorang kewirausahaan. Kewirausahaan dalam Islam adalah hal yang sudah tidak asing lagi, karena pada zaman Nabi Muhammad SAW, istrinya dan para sahabat juga

melakukan kegiatan berwirausaha dan sudah menjadi ciri khas dari agama Islam. Kegiatan perdagangan juga menjadi penyebaran syiar Islam ke berbagai belahan dunia dan menunjang kemaslahatan usaha. Etika bisnis yang diterapkan agama Islam juga menjadi alat pengatur dalam perkembangan kewirausahaan yang dilakukan oleh pelaku-pelakunya dan telah diatur oleh Allah SWT dalam Al-Qur'an.

E-Commerce dalam artian secara umum adalah segala aktivitas jual beli yang dilakukan melalui media elektronik dengan memanfaatkan jaringan internet atau teknologi digital yang ada. Pada kegiatan jual beli (*muamalah*) *e-commerce* memiliki kesamaan dengan akad *Bai' as-salam* atau bisa disebut juga *as-salaf* yaitu suatu perjanjian dimana barang akan dikirim setelah adanya pelunasan pembayaran di awal menurut Haris (2004). Islam merupakan agama yang memudahkan umatnya dalam melakukan transaksi jual beli, hanya saja terdapat ketentuan yang menjadi batasan larangan. Ketentuan dalam transaksi jual beli tersebut adalah tidak mengandung unsur *riba'*, *gharar*, penipuan, paksaan, *maisir* dan haram.

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan usaha dagang yang dikelola badan usaha atau perorangan dengan kriteria yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. Menurut Wahdiono Sastro dalam Islam, telah diatur tata cara bersosialisasi antar manusia, hubungannya dengan Allah, aturan main yang berhubungan dengan hukum (halal-haram) dalam setiap aspek kehidupan termasuk aktivitas bisnis, agar tidak terjerumus dalam kesesatan dan dapat menjaga perilakunya sebagai seorang Muslim. UMKM dalam ekonomi

Islam juga dapat diartikan sebagai kegiatan usaha manusia hidup dan beribadah, menuju kesejahteraan sosial yang berlaku pada semua orang tanpa membedakan pangkat, status, dan jabatan seseorang, seperti yang dituliskan dalam QS At-Taubah (9), ayat 105:

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنبِّئُكُم بِمَا كُنتُمْ تَعْمَلُونَ •

Waqulee'maluu fasayarallahu 'amalakum warasuluhu wal mu'minuuna wasaturadduna ila a'alimil ghaibi wasy-syahaadati fayunabbi-ukum bimaa kuntum ta'maluun(a);

Artinya:

“dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, Maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.”

Pada perkembangannya usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) memiliki masalah di dalam internalnya yaitu terbatasnya pada kemampuan SDM dan pemasaran produk serta kurangnya kepercayaan konsumen pada industri kecil. Dari ketiga masalah tersebut dapat diberikan solusi melalui peran kewirausahaan dalam etika bisnisnya dan *e-commerce* dengan perspektif Islam.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan

3.1.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif. Metode penelitian kualitatif adalah metode yang digunakan untuk meneliti obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai kunci, menurut Sugiyono. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan dan mengolah data yang deskriptif, seperti wawancara dan observasi, menurut Poerwandari (2005).

Dasar penelitian yang digunakan metode ini melalui fenomena yang ada dan kondisi alamiah, bukan pada kondisi yang terkendali, eksperimen atau labolatoris. Oleh karena itu peneliti harus berhadapan secara langsung dengan objek penelitian dan lebih memahami persoalan yang sedang terjadi secara mendalam guna mendapatkan data, selain itu untuk lebih mengetahui tentang apa yang terjadi pada subjek penelitian. Maka jenis penelitian yang lebih tepat untuk digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif.

Sesuai dengan fokus permasalahan pada penelitian ini yaitu peranan kewirausahaan dalam etika berbisnis secara Islami yang juga sebagai pengguna *e-commerce* guna mendapatkan data yang sesuai dengan kenyataan dilapangan.

3.1.2 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah bagaimana peranan kewirausahaan melalui etika bisnis Islam dan *e-commerce* terhadap usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dapat berkembang dalam perspektif Islam? Sehingga peneliti dapat mengetahui fenomena yang sedang terjadi dalam Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) secara komprehensif dan menyeluruh, dengan metode kualitatif penelitian dapat disajikan secara langsung hubungan antara peneliti dan informan sehingga mengetahui dengan jelas fakta yang terjadi dalam Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang diteliti.

Pendekatan penelitian kualitatif ini menggunakan studi kasus jenis *explanatoris* yang digunakan dalam memberikan gambaran Peran Kewirausahaan melalui Etika Bisnis dan *E-Commerce* terhadap Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam Perspektif Islam. *Explanatoris* bertujuan untuk mengetahui mengapa dan bagaimana fenomena-fenomena sosial terjadi menurut Bandur (2019).

3.2 Informan Penelitian

Informan penelitian adalah pelaku atau orang lain yang memahami obyek penelitian secara baik dan bertindak sebagai subyek penelitian. Informan penelitian dibagi menjadi 3 macam menurut Hendarsono dalam Suyanto (2005:171-172) yaitu informan kunci (*key informan*), informan utama dan informan tambahan. Menurut Lexi J. Moleong (2001:45), informan adalah orang yang dimanfaatkan dalam memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar

belakang penelitian yang dianggap tahu serta dapat dipercaya untuk menjadi sumber data dan mengetahui permasalahan yang akan dikaji.

Pengambilan subjek penelitian ini ,menggunakan teknik *purposive sampling* dengan pertimbangan tertentu untuk pengambilan sample sumber data. Pertimbangan ini dilakukan karena memiliki tujuan tertentu untuk subjek penelitian yang dianggap paling mengetahui tentang apa yang kita harapkan atau mungkin sebagai penguasa yang dapat memudahkan peneliti untuk menjelajahi objek atau situasi yang diteliti (Sugiono, 2018:96).

Penelitian ini menggunakan jumlah subjek yang dibatasi karena memiliki keterbatasan waktu, biaya, dan situasi sekarang yang kurang mendukung untuk kebutuhan dan kelengkapan informasi yang diinginkan peneliti. Peneliti mengambil 5 hingga 7 subjek yang dianggap mampu dalam memberikan data yang diinginkan. Sebelumnya, akan diberikan kriteria kepada subjek penelitian agar dapat menjadi acuan subjek yang dapat memberikan data lebih tepat dan sesuai dengan kebutuhan peneliti. Kriteria tersebut adalah sebagai berikut:

1. Subjek merupakan pengguna *e-commerce* dengan masa gunanya minimal \geq 1 tahun
2. Subjek adalah orang yang berdomisili di Kota Surabaya
3. Subjek memiliki rentan umur \geq 17 tahun dan beragama Islam

Diharapkan dengan adanya kriteria yang telah ditentukan dapat memberikan informasi sebanyak-banyaknya kepada peneliti terkait hal yang berhubungan dengan peran kewirausahaan dan *e-commerce* terhadap perkembangan usaha

mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Hal tersebut ditujukan agar data yang diperoleh peneliti lengkap sehingga menghasilkan penelitian yang maksimal.

3.3 Fokus dan Dimensi Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab tentang rumusan masalah “Bagaimana perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) didukung melalui peranan kewirausahaan dan *e-commerce* dalam perspektif Islam.

Dimensi penelitian ini terletak pada batasan:

1. Peran kewirausahaan yang dibahas di Skripsi ini meliputi etika berbisnis dan peran *e-commerce* melalui perspektif Islam
2. Penelitian yang dilakukan hanya melihat perkembangan UMKM melalui perspektif Islam.

3.4 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Surabaya, dengan subjek penelitian yang merupakan penduduk dengan berdomisili di Kota Surabaya. Alasannya memilih Kota Surabaya sebagai lokasi penelitian dikarenakan memiliki keterbatasan waktu, biaya, dan situasi sekarang yang kurang mendukung untuk kebutuhan dan kelengkapan informasi yang diinginkan peneliti. Untuk lebih memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian, peneliti melakukan penyebaran angket melalui *google form* agar dapat terseleksi yang sesuai subjek penelitian dan memudahkan kenyamanan bersama.

Tabel 3.1 Tabel Perbandingan Jumlah Penduduk Kota Surabaya

Jumlah Penduduk Surabaya	Total Kota	Jumlah Penduduk Penganut Islam	Total Agama	Jumlah Penduduk Kerja $\geq 15 - \leq 64$	Total Usia	Jumlah Penduduk Berdasarkan Pekerjaan (Usaha Sendiri) Usia ≥ 15	Status Utama
3.148.939		2.534.874		2.148.288		264.429	

Sumber : diolah oleh peneliti 2020

3.5 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini kualitatif ini sumber data yang digunakan berasal dari data primer dan data sekunder, yaitu:

a. Data Primer

Data yang diberikan oleh informan atau objek penelitian secara langsung kepada pengumpul data. Data primer yang dimaksud dalam penelitian ini adalah data-data yang diperoleh penulis secara langsung dengan melakukan observasi dan *interview* (wawancara).

b. Data Sekunder

Data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung, biasanya berupa bukti, catatan, atau laporan historis yang tersusun dalam arsip (data dokumen) baik yang dipublikasikan dan tidak dipublikasikan. Serta dalam penelitian ini data diperoleh dari data-data yang dimiliki oleh informan.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan observasi, wawancara, dan analisis dokumen.

a. Observasi

Metode yang dilakukan melalui pengamatan secara langsung agar dapat mengetahui pola perilaku dan peristiwa yang dibutuhkan untuk mendalami

masalah penelitian. Hal ini membuat peneliti harus langsung ke lokasi penelitian dengan tujuan untuk mendapatkan data tentang peran kewirausahaan dan *e-commerce* terhadap perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam perspektif Islam pada pelaku UMKM. Menjadi *direct observation* (observasi langsung) dalam memperoleh data dari luar tanpa ikut berpartisipasi dalam kegiatan.

b. Wawancara (*interview*)

Teknik pengumpulan data yang bertujuan untuk melakukan studi pendahuluan demi menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga untuk mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam oleh peneliti menurut Sugiyono (2019:114). Pada proses ini peneliti melakukan wawancara yang tidak terstruktur yaitu wawancara yang bersifat bebas dengan menggunakan pedoman wawancara secara garis besar kepada pelaku umkm yang menggunakan *e-commerce*.

c. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan mengumpulkan sejumlah besar fakta dan data yang tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi misalnya berupa catatan harian, biografi, kebijakan, foto dan lain sebagainya. Adapun pelaksanaan metode ini adalah dengan mencatat data yang ada pada dokumen-dokumen, catatan harian, buku pedoman, dan arsip yang ada pada pelaku UMKM serta foto-foto kegiatan yang sedang berlangsung pada UMKM.

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sampai tuntas hingga datanya menjadi jenuh menurut pendapat Miles dan Huberman (1984). Penganalisisan data yaitu *data collection*, *data reduction*, *data display* dan *conclusion drawing/verification*.

a. Pengumpulan Data (*data collection*)

Pengumpulan data dalam penelitian kualitatif dilakukan dengan cara observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi atau bisa juga dengan gabungan ketiganya (*trianggulasi*). Dilakukan secara berkala dapat berhari-hari hingga mungkin berbulan-bulan, sampai data yang diperoleh menjadi banyak. Di awal tahapan peneliti dapat melakukan penjelajahan pada situasi sosial/objek yang diteliti, dilihat secara seksama, mendengarkan serta merekam semuanya. Maka dari itu, data yang diperoleh akan menjadi banyak dan menjadi lebih bervariasi.

b. Reduksi data (*data reduction*)

Semakin data yang ditemukan semakin banyak maka peneliti mereduksi data dengan cara merangkum, memilih dan memilah hal-hal yang pokok, memusatkan pada hal-hal yang penting, mencari tema dan polanya serta membuang yang tidak diperlukan agar dapat memberikan gambaran yang jelas sehingga mempermudah peneliti dalam pengumpulan data selanjutnya.

c. Penyajian data (*data display*)

Langkah ini berupa penyajian data yang dapat dilakukan dengan bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sebagainya, tetapi biasanya disajikan berupa teks yang bersifat naratif. Hal ini ditujukan agar dapat memudahkan dalam memahami apa yang terjadi sehingga dapat merencanakan kerja selanjutnya.

d. Penarikan kesimpulan (*Conclusion Drawing/Verification*)

Langkah ini merupakan kegiatan penarikan kesimpulan dan memverifikasi masalah hasil yang ditemukan untuk menjawab rumusan masalah di awal penelitian. Setelah mendapatkan data-data dan informasi yang dibutuhkan, peneliti akan menganalisis serta mengolah secara sistematis pada sasaran permasalahan yang ada. Analisis dilakukan secara deskriptif kualitatif yang berupa kata-kata, tulisan atau lisan orang-orang yang berperilaku dapat dimengerti. Menggunakan analisis deskriptif untuk menguraikan dan merinci kalimat-kalimat yang ada dengan menggunakan pendekatan berpikir deduktif.

Deduktif adalah cara berpikir yang berdasarkan pada pengetahuan-pengetahuan umum, fakta-fakta yang umum, fakta-fakta yang unik dan merangkai fakta-fakta yang umum itu menjadi suatu pemecahan yang bersifat khusus. Berdasarkan metode tersebut dapat diuraikan bagaimana peran usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat kemudian ditarik kesimpulan secara khusus dari penafsiran awal.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian

4.1.1 Deskripsi Lokasi Penelitian

Menurut UU No. 22 tahun 1999 tentang Otonomi Daerah, Kota adalah kawasan yang mempunyai kegiatan utama bukan pertanian dengan susunan fungsi kawasan sebagai tempat pelayanan jasa pemerintahan, pelayanan sosial dan kegiatan ekonomi. Kota Surabaya adalah kota terbesar kedua dengan jumlah penduduk yang ada di Indonesia setelah Kota DKI Jakarta. Dapat dilihat dari tabel 4.1 berikut:

Tabel 4.1 Daftar Kota Menurut Jumlah Penduduk

Kota	Jumlah Penduduk
Jakarta	10.533.515 jiwa
Surabaya	3.159.481 jiwa
Medan	2.279.894 jiwa
Bandung	2.480.464 jiwa
Makassar	1.526.677 jiwa

Sumber : diolah oleh peneliti 2020

Kota Surabaya atau yang lebih dikenal dengan sebutan Kota Pahlawan, karena memiliki sejarah dari perjuangan arek-arek Suroboyo untuk mempertahankan kemerdekaan bangsa Indonesia dari penjajah yang saat itu menduduki pemerintahan di Surabaya. Serta di dukung dengan letak geografisnya, Surabaya merupakan kota yang salah satu dari empat Kota (Jakarta, Medan, Bandung dan Makassar) yang menjadi pusat pertumbuhan utama di Indonesia.

Tabel 4.2 Total Jumlah Penduduk menurut penganut agama Islam, Usia Kerja, dan Status Pekerjaan Utama

Jumlah Total Penduduk Penganut Agama Islam	Jumlah Total Penduduk Usia Kerja $\geq 15 - \leq 64$	Jumlah Penduduk Berdasarkan Status Pekerjaan Utama (Usaha Sendiri) Usia ≥ 15
2.701.499 jiwa	2.229.164 jiwa	264.429 jiwa

Sumber: Diolah oleh peneliti 2020

Tabel diatas menunjukkan bahwa masyarakat yang menganut agama Islam di Kota Surabaya lebih banyak berbanding dengan agama yang lainnya. Untuk jumlah penduduk yang tergolong usia kerja di Kota Surabaya lebih tinggi daripada yang tidak tergolong usia kerja dan untuk jumlah penduduk yang memiliki pekerjaan utama jenis usaha sendiri masih sangat sedikit dibandingkan total jumlah penduduk Kota Surabaya. Berdasarkan dengan hal tersebut menunjukkan bahwa Kota Surabaya masih cukup berpeluang tinggi untuk penduduknya yang ingin berwirausaha serta didukung dengan adanya perkembangan di era digital saat ini.

4.1.2 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.2.1 Shopee

Shopee atau yang lebih dikenal dengan sebutan serambi *e-commerce* (perdagangan elektronik) diluncurkan pertama kali pada tahun 2015 di Singapura, yang sebelumnya memiliki nama Garena dan didirikan pada tahun 2009 oleh Forest Li. Pada tahun 2015 mengembangkan ke negara Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam, dan Filipina, dan di tahun 2019 shopee pertama kali diluar Asia dan Amerika. Pertama kali diluncurkan pada pasar menggunakan jenis *e-commerce* yang bersifat *consumer to consumer* (C2C), tidak berselang

waktu yang lama shopee beralih menggunakan jenis yang bersifat *bussines to consumer* (B2C) dan *consumer to consumer* (C2C) berbentuk hibrid. Tanpa berselang waktu yang lama, kemudian shopee meluncurkan Shopee Mall yang hanya terdapat distributor dari *brand* ternama sebagai mitra.

Adapun Visi, Misi dari shopee, yaitu:

Visi: Menjadi nomor 1 *Mobile Marketplace* di Indonesia

Misi: Ingin turut serta dalam pengembangan pada jiwa kewirausahaan para penjual di Indonesia

Shopee memiliki berbagai macam jenis produk yang ditawarkan serta layanan, tak hanya itu shopee juga memberikan fasilitas gratis ongkir dan extra ongkir bagi para pengguna yang ingin membeli barang dan hal ini yang membuat shopee unggul satu langkah dari *e-commerce* yang lainnya. Untuk para pengguna yang ingin menjadi mitra atau pembuka lapak pada shopee tidak dipungut biaya apapun (gratis) tetapi dengan memenuhi syarat yang berlaku sebagai calon penjual. iPrice memberikan pernyataan atas temuannya yang menunjukkan bahwa shopee sangat diminati pengguna di Indonesia dengan pencapaiannya dalam kuartal ketiga 2019 menjadi peringkat kedua setelah tokopedia.

Perkembangan shopee saat ini tidak perlu diragukan kembali dari tahun ketahun, sehingga membuat para pihak pengelola melakukan inovasi-inovasi yang dapat menarik minat pembeli maupun yang ingin bergabung menjadi mitra shopee dan yang bertujuan menarik perhatian masyarakat dengan memilih publik figur sebagai brand ambassador serta mengadakan Shopee *live*. Pada *e-commerce* ini, yang menggunakan adalah Teguh Permana Putra yang berdomisili di Surabaya,

dengan masa guna dari tahun 2018, Widuri Retno Ningrum dengan masa guna dari tahun 2016, Ayu Rahmawati dengan masa guna dari tahun 2016, Aisyah Sitta Urbach dengan masa guna dari tahun 2019, Teguh Phambudi Pratomo dengan masa guna dari tahun 2018, Muhammad Nur Fikri Jumaing dengan masa guna dari tahun 2015.

4.1.2.2 Tokopedia

Didirikan pada tanggal 6 Februari 2009 dan diluncurkan pertama kali pada tanggal 17 Agustus 2009 oleh William Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison di Indonesia yang saat itu masih belum memiliki tempat dan dijalankan dari rumah masing-masing dengan jumlah pegawai 4 orang. Tokopedia menggunakan jenis transaksi yang bersifat *Consumer to Consumer (C2C)* sebagai *marketplace* dan telah membuktikan secara signifikan pertumbuhannya di beberapa tahun terakhir semenjak diluncurkannya.

Adapun Visi, Misi yang dimiliki dari tokopedia, yaitu:

Visi: sebagai penyedia fasilitas bisnis *online* yang paling besar dan yang paling dapat dipercaya bagi pengguna bisnis di Indonesia

Misi: Melakukan pemerataan pada ekonomi secara digital

Produk yang ditawarkan oleh tokopedia juga beraneka ragam dari kebutuhan sehari-hari berifat primer, hingga tersier, produk kesehatan, tiket perjalanan. Tak hanya itu tokopedia saat ini meluncurkan dan menawarkan produk jasa keuangan seperti tabungan emas, pembayaran tagihan, pembayaran listrik dan reksadana. Adanya berbagai produk yang ditawarkan oleh tokopedia tersebut membuktikan bahwa posisinya sudah sangat melekat dihati para penggunanya dan hal ini sejalan

dengan pelaporan yang dilakukan iPrice bahwa tokopedia menduduki peringkat pertama di Indonesia pada kuartal ketiga 2019.

Semakin berkembangnya tokopedia dan semakin ketatnya persaingan hal ini membuat tokopedia berkolaborasi dengan publik figur sebagai brand ambassador yang bertujuan untuk menarik perhatian dari generasi *millennial* yang memiliki potensi besar dalam berkonsumsi atau sebagai pelaku wirausaha. Pada *e-commerce* ini, yang menggunakan adalah Teguh Permana Putra yang berdomisili di Surabaya, dengan masa guna dari tahun 2018, Widuri Retno Ningrum dengan masa guna dari tahun 2016, Ayu Rahmawati dengan masa guna dari tahun 2016, Muhammad Nur Fikri Jumaing dengan masa guna dari tahun 2015.

4.1.2.3 Buka Lapak

Didirikan pada tanggal 10 Januari 2010 oleh 3 mahasiswa yang berasal dari Institut Teknologi Bandung (ITB) yaitu Achmad Zaky, Nugroho Herucahyono dan Fajrin Rasyid semasa kuliah. Bukalapak menjadi salah satu *online marketplace* yang terkemuka di Indonesia, yang memiliki fasilitas untuk jual-beli dari pengguna satu ke pengguna lainnya yang dapat dikenal platform perdagangan elektronik (*e-commerce*). Setiap orang yang ada di Indonesia dapat merintis toko *online* di bukalapak dan melakukan transaksi dengan konsumen yang berasal dari seluruh Indonesia dalam bertransaksi secara satuan maupun grosir. Sebagai salah satu penyedia *e-commerce*, bukalapak dapat memberikan jaminan keamanan serta kenyamanan bagi para pemakainya. Oleh karena itu, bukalapak mempunyai slogan yaitu **“jual-beli *online* yang mudah dan terpercaya”** dengan

memberikan bukti jaminan uang kembali 100% kepada konsumen jika terjadi sesuatu sehingga barang tidak dikirimkan oleh penjual.

Bukalapak memiliki aturan bagi para penggunanya agar dapat memberikan rasa keamanan dan kenyamanan saat melakukan transaksi seperti saat pembukaan pertama kali tempat berjualan, penjualan barang, pembelian barang, dalam pemakaian fitur/layanan, dan hanya mengakses atau mengunjungi sementara. Aturan yang digunakan dalam pemakaian berupa perjanjian yang mengikat antara pengguna layanan yang secara sadar dan sukarela menyetujui ketentuan layanan di Bukalapak.

Adapun Visi dan Misi dari Bukalapak, yaitu:

Visi: Menjadi nomor 1 *online marketplace* di Indonesia

Misi: Dapat memberikan pemberdayaan UKM yang ada di Indonesia

Bukalapak memfasilitasi berbagai macam produk dari produk kebutuhan rumah tangga, fashion, elektronik, gadget, hobi&koleksi, kesehatan mulai dari alat hingga produk suplemen ataupun obat, Hewan peliharaan beserta fasilitas kesehatan dan kebutuhannya, otomotif, ATK, makanan dan minuman, tiket dan voucher serta *e-voucher* dan aksesoris serta batu mulia. Jumlah dari mitra bukalapak, penjual *offline* atau mitra warung yang hingga pada Oktober 2019 ini mencapai 2juta mitra warung serta individu yang tergabung. Pada *e-commerce* ini, yang menggunakan adalah Teguh Permana Putra yang berdomisili di Surabaya, dengan masa guna dari tahun 2014, Muhammad Nur Fikri Jumaing dengan masa guna dari tahun 2015.

4.2 Hasil Penelitian

Wawancara dilakukan kepada pengguna *e-commerce* dalam mengembangkan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM).

4.2.1 Hasil Wawancara

Informan 1

Informan ke 1 adalah seorang mahasiswa dan sekaligus seorang karyawan pada perusahaan finance di Kota Surabaya tetapi dia juga memiliki usaha sendiri di produk elektronik yang menggunakan *e-commerce* pada Shopee dan Tokopedia di tahun 2018, Bukalapak di tahun 2014 dan OLX pada tahun 2012. Dia termasuk generasi millennial karena masih berumur 24 tahun yang selalu mengikuti perkembangan zaman digital, tinggal di daerah Rejosari Makmur 2B/32 Surabaya bersama ibunya dan seorang istri. Beliau mengatakan bahwa pendapatan omset yang didapat hingga Rp. 15.000.000,00 dan memiliki profit hingga Rp. 2.000.000,00. Pernah bersekolah di SMK dengan jurusan informatika, membuat beliau untuk memutuskan mendirikan usaha di produk elektronik. Awal mulanya, usaha yang dilakukan hanya bergerak pada bidang retailer atau yang lebih dikenal dengan membeli produk dengan harga distributor dan akan dijual kembali dengan harga yang baru mengikuti pasar. Pada tahun 2012 beliau pernah mencoba menjalankan usahanya tersebut menggunakan OLX tetapi tidak berjalan dengan lama, kembali di tahun 2014 beliau mencoba menggunakan platform lain yaitu Bukalapak dan berjalan hingga saat ini, lalu memutuskan kembali untuk menambah platform yaitu Shopee dan Tokopedia di tahun 2018 hingga saat ini. Alasan yang digunakan untuk berwirausaha secara *online* adalah karena

penggunaannya lebih mudah dan lebih menghemat biaya daripada berwirausaha secara *offline* yang mengharuskan untuk memiliki tempat yang bersifat permanen dalam usahanya. Menurutnya *e-commerce* sangat mendukung usahanya karena dapat memberikan kemudahan memasarkan produk dan dapat melindungi dari pembeli dan penjual agar mendapatkan haknya masing-masing, meskipun hanya beliau sendiri yang melakukan kegiatan usahanya tanpa bantuan orang lain. Usahanya ini, menurutnya termasuk ke dalam kategori menengah karena menyerang pasar menengah ke bawah yang artinya dapat dijangkau dengan mudah untuk orang yang berekonomi biasa saja. Menyadari bahwa pentingnya etika dalam berbisnis secara Islami karena beliau juga seorang Muslim, beliau pun mulai menerapkan sesuai dengan syariat dengan proses yang masih sebesar secara syariat 50% dan secara modern 50%, karena baginya menjaga kepercayaan dan kualitas itu hal terpenting dalam berwirausaha agar mendapatkan *feedback* atau penilaian baik dari pembeli. Tidak dapat dipungkiri beliau pernah mendapatkan penilaian buruk dari pihak membeli dikarenakan barang yang terkirim mengalami kendala dalam penggunaannya yang mungkin saja disebabkan ketika proses pengiriman, pasalnya ketika beliau mengambil barang tersebut dari pihak distributor telah dilakukan *Quality Control* agar barang yang dijual adalah barang yang terbaik. Melalui permasalahan tersebut beliau sangat terbantu oleh pihak *e-commerce* yang saat itu beliau gunakan bertransaksi karena melalui bantuan pihak ketiga beliau dapat menyelesaikan masalah tersebut dan mendapatkan ulasan baik dari pihak *buyer*. Inilah yang menyebabkan beliau sangat menyukai memanfaatkan sistem perdagangan digital yang saat ini dan dari *e-commerce*

tersebut beliau juga memperoleh *reviewer* yang baik serta dapat berpromosi ke teman-teman sekitar tentang jasa yang beliau tawarkan. Maka dari itu beliau tidak setuju, jika beliau mendapati seorang wirausaha yang melakukan praktik kecurangan dalam berwirausaha.

Informan 2

Informan ke 2 adalah seorang ibu rumah tangga yang menyukai kegiatan berwirausaha karena hobi yang dimilikinya dan tetap memiliki penghasilan yang meskipun juga dalam waktu untuk mengasuh anaknya. Seorang wanita ini memiliki nama lengkap Widuri Retno Ningrum dengan umur 29 tahun dan berdomisili di Jeruk Gg 2 Tengah No.9b Lakarsantri Surabaya, usaha yang dimiliki adalah usahanya sendiri dan masih tergolong usaha mikro kecil yang bergerak pada bidang makanan. Memutuskan berwirausaha secara *online* dengan menggunakan platform dikarenakan waktu yang dimilikinya cukup fleksibel. Dimulai pada tahun 2016 ia memutuskan untuk memasarkan produknya secara *online* melalui Shopee dan Tokopedia, meskipun mengalami kendala yang terjadi di awal penggunaannya ternyata tidak berlaku hingga sekarang, beliau mengaku bahwa merasa sangat terbantu di era yang serba digital saat ini. Tidak hanya menggunakan secara *online*, beliau juga memutuskan menjual produknya secara *offline* dengan menggunakan kediamannya sebagai tempat beliau menjajakan produknya, meski hanya sebatas yang ada dilingkungannya saja setidaknya tetangga sekitar mengetahui bahwa beliau menjual snack yang terletak pada rak di dalam rumah. Beliau mengatakan bahwa usaha ini ia jadikan usaha utama dengan dibantu oleh 1 orang pegawai lepas. Kesan pertama yang beliau rasakan saat

memanfaatkan *e-commerce* sebagai media pengembangan usahanya ini sangat beliau rasakan dalam mendapatkan pendapatan sebesar Rp. 1.000.000,00 hingga Rp. 3.000.000,00 net yang bergantung omset penjualan, hal ini cukup membuktikan bahwa omset penjualan mengalami kenaikan. Namun sebagai seorang wanita dan seorang wirausaha Muslim, beliau mengetahui dengan betul bahwa melakukan perdagangan harus dilandasi dengan dasar syariat Islam. Berusaha dalam menjalankan usahanya yang harus sesuai dengan syariat dengan mempelajari bagaimana hukum jual-beli *online* secara syariat karena beliau merasa bahwa segala sesuatu yang beliau kerjakan akan diminta pertanggung jawaban ketika di akhirat nanti, hal ini yang menyebabkan beliau sangat tidak menyukai jika ada seseorang melakukan kecurangan dalam berdagang.

Informan 3

Informan ke 3 ini adalah seorang wanita Muslim yang sudah berstatus menikah dan yang akan sebentar lagi menyandang status baru sebagai seorang ibu dan memilih menjadi wirausaha untuk saat ini, beliau adalah pemilik nama asli Ayu Rahmawati, berumur 23 tahun dan berdomisili di Komplek Sidotopo dipokantil no 23 Surabaya. Memiliki latar belakang yang berkaitan dengan bidang visual atau lebih dikenal desain grafis, beliau memutuskan untuk menjalankan usaha dalam bidang tersebut dengan berbekal ilmu yang beliau pelajari di bangku sekolah dan di bangku perkuliahan. Menurutnya jika beliau melakukan usaha sendiri yang mungkin masih tergolong usaha mikro ini, beliau dapat memiliki waktu yang fleksibel tanpa adanya keterikatan dan tertekan oleh perusahaan manapun. Sebagai generasi milenial yang mengetahui tentang perkembangan dunia

digital saat ini, memutuskan menggunakan fasilitas platform Shopee, Tokopedia dan Bukalapak pada tahun 2016 karena beliau sadar bahwa yang paling disukai oleh masyarakat kita ini adalah teknologi perdagangan digital. Beliau memiliki kesan tersendiri pada platform yang beliau gunakan yaitu Shopee, menurutnya Shopee memiliki sistem yang baik dan dapat berinteraksi dengan aktif kepada pengguna baru yang bergabung sebagai mitra. Oleh karena itu, beliau memutuskan berwirausaha dengan pemanfaatan *e-commerce*, beliau juga melakukan secara *offline* dengan ditawarkan kepada lingkungan sekitar, namun dikarenakan lingkungan sekitar yang memiliki kondisi perekonomian yang relatif biasa sehingga membuat seakan-akan produk yang beliau tawarkan terkesan mahal atau terkadang hanya mereka lihat saja. Hal tersebut juga menjadikan sebagai alasan mengapa beliau mulai merambah dunia perdagangan digital dan beliau bercita-cita agar suatu saat usahanya ini dapat memiliki tempat dihati pada pasar internasional, meskipun usaha ini masih beliau lakukan sendiri dari awal proses pembuatan hingga proses pengirimannya. Beliau mengatakan bahwa, beliau memiliki sesuatu yang berkesan saat penggunaan platform yaitu dengan melihat komen-komen dan *review* positif dari pembelinya menurutnya hal itu yang membuat energi positif kepada dirinya. Sebagai seorang Muslim, beliau menyadari bahwa penerapan sikap pebisnis Muslim harus dijalankan karena telah dicontohkan oleh Rasulullah SAW pada saat berdagang, tanpa mengambil laba atau keuntungan lebih dari 10% yang dapat merugikan pembeli dan tidak mempraktikkan riba. Beliau sangat tidak mendukung dengan pedagang yang melakukan kecurangan dengan tidak jujur terhadap produk yang ditawarkan

dengan harga yang fantastis sedangkan memiliki kualitas yang biasa saja bahkan dapat dikatakan memiliki bahan jelek.

Informan 4

Informan ke 4 adalah seorang wanita beragama Muslim yang juga sebagai seorang karyawan di salah satu perusahaan grup di Surabaya dan beliau menjadi *single parent* dengan memiliki seorang balita serta beliau menjadi wirausaha di produk masker kain saat masih dibangku perkuliahan. Pemilik nama asli yaitu Aisyah Sitta Urbach yang berumur 24 tahun dan beralamat tinggal di Pakal Madya 1 no.11 Suarabaya, menurutnya wirausaha adalah seseorang yang berani dalam mengambil resiko dan memiliki kekuatan dalam menjalankan usahanya. Usaha yang beliau jalankan sendiri ini masih tergolong usaha mikro, namun beliau bercita-cita untuk menjadikan usahanya ini menjadi usaha yang utama yang nantinya dapat beliau lanjutkan setelah melepas pekerjaannya saat ini yang masih sebagai seorang karyawan dan juga beliau sudah terbiasa melakukan perdagangan dari masa kecil. Melihat potensi perkembangan di dunia perdagangan digital membuat beliau memutuskan melakukan wirausaha secara *online* dan jika melakukan perdagangan *offline* akan membutuhkan tempat dan perlengkapannya yang membutuhkan modal besar tetapi beliau juga memiliki stok untukantisipasi jika ada pembeli yang ingin datang ke kediamannya membeli secara langsung. Menurutnya platform saat ini menunjukkan eksistensinya yang tinggi seperti yang beliau gunakan yaitu Shopee pada tahun 2018 dengan memberikan fasilitas promo gratis ongkir dan ekstra ongkir serta potongan-potongan yang lainnya. Sebelum beliau memutuskan menggunakan platform

perdagangan digital tersebut beliau lebih memasarkan produknya melalui Facebook dan Instagram tetapi karena banyaknya permintaan dari pembeli dan perkembangan yang mendukung saat ini yang memutuskan menggunakan platform tersebut. Tak hanya itu beliau juga merasa diuntungkan oleh fasilitas yang disediakan yaitu dengan adanya gratis ongkir membuat produknya saat masa sekarang mengalami kenaikan omset yang cukup tinggi hingga 3 kali lipat dari biasanya yang beliau peroleh yaitu Rp. 2.000.000,00 lebih. Meskipun memiliki peluang untuk memperoleh keuntungan yang tinggi, tak membuatnya menjadi orang yang tamak beliau tetap menjalankan sesuai syariat Islam agar tetap terjauh dari riba serta menjadi amanah. Mengakui bahwa selama ini tidak pernah mengalami kendala ternyata hal ini sejalan dengan tidak pernah didapatkannya penilaian buruk dari pembeli, beliau pun mengatakan jika beliau selalu mempraktikkan sesuai yang syariah sebagai dasar berwirausaha dan beliau mengecam jika ada seorang pedagang yang melakukan hal sebaliknya atau tidak sesuai syariah tidak terpaut beliau seorang Muslim atau tidak karena telah melakukan tindakan kecurangan.

Informan 5

Informan ke-5 adalah seorang pemuda Muslim yang masih berstatus lajang yang menjadi konsultan pajak dan sedang melakukan usaha dibidang minuman kekininan, nama pemuda tersebut adalah Teguh Phambudi Pratomo, beliau berumur 27 tahun dan beralamatkan di Pondok benowo Indah blok BP no. 04 Surabaya. Beliau mengaku bahwa selama berwirausaha mendapatkan pendapatan dalam sebulan sebesar Rp. 3.500.000,- dan beliau faham betul tentang wirausaha

yang berarti melakukan usaha dengan cara membuka, memasarkan serta mengelola sendiri dan tidak hanya itu beliau memiliki alasan bahwa dalam berwirausaha saat ini dikarenakan ingin menjadi lebih kreatif, mandiri serta tidak ingin membebani orang tuanya. Usaha yang dilakukan di bidang minuman ini setidaknya telah memiliki 15 pegawai yang tidak terikat dan tergolong usaha kecil. Memilih wirausaha secara *online* karena beliau merasakan teknologi digital yang mengalami perkembangan dengan meminimalkan resiko serta berpotensi memaksimalkan keuntungan dan pasar, serta dapat mempermudah dalam proses bertransaksi antara produsen dan konsumen. Sebagai seorang pemuda Muslim yang melakukan kegiatan berwirausaha, beliau selalu menerapkan sikap pebisnis secara Islami dengan bersikap jujur serta adil dan tidak memanfaatkan peluang untuk memperoleh keuntungan secara berlebihan dalam usahanya, oleh karena itu beliau tidak setuju terhadap pedagang yang melakukan praktik kecurangan karena hal itu akan berbalik menyangg dirinya sendiri. Selama beliau menggunakan platform pernah mendapatkan beberapa konsumen yang masih belum faham mengenai sistem pembayaran yang digunakan serta beliau tertinggal oleh saingan bisnis yang sama dengannya. Meskipun demikian saat penggunaan *e-commerce* meninggalkan kesan yang baik untuknya karena dapat memperluas jaringan konsumen serta banyak animo masyarakat tentang *e-commerce*.

Informan 6

Informan ke 6 saat ini adalah pemuda Muslim yang memiliki usaha sebagai usaha sampingan dan menjadi karyawan di salah satu perusahaan *e-commerce* sebagai pekerjaan utamanya. Pemuda ini memiliki nama yaitu Muhammad Nur

Fikri Jumaing, berumur 25 tahun dan berdomisili di Surabaya tepatnya di Kebraon 2 gg Apel 3 no. 15. Usahanya yang masih tergolong usaha mikro pada bidang minuman dengan jumlah pegawai 2 orang yang sudah termasuk dirinya, usaha ini juga dijalankan dengan cara *offline* dan dapat menghasilkan pendapatan sebesar \leq Rp. 5.000.000,-. Beliau menjadi pengguna di platform Shopee Menurutnya dalam melakukan kegiatan berwirausaha dengan adanya peluang yang terlihat serta beliau hanya mampu dalam berwirausaha dan mengatakan bahwa wirausaha adalah proses dalam mencari peruntungan. Beliau beranggapan bahwa *e-commerce* yang saat ini dijalankan sangat efektif dan efisien dalam menunjang kegiatan berwirausahanya tetapi beliau masih belum terlalu berfokus kepada fasilitas yang ada di platform tersebut. Meskipun belum terlalu berfokus dalam penggunaan *e-commerce* beliau mengaku bahwa tidak mendapati kendala saat penggunaannya saat berwirausaha. Namun sayangnya meskipun beliau seorang pemuda Muslim, beliau masih belum mengetahui bagaimana bersikap sebagai pebisnis Muslim yang menerapkan syariah pada kegiatan berwirausahanya, tetapi hal itu berkebalikan dengan beliau yang tidak menyetujui adanya praktik kecurangan yang dilakukan oleh seorang pebisnis. Menurutnya tindakan kecurangan adalah tindakan yang negatif dan akan mempengaruhi masa depan dari usaha yang dilakukannya dan alangkah baiknya jika beliau berfokus kepada solusi atas masalahnya dengan mempertimbangkan biaya yang dikeluarkan dan minimal harga produknya karena tindakan kecurangan yang dilakukan menunjukkan tingkat profesionalitas bisnis yang sedang dilakukan.

4.3 Pembahasan

4.3.1 Pelaksanaan peran kewirausahaan dalam beretika bisnis secara Islam

Berikut ini adalah karakteristik yang harus dimiliki sebagai wirausaha, yaitu:

- 1) Menjaga nilai-nilai agama
- 2) Dapat memberikan manfaat orang lain
- 3) Harus bersikap adil dalam berbisnis
- 4) Harus inovatif dan kreatif dalam berbisnis
- 5) Dapat memanfaatkan waktu dengan sebaik-baiknya
- 6) Harus dapat menjalin kerjasama dengan pihak lain

Dari beberapa karakteristik yang menunjukkan bahwa secara umum pebisnis harus memilikinya tanpa melihat agama yang dianut, tetapi untuk pebisnis Muslim hendaknya menambahkan yang bersesuaian dengan Al-Qur'an dan hadist serta sunnah yang digunakan sebagai landasan syariat Islam. Seperti yang terdapat pada etika bisnis dalam agama Islam yang diatur oleh Allah SWT dalam mengatur perkembangan dunia wirausaha tertera pada Al-Qur'an, yaitu:

- 1) Mengedepankan kejujuran dalam berbisnis yang sesuai dengan etika bisnis Islam
- 2) Tidak melakukan perbuatan ingkar
- 3) Menghilangkan unsur *Najsyah*
- 4) Melakukan ikhtikar
- 5) Menjual-belian barang-barang yang halal dan suci
- 6) Harus mendapat persetujuan kedua belah pihak
- 7) Menghindari riba

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti kepada informan yang sebagai wirausaha Muslim menunjukkan mayoritas telah mengetahui bagaimana bersikap secara Islami serta mulai menerapkan secara perlahan dengan ditunjukkan keinginan dalam mempelajari bagaimana sikap pebisnis Muslim yang seharusnya, tetapi terdapat minoritas yang tidak mengetahui tentang sikap pebisnis Muslim yang sesuai dengan syariat tetapi ia juga menerapkan sebagian kecil dari sikap berwirausaha secara Islami. Sedangkan kita sebagai umat Muslim diharuskan untuk menerapkan secara syariat Islam, yang berdasarkan pada Al-Qur'an dan hadist serta sunnah.

4.3.2 Pelaksanaan *E-Commerce* secara Islam

Kegiatan jual-beli (*muamalah*) telah diatur di dalam agama Islam yang ditunjukkan dengan beberapa perjanjian/akad yang digunakan dalam bertransaksi. Terdapat 3 akad dalam transaksi jual-beli, yaitu:

1. *Bai' as-salam*

Suatu perjanjian jual beli dimana barang akan dikirim setelah adanya pelunasan pembayaran di awal.

2. *Bai' al-istisna*

Suatu perjanjian jual beli dimana pembeli membuat order/pesanan pada penjual barang dan pembayaran barang saat pesanan telah dibuat atau sesuai dengan kesepakatan yang dibuat oleh pembeli dan penjual.

3. *Bai' muajjal*

Suatu perjanjian jual beli dimana pembeli dan penjual menyepakati penangguhan pembayaran.

Dari ketiga perjanjian/akad diatas yang lebih cenderung memiliki kesamaan pada *e-commerce* adalah akad *Bai' as-salam* dengan meninjau melalui cara pembayarannya yang bersifat di awal transaksi dan penyerahan atau pengiriman barang yang sifatnya ditangguhkan. Islam memudahkan dalam melakukan kegiatan transaksi jual-beli tetapi tetap mengharuskan sesuai batasan yang telah diatur di dalam agama Islam. Batasan-batasan tersebut berupa larangan yang tidak boleh ada dalam transaksi jual-beli dengan mengandung unsur *riba'*, *gharar*, penipuan, paksaan, *maisir* dan haram.

Dari penelitian yang dilakukan kepada *platform e-commerce* yang digunakan oleh para informan dalam kegiatan berwirausaha, ditunjukkan pada sistem yang digunakan dari Shopee, Tokopedia, Bukalapak bahwa menetapkan syarat sebelum bergabung menjadi mitra dan pengguna aplikasi serta disaat transaksi platform tersebut menjadi pihak ketiga yang menjadi penengah dan memberikan keamanan jika terjadi kesalahan atau permasalahan saat transaksi jual-beli berlangsung.

4.4 Batasan Penelitian

Penelitian ini dilakukan di wilayah Kota Surabaya, penelitian ini hanya dapat memberikan kesimpulan secara garis besar dan kurang terperinci, tentang bagaimana etika bisnis Islam dapat mempengaruhi seorang wirausaha dan *e-commerce* terhadap perkembangan usahanya. Hal ini menyatakan informan yang bersifat luas.

Penelitian ini hanya mengambil 5-7 informan yang menjadi pengguna *e-commerce* dalam menjalankan usahanya yang memiliki domisili di Kota Surabaya, dikarenakan keterbatasan waktu, biaya serta kondisi yang saat ini

terjadi. Tidak semua wirausaha Muslim yang mengetahui tentang adanya sikap pebisnis Muslim yang harus diterapkan pada usahanya, oleh karena itu agar penelitian ini dapat berjalan dengan baik perlu diadakan penelitian yang lebih luas lagi.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang dilakukan oleh peneliti dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan karakteristik wirausaha ke semua informan telah mengetahui dan menerapkan bagaimana bersikap seperti pebisnis.
2. Berdasarkan etika bisnis Islam atau sikap pebisnis Muslim yang sesuai dengan syariat Islam menunjukkan bahwa mayoritas informan telah mengetahui dan telah memulai menerapkannya hanya saja terdapat minoritas yang memang tidak mengetahui hal tersebut.
3. Berdasarkan pemanfaatannya dalam menggunakan platform *e-commerce* mayoritas informan telah menggunakannya secara baik tetapi terdapat minoritas yang masih tidak memanfaatkannya dikarenakan lebih berfokus kepada sistem *offline* atau kurang konsisten terhadap sistem *online*.
4. Berdasarkan hasil penelitian untuk peranan wirausaha dalam beretika bisnis sangatlah penting dimiliki karena sebagai dasar dalam kegiatan berwirausaha serta pengaruh yang cukup signifikan ditunjukkan oleh peranan *e-commerce* dalam mendukung perkembangan usaha pada era global digital saat ini.

5.2 Saran

1. Bagi para wirausaha yang terkhususnya beragama Muslim hendaknya dengan seksama menerapkan bagaimana berwirausaha yang sesuai dengan syariat Islam karena kita sebagai seorang Muslim diharuskan dalam setiap berkegiatan selalu dilandaskan dengan hukum syariah Islam.
2. Bagi para wirausaha yang terkhususnya beragama Muslim hendaknya mengidentifikasi terlebih dahulu kesiapan usahanya sebelum menjadi mitra *e-commerce* karena ketika telah menjadi mitra harus benar-benar amanah terlebih lagi akan dengan mudah mendapatkan keuntungan yang cukup besar.
3. Bagi para peneliti selanjutnya, agar dapat menghasilkan yang lebih komprehensif tentang peran wirausaha dalam beretika bisnis dan *e-commerce* terhadap perkembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam perspektif Islam lebih mendalam lagi dengan jumlah informan yang lebih banyak.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayyubi, S.E dan Anggarini S.A. 2016. Peran Etika Bisnis Islam terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Pengan di Kota Bogor. *JBB*. 6 (2).
- Helmalia dan Afrinawati. 2018. Pengaruh *E-Commerce* terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Padang. *JEBI*. 3 (2).
- Julyani, E. 2016. Etika Bisnis dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ummul Qura*, vol. 7, No.1.
- Kurniawati, A. 2019. Transaksi *E-Commerce* dalam Perspektif Islam. *El Barka*. 2 (1).
- Sholihin, M dan Mujilahwati, S. 2016. Dampak Pemanfaatan *E-Commerce* terhadap Peningkatan Penjualan di UMKM (Studi Kasus Ninda Bros Lamongan). *Jurnal TeknikA*. 8 (1).
- Aprijon, M.Ed. 2013. Kewirausahaan dan Pandangan Islam. *Menara*. 12 (1).
- Afif, M. 2016. Kewirausahaan Ditinjau Dari Perspektif Islam. *Rasail*. 3 (1).
- Nuryanti. 2013. Peran *E-Commerce* Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM). *Jurnal Ekonomi*, 4 (21)
- Yuliana, E. 2017. Kewirausahaan Dalam Perspektif Islam. *Ta'dib*. 15 (2)
- Achyar Eldine. Etika Bisnis Islam
- Fitri Amalia. 2013. Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil. *Jurnal FEB UIN Syarifihidayatullah Jakarta*
- Anonimous. 2020. *Provinsi DKI Jakarta Dalam Angka*. Jakarta, ©BPS Provinsi DKI Jakarta.
- Bandur, A. 2019. *Penelitian Kualitatif (Studi Multi-Disiplin Keilmuan dengan Nvivo 12 Plus)*. Ed.1, Jakarta, Mitra Wacana Media, 49.
- Parinduri, S.H., Sirait, R. 2020. *Kota Medan Dalam Angka*. Medan, ©Badan Pusat Statistik Kota Medan.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif*. Ed.2, Bandung, Alfabeta.

- Wahdino, S., *Ekonomi Makro Dan Mikro Islam*, (Jakarta: PT Dwi Chandra Wacan, 2001), h.52 tanggal 29 Maret 2020.
- Wahyuni, N., Safaat, R., Allistya, M.H. 2020. *Kota Bandung Dalam Angka*. Bandung, ©BPS Kota Bandung.
- Anonimous.2020. *Kota Makassar Dalam Angka*. Makassar, ©BPS Kota Makassar.
- Anonimous.2020. *Kota Surabaya Dalam Angka*. Surabaya, ©BPS Kota Surabaya.
- Heri Irawan. 2017. Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Sembako di Pasar Sentral Sinjai. *Tesis*. Pascasarjana. Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin, Makassar.
- Indra Yanti Sari. 2016. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja UKM Kota Makassar. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. UIN Alauddin, Makassar.
- Sesi Enjel. 2019. Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Islam Negeri (UIN), Raden Intan Lampung.
- Susanti, S. 2017. Optimalisasi Strategi *Green Product* terhadap Perkembangan UMKM di Bandar Lampung Ditinjau dari Etika Bisnis Islam (Studi pada Dinas Koperasi dan UKM Kota Bandar Lampung). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri (UIN), Raden Intan Lampung.
- Walia Nabila Sa'ad. 2017. Pengaruh *E-Commerce* terhadap Peningkatan Pendapatan Sentra Industri Keripik Pisang Bandar Lampung Ditinjau dari Etika Bisnis Islam (Studi pada Sentra Industri Keripik Pisang di Kota Bandar Lampung). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Islam Negeri (UIN), Raden Intan Lampung.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Bab 4 Pasal 6 Tentang Usaha Mikro Kecil Menengah
- Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an (LPMQ) Kemenaq RI, Software Quran Kemenag in Ms Word Add-Ins versi 1.0 32 bit

- Anonimous. 2020. *Pengertian Wirausahawan*. URL: <https://www.romadecade.org/pengertian-wirausahawan/>. Diakses tanggal 30 Maret 2020, jam 13.00 WIB.
- Anonimous. 2019. *Ini Dampak Perkembangan E-Commerce bagi Indonesia*. URL: <https://www.wartaekonomi.co.id/read216033/ini-dampak-perkembangan-e-commerce-bagi-indonesia.html>. Diakses tanggal 9 April 2020, jam 08.30 WIB.
- Aziz, F. 2012. *E-Commerce dalam Pandangan Islam*. URL: <http://fahmilaziz.blogspot.com/2012/06/e-commerce-dalam-pandangan-islam.html>. Diakses tanggal 9 April 2020, jam 10.00 WIB.
- Brian, R. *Pengertian Kewirausahaan: Definisi, Ciri-ciri, dan Tujuan Berwirausaha*. URL: <https://www.maxmanroe.com/pengertian-kewirausahaan.html>. Diakses tanggal 22 Maret 2020, jam 20.15 WIB.
- Dosen pendidikan 3. 2020. *Pengertian E-Commerce*. URL: <https://www.dosenpendidikan.co.id/e-commerce-adalah/>. Diakses 8 April 2020, jam 14.50 WIB.
- Glints. 2018. *Perkembangan UMKM di Indonesia dan Peluangnya Untuk Karirmu*. URL: <https://glints.com/id/lowongan/umkm-indonesia-dan-peluangnya/>. Diakses tanggal 27 maret 2020, jam 15.00 WIB.
- Ibeng, P. 2018. *UMKM: Pengertian, Ciri, Kriteria, Jenis, Contoh Lengkap*. URL: <https://pendidikan.co.id/pengertian-umkm/>. Diakses tanggal 31 maret 2020, jam 09.45 WIB.
- Indonesia-Investment. 2020. *Ekonomi Indonesia*. URL: <http://www.indonesia-investments.com/id/budaya/ekonomi/item177>. Diakses tanggal 20 Maret 2020, jam 11.00 WIB.
- Indonesia-Investment. 2018. *Produk Domestik Bruto Indonesia*. URL: <https://www.indonesia-investments.com/id/keuangan/angka-ekonomi-makro/produk-domestik-bruto-indonesia/item253>. Diakses tanggal 20 Maret 2020, jam 12.00 WIB.

- Lathifa, D. 2019. *Meninjau Perkembangan UMKM di Indonesia, Bagaimana Kondisinya?*. URL: <https://www.online-pajak.com/perkembangan-umkm-di-indonesia>. Diakses tanggal 27 Maret 2020, jam 11.00 WIB
- Nayoan, A. 2019. *Apa itu E-Commerce? Kenali semua Jenis dan Manfaatnya!*. URL: <https://www.niagahoster.co.id/blog/apa-itu-ecommerce/>. Diakses tanggal 9 April 2020, jam 13.00 WIB.
- Nimda. 2012. *Apa itu E-Commerce*. URL: <http://www.unpas.ac.id/apa-itu-ecommerce/>. Diakses tanggal 8 April 2020, jam 14.00 WIB.
- Pendidikan 2, D. 2019. *Tujuan UMKM: Jenis, Ciri, Kriteria, Karakteristik dan Pengertian*. URL: <https://www.dosenpendidikan.co.id/tujuan-umkm/>. Diakses tanggal 27 Maret 2020, jam 12.00 WIB.
- Putra F. 2017. *Peran E-Commerce Dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Untuk Mewujudkan Less Cash Society*. URL: <https://iain-surakarta.ac.id/peran-e-commerce-dalam-pengembangan-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-umkm-untuk-mewujudkan-less-cash-society/>. Diakses tanggal 8 April 2020, jam 20.00 WIB.
- Reza. 2019. *Peran E-Commerce bagi UMKM di Indonesia*. URL: <https://www.liputan6.com/news/read/4128517/peran-e-commerce-bagi-umkm-di-indonesia>. Diakses tanggal 8 April 2020, jam 10.00 WIB.
- Ruangguru. 2018. *22 Pengertian Kewirausahaan dan Wirausaha, Ciri serta Tujuannya*. URL: <https://www.ruangguru.co.id/22-pengertian-kewirausahaan-dan-wirausaha-serta-ciri-dan-tujuannya/>. Diakses tanggal 29 Maret 2020, jam 11.10 WIB.
- Suryawirawan, A. 2019. *Pentingnya E-Commerce bagi UMKM di Indonesia*. <https://duta.co/pentingnya-e-commerce-bagi-umkm-di-indonesia>. Diakses tanggal 8 April 2020, jam 10.00 WIB.
- <https://careers.shopee.co.id/about/>
- <https://www.tokopedia.com/about/our-story>
- https://www.bukalapak.com/c?from=nav_header

LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Kuisioner

Nama	Jenis Kelamin	Agama	Umur	Kota Domisili	Bergerak pada produk usaha apa?	E-Platform yang digunakan	Tahun berapa mulai menggunakan e-platform?	Jumlah pendapatan perbulan	Bersediakah anda jika menjadi informan dalam objek penelitian ini untuk dihubungi secara pribadi?
Miranda dwi pramitha	Perempuan	Islam	22 - 26 Tahun	Gresik	Makanan	Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Fb	2020	< Rp. 1.499.000	Bersedia
Adelina Fanny S	Perempuan	Islam	22 - 26 Tahun	Gresik	Fashion	Shopee, Tokopedia, Lazada, Bukalapak	2019	< Rp. 1.499.000	Tidak
Dwi Nur Cahyono	Laki - laki	Islam	22 - 26 Tahun	Gresik	Makanan	WhatsApp & Instagram	2015	< Rp. 1.499.000	Bersedia
Rachmi	Perempuan	Islam	27 - 31 Tahun	Jombang	Fashion, Makanan	Shopee, Tokopedia, Whatsapp	2020	< Rp. 1.499.000	Tidak
Nur kamilah	Perempuan	Islam	22 - 26 Tahun	Sidoarjo	Makanan	Instagram, Facebook, WhatsApp	2016	Rp. 1.500.000 - Rp. 2.999.999	Bersedia
Alfanuradi Reshada	Laki - laki	Hindu	27 - 31 Tahun	Sidoarjo	Makanan, Elektronik	Bukalapak, OLX	2015	< Rp. 1.499.000	Bersedia
Ziauddin sardar	Laki - laki	Islam	27 - 31 Tahun	Sidoarjo	Makanan	Shopee	2020	< Rp. 7.000.000	Bersedia
Diana Jati Kumala	Perempuan	Islam	22 - 26 Tahun	Sidoarjo	Kecantikan	Fb , Ig , wa	2018	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.499.999	Bersedia

Nur Intan Dwi Agustiningrum	Perempuan	Islam	22 - 26 Tahun	Sidoarjo	Kecantikan, Fashion, Makanan	Wa grup	2018		Bersedia
CITRA	Perempuan	Islam	22 - 26 Tahun	Sidoarjo	Kesehatan	Tokopedia	2019	< Rp. 1.499.000	Bersedia
Gusti Lawid Pratama	Laki - laki	Islam	22 - 26 Tahun	Sumenep	Cafe dan Resto	Offline	2020	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.499.999	Bersedia
Fikri	Laki - laki	Islam	22 - 26 Tahun	Surabaya	Makanan, Minuman	Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Teman grosir indonesia	2015	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.499.999	Bersedia
Fajar Nugraha	Laki - laki	Budha	> 36 Tahun	Surabaya	Alat rumah tangga	Tokopedia	2020		Bersedia
Dinda evita	Perempuan	Islam	22 - 26 Tahun	Surabaya	Makanan, Minuman	Instagram	2019	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.499.999	Bersedia
Rima Dwina Latifania	Perempuan	Islam	22 - 26 Tahun	Surabaya	Makanan	Shopee	2018	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.499.999	Tidak
Junifar	Laki - laki	Islam	22 - 26 Tahun	Surabaya	Makanan	Shopee, Go food	2019	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.499.999	Bersedia
Teguh Permana	Laki - laki	Islam	22 - 26 Tahun	Surabaya	Elektronik	Shopee, Tokopedia, Lazada, Bukalapak	2015	Rp. 1.500.000 - Rp. 2.999.999	Bersedia
Widuri	Perempuan	Islam	27 - 31 Tahun	Surabaya	Makanan	Shopee, Tokopedia	2016	Rp. 1.500.000 - Rp. 2.999.999	Bersedia
Teguh Phambudi Pratomo	Laki - laki	Islam	22 - 26 Tahun	Surabaya	Konsultan pajak	Shopee	2017	Rp. 4.500.000 - Rp. 6.999.999	Tidak
Bisma	Laki - laki	Islam	22 - 26 Tahun	Surabaya	Property	Fb ads dan ig ads	2018		Tidak

Aisyah	Perempuan	Islam	22 - 26 Tahun	Surabaya	Masker kain	Instagram, Facebook, WhatsApp	2015	< Rp. 1.499.000	Bersedia
Ayu	Perempuan	Islam	22 - 26 Tahun	Surabaya	Desain Grafis, Arsitektur	Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Instagram, Facebook, WhatsApp	2016	Rp. 1.500.000 - Rp. 2.999.999	Tidak
Afkar	Laki - laki	Islam	> 36 Tahun	Surabaya	Baby care	Shopee, Tokopedia, Lazada, Bukalapak, Website, Instagram, Facebook	2015	< Rp. 7.000.000	Bersedia
Irma wulan	Perempuan	Islam	22 - 26 Tahun	surabaya	Makanan, Minuman	Shopee, Tokopedia, Instagram, Facebook, WhatsApp	2019	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.499.999	Bersedia
Yahya	Laki - laki	Islam	22 - 26 Tahun	Surabaya	Alat outdoor	Shopee	2017		Bersedia
Ullya	Perempuan	Islam	27 - 31 Tahun	Tulungagung	Makanan	Wa & IG	< 2014	Rp. 1.500.000 - Rp. 2.999.999	Bersedia

Lampiran 2.Pertanyaan Wawancara

1. Siapa nama lengkap anda ?
2. Berapakah umur anda ?
3. Dimana alamat domisili anda ?
4. Dalam sebulan berapakah pendapatan anda ?
5. Apa yang anda ketahui tentang wirausaha ?
6. Mengapa anda memutuskan untuk berwirausaha pada bidang yang saat ini ?
7. Apa alasan anda memilih wirausaha secara *online* ?
8. Apa yang anda ketahui tentang *E-Commerce* ?
9. Bagaimana menurut anda tentang *E-Commerce* yang sedang anda gunakan dalam menunjang kegiatan berwirausaha ?
10. Apakah anda pernah mengalami kendala selama penggunaan *E-Commerce* ?
Iya atau Tidak (jika Iya tolong beri penjelasan)
11. Usaha anda termasuk kriteria mikro, kecil atau menengah ?
12. Berapa jumlah pegawai dalam usaha anda ?
13. Sebagai seorang Muslim, apakah anda mengetahui sikap seorang pebisnis Muslim ?
14. Apakah anda menerapkan sikap berdagang sesuai dengan syariat Islam ?
15. Bagaimana menurut anda tentang pedagang yang melakukan praktik kecurangan dalam berdagang ?(setuju atau tidak dan tolong beri penjelasan)

Lampiran 3. Hasil Wawancara

Informan 1

1. Siapa nama lengkap anda ?
Teguh Permana Putra
2. Berapakah umur anda ?
24 Tahun
3. Dimana alamat domisili anda ?
Rejosari
4. Dalam sebulan berapakah pendapatan anda ?
Omset 15juta Profit 2juta
5. Apa yang anda ketahui tentang wirausaha ?
Bagaimana kita menjalankan bisnis, eh ini kita bicara tentang apa ya.. wirausaha kita bergerak pada bidang apa, kebetulan wirausaha saya bergerak dibidang jasa dan retail, dan retail sendiri pun ee secara gak langsung barang dari distributor utama lalu kita menjual lagi, untuk jasanya sendiri, jasa saya yang mengelola saya sendiri sehingga ada dua jenis yang saya wirausahakan yang pertama jasa dan yang kedua barang
6. Mengapa anda memutuskan untuk berwirausaha pada bidang yang saat ini ?
Alasan terkuat tidak bisa dipungkiri itu latar belakang, latar belakang pendidikan saya kebetulan SMK itu jurusannya informatika, jadi secara garis besar bidang, skill yang saya kuasai itu sekitar informatika
7. Apa alasan anda memilih wirausaha secara *online* ?
Offline kebetulan untuk wirausaha sayakan skalanya menengah kebawah nah jadi untuk *offline* sendiri pun belum bisa karena belum ada stand dan kemudian saya memilih untuk *online*
8. Apa yang anda ketahui tentang *E-Commerce* ?
e-commerce sendiri...ini menurut pendapat saya ya? Secara garis besarnya itu sangat membantu untuk usaha-usaha yang tidak membutuhkan modal besar yang utamanya untuk wirausaha yang sifatnya retailer atau dijual kembali nah disitu kan disediakan untuk menaruh foto barang, harga barang dan disitu juga kita bisa spekulasi harga diluaran sana, jadi kita tidak bisa menjaul harga

terlalu murah dan terlalu mahal bagaimana kita memanager harga sesuai pasaran di *e-commerce*, lebih transparan di *e-commerce*

9. Bagaimana menurut anda tentang *E-Commerce* yang sedang anda gunakan dalam menunjang kegiatan berwirausaha ?

Sangat menunjang

10. Apakah anda pernah mengalami kendala selama penggunaan *E-Commerce* ?
Iya atau Tidak (jika Iya tolong beri penjelasan)

Tidak ada, karena saya juga memiliki background informatika jadi tampilan *e-commerce* sudah sangat pas

11. Usaha anda termasuk kriteria mikro, kecil atau menengah ?

Menengah

12. Berapa jumlah pegawai dalam usaha anda ?

Saya sendiri

13. Sebagai seorang Muslim, apakah anda mengetahui sikap seorang pebisnis Muslim ?

Sudah pernah mendengar

14. Apakah anda menerapkan sikap berdagang sesuai dengan syariat Islam ?

Bisa dikatakan 50% secara syariat Islam dan 50% secara modern

15. Bagaimana menurut anda tentang pedagang yang melakukan praktik kecurangan dalam berdagang?(setuju atau tidak dan tolong beri penjelasan)

Untuk kecurangan sendiri itu kan ee..pribadi masing-masing, cuman di *e-commerce* sendirikan ada feedback atau penilaian, nah kalau misalnya seorang melakukan kecurangan itu kan pasti ada ulasan negatif dari *buyer*

Informan 2

1. Siapa nama lengkap anda ?
Widuri Retno Ningrum
2. Berapakah umur anda ?
29 tahun
3. Dimana alamat domisili anda ?
Jeruk Gg 2 Tengah No.9b Lakarsantri Surabaya
4. Dalam sebulan berapakah pendapatan anda ?
1jt-3jt net bergantung omset
5. Apa yang anda ketahui tentang wirausaha ?
Seseorang yang memiliki usaha tersendiri
6. Mengapa anda memutuskan untuk berwirausaha pada bidang yang saat ini ?
Karena ingin dirumah dan mengasuh anak tapi tetap berpenghasilan, serta menyukai camilan
7. Apa alasan anda memilih wirausaha secara *online* ?
Karena memiliki waktu yang fleksibel
8. Apa yang anda ketahui tentang *E-Commerce* ?
Sama seperti marketplace
9. Bagaimana menurut anda tentang *E-Commerce* yang sedang anda gunakan dalam menunjang kegiatan berwirausaha ?
Cukup membantu di era digital saat ini
10. Apakah anda pernah mengalami kendala selama penggunaan *E-Commerce* ?
Iya atau Tidak (jika Iya tolong beri penjelasan)
Iya, pada saat awal penggunaan
11. Usaha anda termasuk kriteria mikro, kecil atau menengah ?
Mikro kecil
12. Berapa jumlah pegawai dalam usaha anda ?
Pegawai lepas 1
13. Sebagai seorang Muslim, apakah anda mengetahui sikap seorang pebisnis Muslim ?
Baru belajar terutama pada hukum jual beli *online* secara syariat

14. Apakah anda menerapkan sikap berdagang sesuai dengan syariat Islam ?
Insya Allah sedang berusaha sesuai syariat
15. Bagaimana menurut anda tentang pedagang yang melakukan praktik kecurangan dalam berdagang ? (setuju atau tidak dan tolong beri penjelasan)
Tidak setuju, karena semua akan dipertanggungjawabkan di akhirat

Informasi 3

1. Siapa nama lengkap anda ?
Ayu Rahmawati
2. Berapakah umur anda ?
23 tahun
3. Dimana alamat domisili anda ?
Komplek Sidotopo dipo kantil no 23 Surabaya
4. Dalam sebulan berapakah pendapatan anda ?
≤ 1jtan
5. Apa yang anda ketahui tentang wirausaha ?
Ee..apa ya ..tentang pengelolaan perdagangan, bisnis pribadi ataupun golongan nah disitu kitakan bisa kaya memanage keuangan sendiri, kaya marketin sendiri , ee, terus bisa bebaslah melakukan kerjaan sesuatu tanpa adanya tekanan dari orang orang lain dan dari perusahaan terkait, jadi lebih fleksibel wirausahaan itu
6. Mengapa anda memutuskan untuk berwirausaha pada bidang yang saat ini ?
Karena basicnya aku kaya digambar kan , dari smk itukan smk jurusan gambar bangunan jadi kurang lebih bergelut di bidang gambar-gambar gitu kaya visual, trus desain-desain produk karna pake aplikasinya kan sama kaya digambar bangunan terus kuliahnya juga di arsitektur jadi kurang lebih untuk memvisualkan wajah, gambar karikatur dan digital art lebih mudah dikuasai gitu, jadi lebih ke basic sih
7. Apa alasan anda memilih wirusaha secara *online* ?
Karena 1 kan modal pasti , gak *online,offline* kalo *offline* pasti membutuhkan modal yang besar pasti kaya toko, kaya beli-beli kebutuhan juga yang kaya etalase-etalasenya kalo *online* enaknya itu kita gak usah ribet-ribet buat cari tempat yang strategis buat apa toko kita kan, kita cuman main hp udah bisa dapat customer main-main kaya fb , shopee, kalo gambarnya bagus kan orang jadi tertarik gitu poster-posternya bagus gitu

8. Apa yang anda ketahui tentang *E-Commerce* ?

e-commerce itu suatu wadah bagi wirausaha ya..suatu wadah yang e..bisa..yang biisa mewadahi atau menampung kita-kita sebagai wirausaha secara *online* ini bisa berkembang secara cepat gitu..kalo tanpa *e-commerce* sih kayanya eem apa ya kaya susah gitu kan apalagi kita gak ada basic kaya emm apa...bikin website kaya gitu-gitukan kita kan gak bisa, kalo ada *e-commerce* mewadahi kita semua kaya ...boleh sebut merk ya.. kaya shopee dan tokopedia gitu-gitukan lebih mudah,,lebih mudah buat promosinya juga..

9. Bagaimana menurut anda tentang *E-Commerce* yang sedang anda gunakan dalam menunjang kegiatan berwirausaha ?

Menurutku sih ..ya itu tadi lebih memudahkan aja ,,memudahkan untuk berjualan, bisa lebih banyak orang yang tau juga,,, kan kalo..eh kalo pakai...pakai gitu-gitu tentang *e-commerce*...ee tentang *e-commerce* gitu..eh pakai aplikasi *e-commerce* kaya gitu-gitu kan ,,kita bisa menjangkau customer lebih jauh lagi kalau bisa sampai ke luar negeri itu hhhe...aamiin

10. Apakah anda pernah mengalami kendala selama penggunaan *E-Commerce* ?
Iya atau Tidak (jika Iya tolong beri penjelasan)

Kalau kendala sih ada, website itu termasuk *e-commerce* bukan sih ? kayanya itu deh ,soalnya aku belum bisa menguasai tentang yg apa kek website gitu-gitu, situs jualanku sendiri gitu, aku belum bisa kaya gitu ,cuman aku pakainya tu yang kaya..apa.. aplikasi jual *online*, jual *online* gt aja, kalo yang kaya website-website gitu aku belum menguasai sih juga belum...apa ya.. belum tertarik sih, soalnya kan sekarang kebanyakan orang pakai aplikasi jadi lebih mengarah kesana sih aku, kalo dibilang ada kendala sih enggak...yang kau gunain sekarang ya gak ada ..gak ada

11. Usaha anda termasuk kriteria mikro, kecil atau menengah ?

Kalo bagiku sih ini mikro ya?? masih kecil banget enggak belum punya pegawai, ya masih aku sendiri, yang mengelola ya aku sendiri, marketingnya juga aku, yang bikin-bikin posternya juga aku terus..yang mengelola keuangannya juga aku kek gitu, gak ada pegawai gak ada apa cuman aku

sendiri yang kaya apa.. kulakkan gitu juga aku, hhehm bener-bener yang sendiri banget

12. Berapa jumlah pegawai dalam usaha anda ?

Belum ada kakak .. ehhem.. ini masih seumur jagung masih kecil banget.. tapi Insya Allah ehh..kalau ditelateni bisa gede juga....aamiin

13. Sebagai seorang Muslim, apakah anda mengetahui sikap seorang pebisnis Muslim ?

Insya Allah mengetahui

14. Apakah anda menerapkan sikap berdagang sesuai dengan syariat Islam ?

Ehm...Insya Allah iya..soalnya ..kalo di Islam kan kaya gak boleh.. labanya tu gak boleh banyak-banyak ..kalo gak salah kan maksimalkan labanya 10% atau berapa gitu ya, aku juga sendiri sih gak seberapa tau, cuman tau sekilas gitu kalodi Islam gak boleh banyak2 ini laba, riba gak boleh ehh,,,apa ... wes gitulah pokoknya hehe,, tapi insya allah menerapkan sih

15. Bagaimana menurut anda tentang pedagang yang yang melakukan praktik kecurangan dalam berdagang?(setuju atau tidak dan tolong beri penjelasan)

Kalo aku sih.. enggak..enggak ini ya..enggak mendukung banget, bener-bener gak respek sama orang yang curang gitu.. apalagi kalo barangnya tu jelek trus dia bilangnya premium, trus dia bilangnya bagus gitu itu..waduh kok kaya gini se... trus dia jualnya mahal gitu tapi bahannya tu bahan jelek..nah itu aku kaya gak respek banget..kalo dia emang jualannya jelek ya dibilang jelek, kalo dia jualannya.. bahannya emang murah yaudah dia gak usah mematok harga yang tinggi..ya gitu sih kalo aku jadi aku gak respek banget sama orang yang mempraktikkan kecurangan gitu

Informan 4

1. Siapa nama lengkap anda ?
Aisyah Sitta Urbach
2. Berapakah umur anda ?
24 tahun
3. Dimana alamat domisili anda ?
Pakal Madya 1 no.11
4. Dalam sebulan berapakah pendapatan anda ?
Pendapatan ya naik turun sih , tapi ada corona ini naik meningkat 3kali lipat, Alhamdulillah kalo omset bisa 2juta lebih dalam sebulan
5. Apa yang anda ketahui tentang wirausaha ?
Menurut saya berwirausaha itu berani rugi, berani untung dan kuat akan resiko jadi wirausaha
6. Mengapa anda memutuskan untuk berwirausaha pada bidang yang saat ini ?
Yang pertama itu nanti buat nanti masa tua kalo memang saya punya cita-cita kalo gak kerja jadi bisa dirumah sambil berusaha, jadi itu alasan saya berwirausaha dan terbiasa dari kecil terbiasa jualan
7. Apa alasan anda memilih wirausaha secara *online* ?
Mengikuti teknologi yang saat ini kebanyakan orang itu berbelanja juga lewat *online* dan lebih ke *online* daripada offline, sekarang juga kalo jualan offline butuh stand butuh peralatan untuk berjualan jadi keperluannya pun bisa masuk dalam pengeluaran usaha cuman kalo *online* kita memanfaatkan media *online*
8. Apa yang anda ketahui tentang *E-Commerce* ?
Kalo e-commerce setau saya waktu itu shopee, karena lebih ..orang banyak yang menggunakan shopee dan lebih terkenalnya shopee, karena orang kan juga cari promo gratis ongkir, extra ongkir, potongan-potongan gitu
9. Bagaimana menurut anda tentang *E-Commerce* yang sedang anda gunakan dalam menunjang kegiatan berwirausaha ?

Sangat bagus, jadi kadang kalau orang keberatan, yang jadi kendala waktu orang mau pesan itu di ongkir karena kadang luar kota ongkirnya mahal jadi mereka minta pesannya di shopee

10. Apakah anda pernah mengalami kendala selama penggunaan *E-Commerce* ?
Iya atau Tidak (jika Iya tolong beri penjelasan)

Selama ini belum pernah

11. Usaha anda termasuk kriteria mikro, kecil atau menengah ?

Masih kecil

12. Berapa jumlah pegawai dalam usaha anda ?

Saya sendiri

13. Sebagai seorang Muslim, apakah anda mengetahui sikap seorang pebisnis Muslim ?

Iya saya tahu

14. Apakah anda menerapkan sikap berdagang sesuai dengan syariat Islam ?

Insyallah saya sudah menjalankan secara syariah menghindari riba dan amanah

15. Bagaimana menurut anda tentang pedagang yang melakukan praktik kecurangan dalam berdagang?(setuju atau tidak dan tolong beri penjelasan)

Sangat tidak setuju karena berdagangpun kita itu mencari uang untuk kebutuhan kalau dilakukan dengan cara tidak baik, hasilnya pun juga tidak baik pada diri sendiri

Informan 5

1. Siapa nama lengkap anda ?
Teguh Pambudi Pratomo
2. Berapakah umur anda ?
27 tahun
3. Dimana alamat domisili anda ?
Pondok Benowo Indah blok BP no. 04 Surabaya
4. Dalam sebulan berapakah pendapatan anda ?
Rp. 3.500.000,-
5. Apa yang anda ketahui tentang wirausaha ?
Orang yang melakukan aktivitas usaha dengan cara membuka, memasarkan serta memmanagementkan seperti apa
6. Mengapa anda memutuskan untuk berwirausaha pada bidang yang saat ini ?
Karena ingin kreatif, mandiri dan tidak ingin membebani
7. Apa alasan anda memilih wirausaha secara *online* ?
Teknologi internet canggih, minim resiko, keuntungan yang sangat besar, potensi pasar yang sangat memuaskan
8. Apa yang anda ketahui tentang *E-Commerce* ?
Sistem memasarkan barang dan jasa seperti melalui media internet
9. Bagaimana menurut anda tentang *E-Commerce* yang sedang anda gunakan dalam menunjang kegiatan berwirausaha ?
Mempermudah komunikasi antara produsen dan konsumen, mempermudah pemasaran promosi barang, memperkuat jangkauan calon konsumen, mempermudah proses penjualan dan pembelian, mempermudah pembayaran secara *online*
10. Apakah anda pernah mengalami kendala selama penggunaan *E-Commerce* ?
Iya atau Tidak (jika Iya tolong beri penjelasan)
Tidak
11. Usaha anda termasuk kriteria mikro, kecil atau menengah ?
Usaha saya termasuk usaha kecil

12. Berapa jumlah pegawai dalam usaha anda ?

Jumlah pegawai saya ada 15

13. Sebagai seorang Muslim, apakah anda mengetahui sikap seorang pebisnis Muslim ?

Sikap seorang pebisnis Muslim harus jujur dan adil

14. Apakah anda menerapkan sikap berdagang sesuai dengan syariat Islam ?

Saya menerapkan syariat Islam, dimana kalo berbisnis harus jujur dan adil, dan tidak ada paksaan serta dalam menentukan harga tidak seolah-olah mencari keuntungan

15. Bagaimana menurut anda tentang pedagang yang melakukan praktik kecurangan dalam berdagang?(setuju atau tidak dan tolong beri penjelasan)

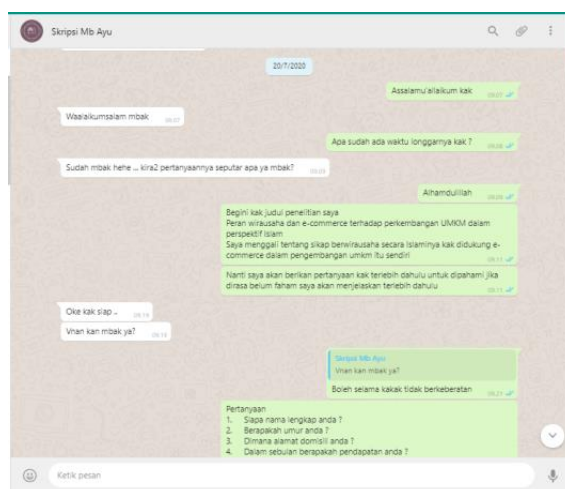
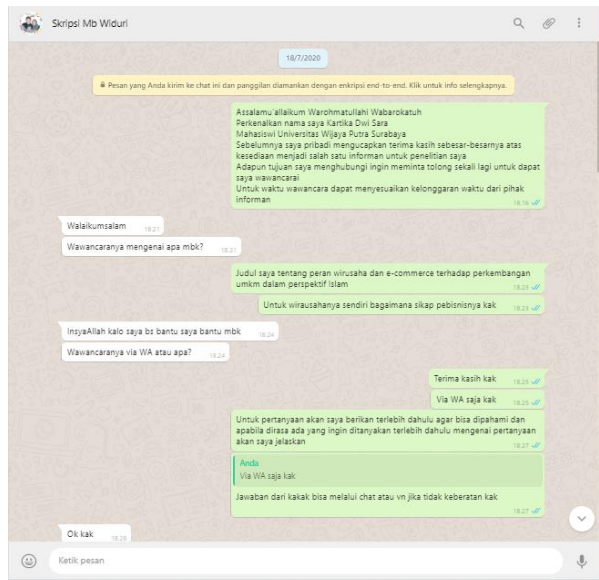
Saya tidak setuju karena.....pedagang tersebut seolah ingin merugikan konsumennya dan ingin mencari keuntungan semata, itu tidak baik dalam hal berbisnis dan berusaha dalam membuka usaha serta mencari konsumen

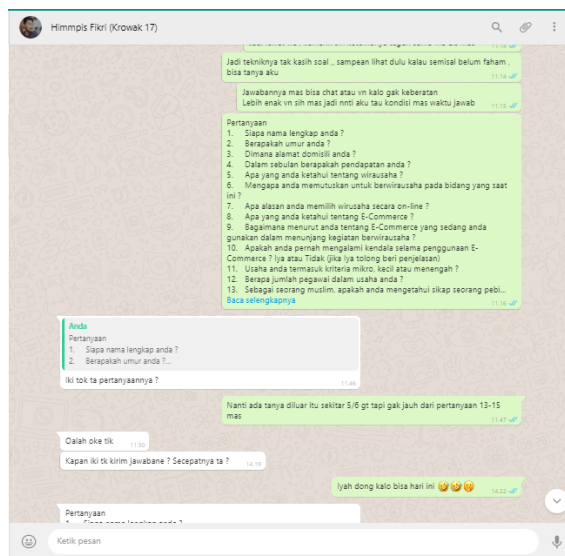
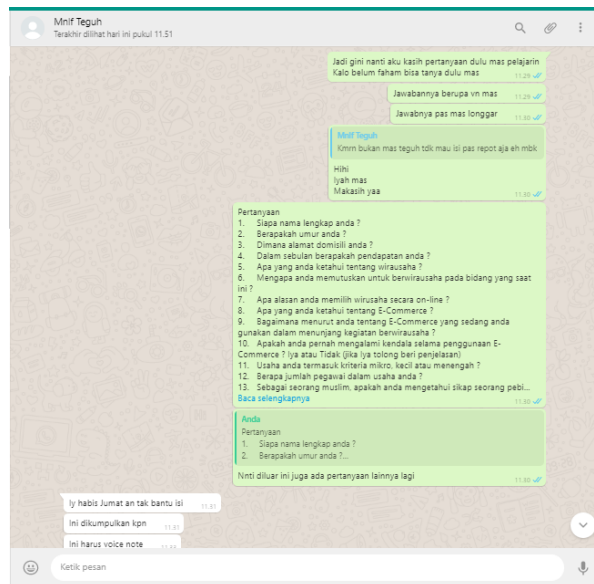
Informan 6

1. Siapa nama lengkap anda ?
Muhammad Nur Fikri Jumaing
2. Berapakah umur anda ?
25 tahun
3. Dimana alamat domisili anda ?
Surabaya
4. Dalam sebulan berapakah pendapatan anda ?
≤ Rp. 5.000.000,-
5. Apa yang anda ketahui tentang wirausaha ?
Proses mencari cuan
6. Mengapa anda memutuskan untuk berwirausaha pada bidang yang saat ini ?
Karna melihat peluang dan karna biisanya dibidang ini
7. Apa alasan anda memilih wirusaha secara *online* ?
Karena trend bisnis saat ini seperti itu, mau gak mau harus mau
8. Apa yang anda ketahui tentang *E-Commerce* ?
Semacam mall nya dunia maya
9. Bagaimana menurut anda tentang *E-Commerce* yang sedang anda gunakan dalam menunjang kegiatan berwirausaha ?
Sangat efektif dan efisien di zaman serba cepat ini
10. Apakah anda pernah mengalami kendala selama penggunaan *E-Commerce* ?
Iya atau Tidak (jika Iya tolong beri penjelasan)
Belum
11. Usaha anda termasuk kriteria mikro, kecil atau menengah ?
Mikro
12. Berapa jumlah pegawai dalam usaha anda ?
2 orang termasuk saya
13. Sebagai seorang Muslim, apakah anda mengetahui sikap seorang pebisnis Muslim ?
Tidak mengetahui


14. Apakah anda menerapkan sikap berdagang sesuai dengan syariat Islam ?
Tidak tahu sikap berdagang sesuai syariat islam itu seperti apa
15. Bagaimana menurut anda tentang pedagang yang melakukan praktik kecurangan dalam berdagang?(setuju atau tidak dan tolong beri penjelasan)
Yg namanya kecurangan itu sudah jelas negatif dan akan sangat berpengaruh terhadap kelanjutan bisnis, saran saya alangkah baiknya fokus terhadap solusi salah satunya dalam mempertimbangkan cost lakukan perhitungan secara detail sehingga kita tahu batas min dan minimal harga produk kita (sambil memperhatikan kualitas) karena kecurangan timbul disebabkan kurangnya profesionalitas bisnis kita.

Lampiran 4. Dokumentasi Wawancara





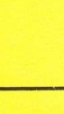


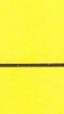



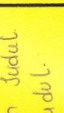
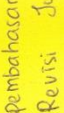
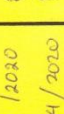
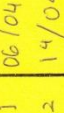
Lampiran 5. Kartu Bimbingan

KARTU KONSULTASI SKRIPSI	
	
NAMA MAHASISWA	Kartika Dwi Sara
NPM	16.011.010
FAKULTAS/JURUSAN	FE6 / IESP
PERIODE	2019 - 2020
JUDUL	Peran Wirausaha dan E-Commerce terhadap Perkembangan Usaha Kecil, Mikro dan Menengah (UMKM) dalam Perspektif Islam.
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS WIJAYA PUTRA	
Kampus : Jl. Raya Benowo Surabaya-601197, Telp. 031-7404404 Fax. 7404405	

KETENTUAN - KETENTUAN KEPEMBIMBINGAN SKRIPSI

1. Setiap konsultasi kartu ini dibawa dan diserahkan kepada Pembimbing untuk ditanda tangani.
2. Setiap Mahasiswa tidak diijinkan pindah bimbingan.
3. Jika penulisan (Pembimbing) skripsi belum selesai, periode masa kepembimbingan telah berakhir, Mahasiswa diwajibkan melaporkan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis dengan membawa kartu konsultasi ini.
4. Pembimbing dimohon melaporkan, Mahasiswa bimbingannya yang tidak aktif kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
5. Kartu konsultasi ini berlaku untuk 1 (satu) periode Pembimbing.
6. Mahasiswa yang tidak memperhatikan ketentuan – ketentuan di atas, akan ditangguhkan pelaksanaan Bimbingan dan atau ujiannya.

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

No.	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	Saran/Petunjuk Pembimbing	Persetujuan Pembimbing	Tanda Tangan	Catatan
1	06/04/2020	pembahasan judul				
2	14/04/2020	Revisi Judul				
3	23/04/2020	Revisi bab 1, 2 & 3				
4	26/04/2020	Revisi bab 2 & 3				
5	1/05/2020	Revisi kerangka berpikir				
6	04/05/2020	Revisi Daftar Pustaka				
7	06/05/2020	Penyerahan proposal dan tanda revisi				
8	13/05/2020	Revisi akhir proposal				
9	14/05/2020	Revisi sub bab, bab 3				
10	16/06/2020	Revisi bab 1 - 3				
11	7/07/2020	Revisi pertanyaan, bab				
12	21/07/2020	Revisi skripsi				