



Analisis *E-Commerce* Terhadap Peningkatan Pendapatan El-Ma'wa Craft By Rajut Preneur Cirebon Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam

Sunardi Edirianto^{1✉}, Siti Madinah²

IAI Bunga Bangsa Cirebon¹²

Email; sunardi.edirianto@gmail.com¹, sitimadinah9@gmail.com²

Received: 2021-01-18; Accepted: 2020-02-25; Published: 2021-02-28

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *E-Commerce* berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan. Data tentang penjualan produk, hal-hal apa saja yang menjadi pendukung dan kendala pemasaran *E-Commerce* dalam meningkatkan pendapatan di El-ma'wa Craft By Rajut Preneur Cirebon. Dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan studi deskriptif. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistic atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Metode ini berusaha untuk menyajikan data dan fakta-fakta tentang *E-Commerce* dalam meningkatkan pendapatan El-ma'wa Craft By Rajut Preneur Cirebon, dengan cara observasi, wawancara mendalam, dokumentasi dan triangulasi. Subjek yang diteliti yaitu Owner El-ma'wa Craft. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa Setiap perdagangan online memiliki jenis *E-commerce* yang berbeda-beda termasuk dalam cara pemesanan produknya semua bergantung pada Merchant (si penjual). El-Ma'wa Craft mengalami peningkatan pembeli 70% dan El-ma'wa Craft juga mengalami peningkatan pendapatan sejak menggunakan *E-Commerce*. El-ma'wa Craft memasukkan prinsip etika bisnis islam dalam perdagangan online.

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

Absract

This study is intended to determine whether *E-Commerce* supports the increase in income. Data on product sales, what are the things that support and spend *E-Commerce* in increasing revenue in El-ma'wa Craft By Rajut Preneur Cirebon. In this research, the research method used is a qualitative method with descriptive studies. Qualitative research is a type of research that produces findings that cannot be achieved using statistical procedures or other methods of quantification. This method seeks to present data and facts about *E-commerce* in increasing the income of El-Ma'wa Craft By Rajut Preneur Cirebon, by means of observation, in-depth interviews, documentation and triangulation. Subjects studied were Owner El-ma'wa Craft. Based on the results of the study, it was found that each online trade has different types of *E-commerce* including how to order its products all depending on the merchant (seller). El-Ma'wa Craft has experienced a 70% increase in buyers and El-Ma'wa Craft has also increased revenue since using *E-commerce*. El-ma'wa Craft incorporates the principles of Islamic business ethics in online trading.

Kata Kunci: *E-Commerce, Increased Income, Islamic Business Ethics*

Copyright © 2021 Ecobankers : Journal of Economy Banking

PENDAHULUAN

E-Commerce belakangan ini digemari oleh kalangan produsen baik besar maupun kecil serta penjual eceran pada umumnya. Hal ini karena promosi melalui media *online* lebih mudah menjangkau konsumen dalam hal memperkenalkan atau menjual produknya. *E-Commerce* mempermudah antara konsumen dan produsen dalam melakukan transaksi. *E-Commerce* ini juga dilakukan oleh banyak pelaku usaha di Cirebon. Banyak pelaku usaha yang melakukan strategi pemasaran dengan sistem ini baik usaha penjualan barang maupun jasa. Hal ini seperti usaha kerajinan tangan berupa rajutan yang dijual melalui toko online shope El-ma'wa Craft By Rajut Preneur di Cirebon yang telah banyak menggunakan sistem *online* ini. *Online* shope kerajinan tangan ini berada di kota Cirebon. El-ma'wa Craft By Rajut Preneur ini didirikan oleh seorang Mahasiswi Bernama Nurfath Khoirunnisa. El-ma'wa Craft ini adalah toko yang memproduksi kerajinan tangan berupa rajutan yang didesain sesuai pesanan pelanggan dan di rajut oleh ownernya sendiri. Kerajinan rajut ini pada awalnya hanya dipasarkan melalui mulut kemulut saja. Seiring dengan perkembangannya mode fasion yang dipadukan dengan rajutan, saat ini El-ma'wa Craft telah menjual berbagai macam produk seperti tas rajut, sepatu rajut, case handphone rajut, dompet rajut, dan masih banyak produk yang ditawarkan dan dibuat sesuai dengan pesanan pelanggannya.

Dalam konteks bisnis, internet membawa dampak trans formal yang menciptakan paradigma baru dalam bisnis. Internet memiliki beberapa daya tarik keunggulan bagi para konsumen maupun organisasi. Internet juga merupakan media elektronik mutakhir yang menunjang *E-Commerce*. Internet memberikan banyak kemudahan dalam melakukan proses pemasaran. Dalam berbagai literatur Islam, tidak ada satupun ayat atau hadist yang melarang umatnya menjadi kaya. Dalam hal ini El-ma'wa Craft melakukan adanya perubahan dalam memasarkan produknya, agar produk yang mereka jual dapat mengalami peningkatan nilai produksi. Seiring dengan perkembangan jaman, pengguna internet di seluruh dunia makin bertambah, pemasaran dengan menggunakan *E-Commerce* diharapkan dapat membantu para pelaku usaha dalam meningkatkan usahanya. Berdasarkan hal yang telah dipaparkan, maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian yang berjudul *Analisis E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan El-ma'wa Craft By Rajut Preneur Cirebon Ditinjau dari Etika Bisnis Islam*.

1. Electronic Commerce (E-COMMERCE)

Menurut Mariza Arfina dan Robert Marpaung *E-commerce* atau yang lebih dikenal dengan *E-commerce* dapat diartikan sebagai suatu cara berbelanja atau berdagang secara *online* atau *direct selling* yang memanfaatkan fasilitas internet dimana terdapat *website* yang dapat menyediakan layanan “*get and deliver*”. Saat ini, semakin maraknya penggunaan Internet, perdagangan secara elektronik (*E-Commerce*) dapat dilakukan dengan mudah melalui dua cara yaitu bertemunya antara dua buah institusi (B-to-B) maupun antara Institusi dengan konsumen langsung (B-to-C) melalui sebuah media perantara yaitu Internet. *Electronic Commerce (E-Commerce)* merupakan konsep baru yang biasa digambarkan sebagai proses jual-beli barang atau jasa dengan menggunakan *World Wide Web* Internet atau proses jual beli produk, jasa dan informasi melalui sebuah jaringan computer dan internet. *E-commerce* merupakan transaksi yang dilakukan secara elektronik, dimana semua hal yang berkaitan dengan penawaran, promosi, dan peoses penjualan.

2. Etika Bisnis Islam

Etika adalah suatu hal yang dilakukan secara benar dan baik, tidak melakukan suatu keburukan, melakukan hak dan kewajiban sesuai dengan moral dan melakukan segala sesuatu dengan penuh tanggung jawab. Sedangkan dalam islam, etika adalah akhlak seorang muslim dalam melakukan semua kegiatan termasuk dalam bidang bisnis. Oleh karena itu, jika ingin selamat dunia akhirat, kita harus memakai Etika dalam seluruh aktifitas bisnis kita. Keberkahan usaha merupakan keberhasilan dari usaha itu dengan memperoleh keuntungan yang wajar dan diridhai Allah swt. Untuk memperoleh keberkahan dalam jual-beli, Islam mengajarkan prinsip-prinsip moral, sebagai berikut:

- a. Jujur dalam segala hal dan dalam menakar dan menimbang.
- b. Menjual barang yang halal.
- c. Menjual barang yang baik mutunya.
- d. Tidak menyembunyikan cacat barang.
- e. Tidak melakukan sumpah palsu.
- f. Murah hati.
- g. Tidak menyaingi penjual lain.
- h. Tidak melakukan riba.

Allah SWT telah berfirman dalam surat An-Nisa' ayat 29:

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

"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" (Q.S. An- Nisa':29).

Adapun hadits, yang diriwayatkan oleh Ibnu majah Rasulullah saw bersabda "yang namanya jual beli itu hanyalah jika didasari asas saling rela". Dari ayat dan hadits tersebut dapat disimpulkan bahwa etika bisnis dalam perniagaan atau transaksi harus saling suka sama suka sehingga tidak akan timbul suatu jalan kebatilan. Karena pada prinsipnya etika bisnis islam itu tidak sekedar diukur dengan keuntungan semata, melainkan juga memperhatikan aspek keberkahan. Dimensi keberkahan inilah yang meniscayakan pelaku bisnis untuk menjalankan aktivitas ekonominya sesuai dengan etika bisnis yang telah digariskan oleh syariat islam. (Mufid, 2018, p. 39)

Etika bisnis islam dapat menjadi pedoman bagi pelaku bisnis untuk menyeimbangkan antara kehidupan dunia dan akhirat, ketika pelaku bisnis sibuk melakukan kegiatan dunia, seorang muslim harus selalu menyeimbangkan dan konsisten dalam melaksanakan ibadah maupun dalam kehidupan bisnis sehari-hari, dan juga harus meninggalkan praktik bisnis yang dilarang. Dalam hal ini, Syahata (2013) mengungkapkan bahwa etika bisnis islam mempunyai fungsi substansial yang membekali para pelaku bisnis, beberapa hal sebagai berikut :

- a. Membangun kode etik islami yang mengatur, mengembangkan dan menancapkan metode berbisnis dalam kerangka ajaran agama. Kode etik ini menjadi simbol arahan agar melindungi pelaku bisnis dari resiko.

- b. Kode etik ini dapat menjadi dasar hukum dalam menetapkan tanggung jawab para pelaku bisnis, terutama bagi diri mereka sendiri, antara komunitas bisnis, masyarakat, dan diatas segalanya adalah tanggung jawab dihadapan Allah Swt.
- c. Kode etik ini dipersepsi sebagai dokumen hukum yang dapat menyelesaikan persoalan yang muncul, daripada diserahkan kepada pihak peradilan.
- d. Kode etik dapat memberi kontribusi dalam penyelesaian banyak persoalan yang terjadi antara sesama pelaku bisnis dan masyarakat tempat mereka bekerja. Sebuah hal yang dapat membangun persaudaraan (*ukhwah*) dan kerja sama antara mereka semua.
- e. Etika bisnis dalam islam memosisikan pengertian bisnis yang pada hakikatnya merupakan usaha manusia untuk mencari keridhaan Allah SWT.

Banyak pelaku bisnis yang mengabaikan terhadap etika dan berbuat tidak adil atau curang dalam bisnisnya. Pelaku bisnis menganggap bahwa semuanya bebas asalkan dapat menguntungkan bagi bisnisnya, bagi pelaku bisnis yang seperti ini menganggap bahwa dosa dan pahala hanya ada dalam ibadah dan tidak dikenal dalam dunia bisnis, pelanggaran moral dan praktik curang atau tidak adil yang dilakukan oleh para pelaku bisnis tidak hanya merugikan perusahaan dan pelaku bisnis lain tetapi juga masyarakat (Lestari, 2015, p. 4). Maka dari itu, fungsi dari penerapan etika bisnis islam ini untuk menciptakan loyalitas dari pelanggan, karena pada dasarnya pelanggan akan merasa puas atau loyal jika pelaku bisnis menggunakan etika yang baik disaat, sesudah, ataupun sebelum transaksi. Definisi kepuasan pelanggan menurut kotler (1997: 188) ialah: kepuasan pelanggan adalah sejauh mana anggapan kinerja produk atau jasa memenuhi harapan pembeli. Dari pengertian tersebut bisa dikatakan harapan pembeli atau pengguna jasa ingin dilayani oleh pelaku usaha dengan menggunakan etika yang baik. Karena kepuasan pelanggan ini dapat memicu pelanggan akan lebih loyal terhadap pelaku bisnis.

Dari penerapan etika bisnis islam ini, diharapkan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan guna meningkatkan penghasilan yang diharapkan oleh pelaku bisnis El-ma'wa Craft By Rajut Preneur, untuk itulah pelaku bisnis harus menerapkan etika bisnis islam, sebagaimana Rasulullah SAW bersabda dalam hadits yang diriwayatkan oleh Al-Quzwani, "Tidak dibenarkan seorang muslim menjual satu jualan yang mempunyai aib, kecuali ia menjelaskan aibnya" (Mufid, 2018). Dari hadits tersebut dapat disimpulkan bahwa pelaku bisnis harus berkata jujur terhadap kekurangan yang ada pada produk atau jasanya, dengan demikian pelanggan tidak akan merasa tertipu oleh pelaku bisnis. Sebagaimana sabda Rasulullah SAW yang artinya "Katakanlah walaupun itu pahit" (H.R. Ahmad).

3. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan salah satu instrumen analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan yang telah dikenal luas. Hasil analisis SWOT dapat menunjukkan kualitas dan posisi organisasi atau suatu perusahaan. Analisis internal meliputi penilaian terhadap faktor kekuatan (*Strength*), dan kelemahan (*Weakness*). Sementara, analisis eksternal mencakup faktor peluang (*Opportunity*) dan tantangan (*Threats*). Penelitian menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT.

Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal Peluang (*opportunities*) dan Ancaman (*threats*) dengan faktor internal Kekuatan (*strengths*), dan Kelemahan (*weaknesses*).

METODE PENELITIAN

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif adalah salah satu jenis penelitian yang tujuannya untuk menyajikan gambaran lengkap mengenai hubungan antara fenomena yang diuji. Teknik analisis data *deskriptif* yaitu suatu analisis yang bersifat mendeskripsikan makna data atau fenomena yang dapat ditangkap oleh peneliti, dengan menunjukkan bukti-buktinya. Teknik ini digunakan untuk mendeskripsikan data-data yang peneliti kumpulkan baik data hasil observasi, wawancara, dokumentasi di El-Ma'wa Craft by Rajut Preneur Cirebon. Untuk menguji keabsahan data yang diperoleh guna mengukur validitas hasil penelitian ini, dilakukan dengan meningkatkan ketekunan dalam penelitian. Pemeriksaan keabsahan data merupakan salah satu bagian terpenting di dalam penelitian kualitatif yaitu untuk mengetahui tingkat kepercayaan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan. Pemeriksaan keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi yang menghubungkan data dari berbagai teknik pengumpulan data dari sumber data yang sudah ada. Triangulasi dapat diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Peneliti menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi untuk sumber data yang secara serempak.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa Setiap perdagangan *online* memiliki jenis *E-Commerce* yang berbeda-beda termasuk dalam cara pemesanan produknya semua bergantung pada *Merchant* (si penjual). El-Ma'wa Craft mengalami peningkatan pembeli 70% dan El-ma'wa Craft juga mengalami peningkatan pendapatan sejak menggunakan *E-Commerce*. El-ma'wa Craft memasukkan prinsip etika bisnis islam dalam perdagangan *online*, seperti jujur, terbuka, dapat dipercaya, dan tidak menutupi cacat barang.

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

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut

1. Setiap perdagangan *online* memiliki jenis *E-Commerce* yang berbeda-beda termasuk dalam cara pemesanan produknya semua bergantung pada *merchant* (si penjual). Di El-ma'wa Craft Sendiri sudah sesuai dengan prosedur yang ada di *E-Commerce* namun *customer* harus sabar menunggu barang yang dipesan karena di El-ma'wa tidak menerapkan sistem ready stock sistem yang diterapkan adalah *Purchase Order* (PO)

dimana *customer* dapat *merequest* atau meng-*custom* barang yang di inginkan agar sesuai dengan yang diinginkan mulai dari bentuk, warna, dan ukuran.

2. El-Ma'wa Craft mengalami peningkatan pembeli 70%, dan El-ma'wa Craft juga mengalami peningkatan pendapatan sejak menggunakan *E-Commerce*.
3. El-ma'wa Craft telah menerapkan *E-Commerce* sebagai strategi perdagangannya, dimana dalam *E-Commerce* tersebut El-ma'wa memasukkan prinsip Etika Bisnis Islam dalam perdagangannya seperti jujur, terbuka, dapat dipercaya, dan tidak menutupi cacat barang.

DAFTAR PUSTAKA

- A, Agnes Dwi. *Perkembangan Ekonomi Indonesia*, <https://www.kompasiana.com>. 2018
- Diga. *E-Commerce dan Jual Beli Dalam Islam*. <https://secretdark.wordpress.com9>. 2018.
- Farid. (2017). *kewirausahaan syariah*. depok, jawa barat: kencana.
- Kurniandy, Wanda. "Analisis Manajemen Risiko Sistem Pembayaran Transaksi Online Pada Toko Online Matahari mall.Com," Skripsi pada UIN Syarif Hidayatullah Jakarta : 2016. "dipublikasikan".
- Lestari, Z. (2015). Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Anggota (Study Pada BMT Kube Sejahtera). *Universitas Sunan Kalijaga Yogyakarta*.
- Mufid, M. (2018). *Maqashid Ekonomi Syariah*. malang, jatim: Empatdua Media.
- Nugroho, Adi. *E-commerce Memahami Perdagangan Modern di dunia Maya*. Bandung. Informatika Bandung. 2006.
- Pratama, G. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Barang Dan Jasa Secara Online Sebagai Alternatif Membeli Dikalangan Mahasiswa. *Ecopreneur: Jurnal Program Studi Ekonomi Syariah*, 1(1), 46-54.
- Pratama, G. (2020). Analisis Transaksi Jual Beli online Melalui Website Marketplace Shopee Menurut Konsep Bisnis di Masa Pandemic Covid 19. *Ecopreneur: Jurnal Program Studi Ekonomi Syariah*, 1(2), 21-34.
- Purnamasari, Yunita. "Analisis Peluang E-Commerce Dalam Pengembangan Usaha Micro Kecil Dan Menengah Produk Batik," *Jurnal Universitas Diponegoro Semarang*: 2015. "dipublikasikan".
- Rangkuty, Freddy. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analissi SWOT*. Jakarta. PT.Gramedia Pustaka Utama. 2018.
- Sa'ad, Walia Nabila. "Pengaruh E-commerce terhadap Peningkatan Pendapatan Sentra Industri Kripik Pisang Bandar lampung Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam", Skripsi pada UIN Raden Intan Bandar lampung: 2017 " dipublikasikan".
- Sugiono. *Studi Dokumen Dalam Penelitian Kualitatif*. <https://adzelgar.wordpress.com>. 2018.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung. Alfabeta. 2016
- Sujarweni, V. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta. Pustaka bupers. Cett. Ke-1. 2015.
- Suyanto, Mohammad. *Strategi Periklanan Pada E-commerce Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta. Andi. 2003.
- Tanjung, Lintang. *Rangkuman E-Commerce*. <https://lintangtanjung.wordpress.com>. 2018.
- Veithzal Rivai, dkk. *Islamic Business And Economic Ethics*. Jakarta . Bumi Aksara. 2012.
- Yusanto, Muhammad Ismail, dkk. *Manajemen Strategis Perspektif Syariah*. Jakarta. Khairul Bayaan.2003.