

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Berkembangnya teknologi di zaman modern yang semakin pesat tiap tahunnya, yang paling dirasakan untuk saat ini adalah perkembangan teknologi dalam bidang informasi. Salah satu contoh perkembangan teknologi informasi yang paling mencolok adalah dalam penggunaan internet. Internet merupakan sarana elektronik yang digunakan untuk berbabagai aktivitas seperti komunikasi, riset, transaksi bisnis dan lainnya. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mendata pertumbuhan pengguna internet di Indonesia hingga akhir tahun 2018 mencapai 171,17 juta pengguna, meningkat cukup drastis di banding tahun 2017 sebanyak 143,26 juta pengguna (APJII, 2018). Berkembangnya pengguna internet berpengaruh terhadap gaya hidup masyarakat yang berubah karena terpengaruh perkembangan teknologi tersebut, termasuk salah satunya dalam kegiatan berbisnis. Sarana bisnis menjadi tanpa batas karena bisa dilakukan secara online dimana saja dan kapan saja yang kegiatan ini biasanya dinamakan jual beli online. Hal ini tentu saja menjadi peluang bisnis yang baik bagi beberapa pihak, menjadikan peluang tersebut dengan membuat toko online sebagai bagian dari e-commerce.<sup>1</sup> Teknologi telah mendiversifikasi seluruh aktivitas untuk dapat dilakukan secara virtual. Aktivitas ini dapat terlihat pada jual beli komoditas barang dan jasa dapat tetap dilakukan oleh pembeli meski tidak bertemu secara langsung oleh pemilik atau penjualnya. Sistem virtual atau pelayanan yang dilakukan secara daring dikenal dengan sistem *E-commerce*. Sistem ini dapat diartikan juga sebagai suatu transaksi jual dan beli diantara pelaku ekonomi yaitu produsen dan konsumen dengan menggunakan transaksi digital. Perusahaan yang menerapkan sistem ini memiliki cara kerja yang terstruktur, mulai dari pembeli yang melakukan transaksi

---

<sup>1</sup> Sidharta, Iwan, and Boy Suzanto. "Pengaruh kepuasan transaksi online shopping dan kepercayaan konsumen terhadap sikap serta perilaku konsumen pada e-commerce." *Jurnal Computech & Bisnis* 9.1 (2015): 23-36.

pemesanan, kemudian aktivitas pembayaran kepada para produsen sampai proses penerimaan barang oleh konsumen dari pihak produsen.<sup>2</sup>

Seiring nya perkembangan era digital, gaya hidup masyarakat yang semakin instan dikarenakan mayoritas masyarakat memiliki mobilitas yang sangat tinggi dalam kegiatan sehari-harinya. Sehingga masyarakat seringkali mencari sesuatu yang praktis dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Hal tersebut sudah diikuti dengan adanya perkembangan era digital yang modern dengan berbagai penyediaan layanan yang membantu masyarakat. Dengan adanya internet hidup manusia akan semakin mudah salah satu kemudahan yang terasa ialah dapat berbelanja kapanpun dan dimanapun pada saat kita membutuhkan yaitu dengan berbelanja online. Sejak adanya internet, jual beli online menjadi trend baru di masyarakat setiap perusahaan menawarkan keunggulan produk dan harga nya pun terjangkau kepada konsumen seperti penduduk yang berdampak, mudah, dan menguntungkan sistem penjualan bagi konsumen, maka keuntungan bagi perusahaan yang besar. Sistem penjualan suatu perusahaan merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan perusahaan karena sistem penjualan perusahaan tidak terlepas dari perkembangan teknologi informasi. Penerapan teknologi komunikasi informasi yang bisa digunakan untuk menunjang sistem penjualan adalah Ecommerce. Ecommerce yaitu suatu penjualan yang bisa dilakukan oleh semua kalangan masyarakat melalui media elektronik dan internet. Mengingat pertumbuhan ecommerce yang pesat tersebut, aturan terkait ecommerce telah banyak diatur dalam UndangUndang No 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan (UU Perdagangan) dan UU No 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU Perlindungan Konsumen) merupakan acuan bagi setiap pelaku usaha dalam melakukan transaksi perdagangan, baik perdagangan konvensional maupun perdagangan melalui online atau ecommerce.

---

<sup>2</sup> I Gusti Made Karmawan, Arta Moro Sundjaja, Devyano Luhukay, “*Analisis dan Perancangan E-commerce PD.Garuda Jaya*”(Makalah yang disampaikan pada Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi, yang diselenggarakan oleh Binus University, Yogyakarta, 19 Juli 2010).

Pelaksanaan transaksi ecommerce yang berkembang pesat harus diimbangi dengan adanya pengawasan yang tegas dari Pemerintah dalam setiap implementasinya.<sup>3</sup>

Sistem digital atau *E-commerce* merupakan sebuah inovasi dalam aktivitas perekonomian yang telah muncul di Amerika tahun 1970 dengan istilah *Electronic Funds Transfer* (EFT) karena dalam sistem pembayarannya dilakukan dengan cara non-tunai atau tanpa media kertas. Pada perkembangan selanjutnya, tahun 1990 Lembaga *World Wide Web* telah menjadi pelopor perusahaan dengan penerapan sistem perdagangan elektronik. Terdapat perusahaan yang sukses dalam menerapkan sistem perdagangan elektronik, antara lain Yahoo, situs Amazon, dan perusahaan lelang Ebay. Suyanto (2003) menyebutkan teknologi informasi memberikan implikasi positif pada perkembangan pesat bagi perusahaan.

Menurut Pradana perkembangan bisnis *E-commerce* di Indonesia digolongkan pada beberapa kelas. Model yang paling populer adalah model baris iklan. Model *E-commerce* ini ditujukan untuk produsen yang ingin memasarkan produk barang dengan keterbatasan jumlah dan wilayah. Keuntungan dari sistem ini adalah konsumen yang diperoleh lebih meluas di berbagai wilayah. Sementara itu sistem Cash on Delivery juga diterapkan melalui sistem pembayaran ketika barang tersebut diterima oleh konsumen. Hampir semua *marketplace* saat ini sudah menggunakan metode pembayaran dengan sistem pembayaran ditempat sehingga konsumen hanya tinggal menyiapkan uang ketika barang sampai di rumah. Seluruh bisnis penjualan online memiliki sistem transaksi yang dilakukan secara daring di websitenya. *E-commerce* seperti Shopee dan Tokopedia adalah salah satu bentuk dari bisnis yang menerapkan *online marketplace*. Sementara itu, terdapat juga situs Shopping Mall, Blibli.com yang merupakan kumpulan brand dari beragam jenis produk yang telah memenuhi kriteria tertentu. *E-Commerce* adalah suatu konsep baru yg biasa digambarkan menjadi proses jual beli barang atau jasa dalam *World Wide Web Internet* atau proses jual beli atau pertukaran produk, jasa, & berita

---

<sup>3</sup> Ariwibowo, Dwi Putra Jati, and Mahendra Adhi Nugroho. "Pengaruh trust dan perceived of risk terhadap niat untuk bertransaksi menggunakan e-commerce." *Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen* 2.1 (2013): 11-35.

melalui jaringan berita termasuk internet. *E-commerce* adalah aktivitas usaha yg dijalankan secara elektronika melalui suatu jaringan internet atau aktivitas jual beli barang atau jasa melalui jalur komunikasi digital. *E-Commerce* merupakan melakukan usaha online. Dalam bentuknya yg paling kentara e-commerce menjual produk pada konsumen secara online, akan tetapi faktanya jenis usaha apapun yg dilakukan secara elektronika merupakan *E-commerce*. Sederhananya *E-commerce* merupakan membuat, mengelola, & meluaskan hubungan komersial secara online. *E-Commerce* jua bisa diartikan menjadi suatu proses berbisnis dengan memakai teknologi elektronika yg menghubungkan antara perusahaan, konsumen & rakyat pada bentuk transaksi elektronika & pertukaran/penjualan barang, servis, & berita secara elektronika. *E-Commerce* merupakan pembelian, penjualan & pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronika. Seperti televisi, radio & jaringan personal komputer atau internet.

*E-commerce* merupakan suatu aktivitas usaha yg dilakukan lewat global maya (internet), menggunakan memanfaatkan kemajuan teknologi para pengguna *e-commerce* bisa melakukan penjualan, pembelian & lain-lain. *E-commerce* sangat menguntungkan buat para penggunanya lantaran memudahkan buat pembeli yg menginginkan suatu barang tanpa wajib perjalanan buat membelinya. Sekarang telah semakin poly bermunculan online shop ataupun perusahaan-perusahaan yg menjual aneka macam barang melalui media *e-commerce* menggunakan cara hanya menggunakan menciptakan website. Tanpa wajib bersusah payah buat pulang ke pasar ataupun sentra perbelanjaan lain buat membeli barang yg diinginkan kita mampu menggunakan gampang menerima barang tadi menggunakan media *ecommerce* & kita mampu melakukan transaksi jual beli menggunakan media *e-commerce* juga. Media internet semakin diincar sang para pembuat buat menjual ataupun mempromosikan produk mereka pada customer. Pada proses e-commerce terjadi efisiensi dalam penggunaan fax, pencetakan dokumen, entry ulang dokumen, dan jasa kurir. Efisiensi tadi akan menerangkan adanya pengurangan porto & waktu/kecepatan proses. Kualitas transfer data juga sebagai lebih baik, lantaran nir dilakukannya entry ulang yg memungkinkan

terjadinya human error.<sup>4</sup> *E-commerce* (perdagangan elektro) adalah suatu proses usaha yg menghubungkan perusahaan, konsumen, dan rakyat pada kegiatan pertukaran atau penjualan barang atau jasa dan kabar melalui transaksi elektro (Fuady, 2005). Kesuksesan sistem perdagangan elektro pada Indonesia bermula berdasarkan antusiasme rakyat yg menginginkan sebuah kepraktisan berbelanja. apabila dahulu jeda & saat sebagai penghambat interaksi antara pembeli & penjual, menggunakan adanya sistem jual beli secara online bisa memudahkan rakyat pada melakukan pembelian barang & jasa lantaran bisa diakses dimana saja tanpa terbatassaat. Dengan banyak sekali manfaat & fleksibilitas yg ditawarkan, sekarang belanja online kian digemari rakyat Indonesia. Melihat peluang yg relatif baik pada industri e-commerce, banyak sekali perusahaan yg berkecimpung dibidang perdagangan elektro pun semakin bermunculan. Hal tadi menyebabkan persaingan pada perdagangan elektro semakin ketat, banyak sekali perusahaan berlomba untuk menarik konsumen supaya melakukan pembelian dalam toko online-nya. Layanan e-commerce menaruh dukungan pada pelanggan bisa mengakses dan melakukan pesanan berdasarkan banyak sekali tempat. Hasil survei yg dilakukan sang Facebook dalam ketika aplikasi hari belanja online nasional (Harbolnas, lepas 12 Desember 2016) diketahui bahwa terjadi peningkatan ygsignifikan pada transaksi e-commerce pada Indonesia dimana pada penelitian itu jua diperoleh kabar bahwa orang Indonesia lebih menyukai berbelanja secara online.

Nusarika & Purnami (2015) menyebutkan alasan primer sebelumnya buat belanja secara online atau e-commerce merupakan harga. Konsumen mempertimbangkan suatu harga ketika akan membeli dalam toko online, pada mana persepsi harga seorang akan mensugesti niat belanja seorang. Harga pada toko online terkadang jua nir lebih murah menurut dalam toko biasanya, lantaran adanya porto ongkos kirim yg harganya bhineka tiap daerah tujuan. Konsumen mempertimbangkan harga pada niat membeli dalam toko online, dimana persepsi harga seorang akan mensugesti niat belanja seorang. Jiang et al. (pada Ivoni 2015)

---

<sup>4</sup> Yadewani, Dorris, and Reni Wijaya. "Pengaruh e-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha." *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi)* 1.1 (2017): 64-69.

memaparkan bahwa persepsi harga berpengaruh positif & signifikan terhadap niat pembelian online. Hal ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Iwani et al. (2015) yang menyatakan bahwa konsumen mengharapkan harga pada toko online lebih rendah daripada toko offline (tradisional) sebagai akibatnya konsumen ingin mencari memahami perbandingan harga produk offline & produk online. Kepercayaan konsumen pada berbelanja online atau e-commerce merupakan hambatan yang sulit untuk dikendalikan lantaran terdapat hubungannya menggunakan niat beli konsumen. Mao (pada Nusanrika 2015) mendefinisikan agama menjadi keyakinan suatu pihak akan menemukan apa yang diinginkan menurut pihak lain bukan apa yang ditakutkan menurut pihak lain & agama adalah keyakinan mutual menurut ke 2 pihak antara pembeli & penjual dimana keduanya tidak akan memanfaatkan kelemahan pihak lain. Faktor agama adalah faktor kunci menurut sekian banyak faktor yang mensugesti terjadinya transaksi jual beli dalam online shop. Hanya konsumen yang mempunyai rasa agama penuh yang berani melakukan kegiatan jual beli melalui media online. Tanpa terdapat suatu agama penuh menurut konsumen, sangatlah tidak mungkin transaksi melalui media online akan terjadi. Dalam sistem berbelanja online, saat seseorang konsumen ingin menetapkan untuk membeli produk secara online atau berbelanja secara online pastilah terbesit suatu keraguan akan terjadinya suatu resiko yang diterima oleh konsumen. Oleh karena itu agama sangat berperan krusial pada perdagangan melalui elektronika semenjak usaha internet diyakini oleh konsumen (Sonja & Ewald, 2003). Seperti pengiriman barang yang ditakutkan hilang pada jalan, hal ini menyebabkan konsumen membatalkan niatnya untuk melakukan transaksi pembelian secara online. Menurut Hawes & Lumpkin (pada Inovi, 2015) menyatakan bahwa orientasi merek adalah keliru satu faktor krusial pada membangun niat membeli dalam online, beberapa studi sudah menemukan bahwa loyalitas merek menerangkan dampak yang signifikan dalam niat beli khususnya dalam pengunjung tradisional. Sebuah nama merek yang signifikan tidak hanya menarik pelanggan baru, namun juga mempunyai kemampuan menciptakan pelanggan merasa nyaman & bisa mempertinggi agama diri menggunakan keputusan pembelian mereka. Merek adalah kesan yang akan diterima oleh pelanggan & konsumen yang didapatkan pada sebuah interpretasi pada pikiran

mereka berdasarkan manfaat-manfaat emosional & fungsional yg dirasakan (Kusdyah, 2012). Dari definisi tadi bisa diartikan, merek bisa berkontribusi menggunakan besar pada mensugesti penjualan, jua mempunyai merek yg bertenaga akan dikenal baik sang konsumen. Maka perusahaan bisa bersaing menggunakan merek pesaing & jua konsumen akan sulit berpaling dalam merek lain, lantaran pada persepsi pada pikiran konsumen telah tertanam gambaran yg baik terhadap merek yg didapatkan perusahaan (Arista, 2011).

Layanan penjualan online diprediksi akan semakin meningkat pada tahun-tahun mendatang. Hal ini ditandai dengan menjamurnya toko online. Layanan penjualan online diprediksi akan semakin meningkat pada tahun-tahun mendatang. Hal ini ditandai dengan menjamurnya toko online. Peluang merencanakan peningkatan pengembangan sebuah bisnis tidaklah mudah sekalipun dengan cara melakukan penjualan bersifat online baik itu dalam skala kecil menengah. Ada beberapa hal yang paling penting dan bersifat fundamental adalah seorang pebisnis harus paham terlebih dahulu tentang tahapan proses bisnis, mulai dari awal dibangun hingga pada saat bisnis tersebut maju dan bertumbuh. Tidak sedikit para pelaku bisnis yang mengabaikan untuk memberikan penambahan produk dan layanan bagi pelanggan, yang sudah setia memakai produk kita. Pelaku bisnis online mengaku lebih mudah memasarkan produknya melalui media sosial karena sasaran pertamanya adalah orang yang paling dekat dengannya, selain memberikan banyak sekali peluang, bisnis ini juga memiliki beberapa dampak yang akan dihadapi oleh pemilik bisnis yang melakukan pemasaran melalui media sosial atau secara online. Semakin luas peluangnya, makin ramai persaingannya, bila pelaku bisnis kurang inovatif dalam menjalankan pemasaran pada produknya tentu ia akan tertinggal atau bahkan produknya sama sekali tidak akan ditengok oleh calon pembeli

*Euromonitor* merilis perkiraan total penjualan di tahun 2016 dari aktivitas bisnis *E-commerce* di Negara Indonesia adalah sekitar 1.7 persen dan bernilai lebih besar dari negara Tiongkok sebesar 1.4 persen. Hal ini ditandai dengan penjualan di Indonesia dengan sistem online mencapai US\$ 1.1 M melebihi Singapura dan

Thailand sehingga Indonesia masuk kedalam market *E-commerce* tertinggi di wilayah Asia Tenggara. Kondisi ini mengindikasikan bahwa Indonesia memiliki harapan untuk mengadopsi dan mengembangkan *E-commerce*.

Saat ini di Indonesia telah berkembang berbagai jenis *E-commerce*, pertumbuhan ini mengantarkan sejumlah *E-commerce* hasil anak negeri pada kategori unicorn dan dapat bersaing dengan beragam brand di seluruh dunia. Istilah unicorn merupakan sebuah sebutan yang ditujukan bagi perusahaan start-up yang telah memiliki valuasi melebihi US\$ 1 Milyar. Start-up Gojek muncul sebagai platform peraih Unicorn terbesar yang berada di Indonesia. Platform ini mulai bergerak di bidang pelayanan jasa pengantaran, dan mulai merambah di pelayanan pemesanan makanan, pengiriman barang maupun pelayanan lainnya. Gojek juga menjadi pelopor dalam menerapkan pembayaran digital untuk aktivitas pembayarannya. Pada tahun berikutnya, berkembang platform lainnya seperti Shopee, Tiket.com, Lazada, dan sebagainya.

Digitalisasi pada sektor bisnis memiliki beragam manfaat bagi penggunanya, antara lain :

1. Probabilitas pada keterbukaan kesempatan kerja dan perolehan pendapatan yang lebih baik
2. Memperluas market place bagi produsen
3. Dapat menghemat dan memangkas biaya terkait operasional
4. Memperluas jaringan usaha, memperluas jangkauan pelanggan atau konsumen, dan memperluas dalam hal distributor
5. Meminimalisir waktu pengerjaan atau produksi barang

Berdasarkan data aktivitas terkait pemanfaatan *E-commerce* di Indonesia tahun 2020 menyebutkan bahwa terdapat 5 jenis favorit barang yang sering di transaksikan di *E-commerce*, antara lain 61 persen pengguna menggunakan *E-commerce* untuk keperluan membeli fashion, kemudian 59 persen untuk keperluan perjalanan, 49 persen pencarian buku dan music, selanjutnya sebesar 47 untuk



kebutuhan IT dan handphone, serta 45 persen penggunaan untuk hiburan dan tiket acara.<sup>5</sup>

Era globalisasi telah dipercaya oleh pengusaha sebagai suatu persaingan besar karena telah terbukti menimbulkan implikasi pada pertumbuhan ekonomi di negara dunia. Sementara terkait perkembangan teknologi akan terus bergerak sehingga target penjualan juga akan berkembang dengan cepat yang berorientasi pada tingkat profit.<sup>6</sup> Seiring berkembangnya jaman, perubahan teknologi mengakibatkan perubahan pada pola intraksi penjual dan pembeli. Kini, konsumen dapat memanfaatkan teknologi untuk membandingkan satu produk dengan produk lainnya di beragam produsen yang ada, sehingga konsumen tidak perlu datang langsung untuk membandingkannya.

Kemajuan teknologi telah mendorong peran *technopreneur* untuk bersaing dan mendorong terbentuknya paradigma baru terkait persaingan usaha.<sup>7</sup> Hal ini karena kehadirannya mengandung beragam peluang positif yang dimiliki.<sup>8</sup> Pemanfaatan internet mampu mendorong pertumbuhan aktivitas *E-commerce*.<sup>9</sup> Melalui penggunaan situs daring, perusahaan dapat membangun suatu interaksi kepada rekan bisnis dan konsumen dengan efektif, sehingga keberlangsungan aktivitas ekonomi terkait produksi barang, pelayanan barang dan konsumsi atas barang atau jasa semakin kuat.<sup>10</sup> Menurut model Solow-Swan dalam teori neoklasik memaparkan bahwa penguatan pada aspek teknologi, dan kualitas pada kemahiran tenaga kerja merupakan faktor utama dalam pertumbuhan ekonomi.<sup>11</sup> Beragam inovasi dilakukan produsen untuk terus mengembangkan usahanya, yakni salah

---

<sup>5</sup> Nielsen, 5 Jenis Barang yang Paling Diburu Konsumen di E-Commerce, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/11/11/5-sektor-barang-yang-paling-diburu-konsumen>, diakses pada 13 November 2021.

<sup>6</sup> Ibid, h.303

<sup>7</sup> Chandra Gregorius, *Pemasaran Global Edisi 1* (Yogyakarta: Andi, 2001), h.35

<sup>8</sup> Agustin Dyah Utami, Ramadian Agus Triyono "Pemanfaatan Blackberry Sebagai Sarana Komunikasi Dan Penjualan Batik Online Dengan Sistem Dropship Di Batik Solo 85" *Journal Speed Sentra Penelitian Engineering dan Edukasi*, Volume 3 No.3(2011), h.33

<sup>9</sup> Bertha Silvia Sutejo, "Internet Marketing : Konsep dan Persoalan Baru Dunia Pemasaran". *Jurnal Manajemen*, Vol. 6, No.1 (November 2006) h.43

<sup>10</sup> Oviliani Yenty Yuliana "Penggunaan Teknologi Internet dalam Bisnis" *Jurnal Akuntansi & Keuangan* Vol.2, No. 1 (2000), h.44.

<sup>11</sup> Robinson Tarigan, *Op.Cit.* h.52

satunya adalah aspek strategi pemasaran yang berkaitan langsung dengan cara untuk menarik konsumen untuk menggunakan produk yang dimiliki.

Pemanfaatan *E-commerce* belum sepenuhnya diterapkan oleh industri jaket kulit di Kabupaten Garut sebagai kabupaten yang menjadi tujuan wisata di Kota Jawa Barat dengan kekhasan produksi kerajinan jaket kulitnya di Sukaregang. Berbagai olahan kulit domba dan sapi diperjual belikan di sepanjang toko Ahmad Yani dengan beragam harga yang ditawarkan. Meski memiliki harga ekonomis, hasil kerajinan Sukaregang terbukti dapat bersampai sejak tahun 1970 hingga sekarang. Optimalisasi *E-commerce* perlu dikembangkan agar hasil kerajinan ini dapat merambah ke dunia Internasional.<sup>12</sup> tentu hal ini juga akan meningkatkan volume penjualan. Pertumbuhan masyarakat yang melek teknologi dan melakukan online shopping mendorong para pesaing industri e-commerce di kawasan Asia Tenggara terus memanas. Di kutip dari liputan 6, dari sekian banyak pengguna e-commerce, Shopee berhasil mengungguli para kompetitornya, seperti Lazada dan Tokopedia. Hasil tersebut didapatkan dari data perusahaan app analysis, AppAnnie, yang memperlihatkan bahwa e-commerce shopee berhasil menduduki peringkat pertama pada persaingan e-commerce di kawasan Asia Tenggara pada tahun 2018. Fakta tersebut diperkuat dengan adanya hasil ulasan Tech in Asia yang mengonfirmasi kuatnya dominasi di pasar e-commerce. Dari fenomena tersebut menunjukkan bahwa inovasi yang diberikan oleh e-commerce mampu membius masyarakat khususnya remaja. Aplikasi mobile marketplace e-commerce ialah situs wadah jual beli online yang menciptakan inovasi agar dapat menarik keinginan pembeli untuk lebih banyak bertransaksi. Fokus utama e-commerce adalah membuat platform mobile agar orang-orang dapat lebih mudah untuk berjualan, mencari dan berbelanja melalui ponselnya langsung. Selain itu, aplikasi ini memiliki fitur live chat, hashtag serta berbagi (social sharing) agar dapat memudahkan konsumen. Untuk mendapatkan aplikasi ecommerce ini, bisa dengan mendownloadnya di App Store serta Google Play dengan gratis. Pada tahun 2017, Asosiasi Penyelenggara Jasa

---

<sup>12</sup> Er,A.C,Silvapalan Selvadurai, Ardieansyah,Asmadi,&Hamzah Jusoh,“Pembangunan Perindustrian dan Impak Terhadap Ekonomi Lokal di Dumai, Riau, Indonesia”, Jurnal of Social Sciences and Humanities, Universiti Kebangsaan Malaysia,Malaysia, 2011 , h.302

Internet Indonesia (APJII) melaporkan terdapat 143 juta orang yang menggunakan internet, pengguna terbanyak ada pada usia 19-35 tahun. Selain itu, faktor yang mempengaruhi penggunaan internet dapat dilihat pada tingkat ekonomi dan pendidikannya. Jika dilihat dari tingkat pendidikan, mayoritas pengguna internet adalah lulusan S1 dan diploma sebesar 79,23%. E-commerce kini telah lebih fokus pada platform saja. Dengan begitu ecommerce merupakan suatu aplikasi di era modern dengan menggunakan suatu sistem teknologi yang menggunakan internet dengan begitu masyarakat maupun mahasiswa yang senang berbelanja ataupun shopping dan ingin serba instan e-commerce kini hadir memberikan pelayanan yang sangat bagus untuk masarakat yang males berpergian keluar dan ingin nya serba instan.

Popularitas kerajinan kulit di Sukaregang dilatarbelakangi oleh optimalisasi terhadap produktivitas pengolahan kulit di industry rumahan. Produktivitas ini ditandai dengan pertumbuhan pada jumlah usaha rumahan atau industry kecil. Telah berkembang juga inovasi dan kreativitas oleh pelaku pengrajin domba dan sapi untuk menghasilkan berbagai olahan atau produk pakai. Indikator lain yaitu Kabupaten Garut yang letak geografisnya dekat dengan Bandung menjadi salah satu pendorong dalam produktivitas industry penyamakan kulit. Hasil kerajinan Kabupaten Garut telah menembus pasar Internasional melalui aktivitas impor ke berbagai negara, antara lain Cina, Malaysia, Singapura dan Taiwan sebesar US\$ 1.887.408. Berikut data penyamakan kulit pertahun:<sup>13</sup>

**Tabel 1. 1 Data Industri Penyamakan Kulit Kabupaten Garut Tiap Tahun**

| Indikator           | Formal        | Non Formal    | Total          |
|---------------------|---------------|---------------|----------------|
| Jumlah Tenaga Kerja | 225           | 1.495         | 1.750          |
| Jumlah Usaha        | 20            | 330           | 350            |
| Jumlah Investasi    | Rp 15.500.000 | Rp 15.238.080 | Rp 30.738.080  |
| Total Produksi      | Rp 60.000.000 | Rp 50.135.100 | Rp 110.315.100 |

*Sumber: Dinas Perindagkop & UKM Kabupaten Garut*

Pada tabel 1.1 terlihat bahwa data formal dan non formal industri penyamakan kulit, pada unit usaha formal hanya 20 sedangkan non formal 330, pada tenaga kerja

<sup>13</sup> <https://www.Garutkab.go.id/page/kulit-tersamak>

formal hanya 225 sedangkan non formal 1.495, kuantitas justru lebih banyak di sektor non formal dibandingkan formal.

Industri jaket kulit di Kabupaten Garut tergolong kedalam sentra industry kecil-menengah yang bergerak pada spesialisasi penyamakan kulit. Meski demikian, keberadaannya memiliki potensi yang besar apabila dapat terus dikembangkan melalui pemanfaatan usaha bisnis digital. *E-commerce* dipercaya dapat meningkatkan nilai produksi dan pemasaran yang lebih luas. Allah memerintahkan hambanya untuk senantiasa bekerja, berusaha, dan terus berinovasi. Islam juga mengajarkan untuk menjauhi dari sifat malas dan putus asa.<sup>14</sup> Allah SWT telah berfirman pada Q.S Hud:6.

﴿وَمَا مِنْ دَابَّةٍ فِي الْأَرْضِ إِلَّا عَلَى اللَّهِ رِزْقُهَا وَيَعْلَمُ مُسْتَقَرَّهَا وَمُسْتَوْدَعَهَا كُلٌّ فِي كِتَابٍ مُبِينٍ ٦﴾

*“Dan tidak ada suatu binatang melata pun di bumi melainkan Allah-lah yang memberi rezekinya, dan Dia mengetahui tempat berdiam binatang itu dan tempat penyimpanannya. Semuanya tertulis dalam Kitab yang nyata (Lauh mahfuzh).”<sup>15</sup>*

Pada Q.S Hud ayat 6 disebutkan bahwa Allah SWT telah mengatur segala rezeki kepada hambanya, dan Allah SWT juga mengetahui keberadaan setiap hambanya. Dengan demikian, manusia harus berusaha dan menghindari perilaku berputus asa dalam mencari rezeki. Allah berfirman dalam Q.S Saba:36

﴿قُلْ إِنَّ رَبِّي يَبْسُطُ الرِّزْقَ لِمَنْ يَشَاءُ وَيَقْدِرُ وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ ٣٦﴾

*Katakanlah: "Sesungguhnya Tuhanku melapangkan rezeki bagi siapa yang dikehendaki-Nya dan menyempitkan (bagi siapa yang dikehendaki-Nya). akan tetapi kebanyakan manusia tidak mengetahui.”<sup>16</sup>*

Islam mengajarkan untuk berusaha dalam mencari ridha dan rezeki Allah, Islam juga tidak melarang apabila umatnya menjadi seorang yang kaya raya. Hal ini diperkuat pada hadist Rasulullah SAW, *“Setiap muslim harus berusaha sekuat*

<sup>14</sup> Ibid h.68

<sup>15</sup> Hud Ayat 6

<sup>16</sup> Saba (34):36

*tenaga agar keluar dari kemiskinan dan semakin jauh dari kekufuran”* (HR. At-Thabrani). Berdasarkan Dari ayat dan hadits yang telah disebutkan, dapat ditarik kesimpulan bahwa umat Islam haruslah sukses dan kaya. Namun, kekayaan bukanlah milik pribadi, tetapi ada hak pihak lain yang harus diberikan sehingga harta tersebut harus digunakan di jalan Allah SWT.

Berdasarkan beragam literatur yang telah penulis sampaikan, Industri Kulit di Sukaregang, Kabupaten Garut perlu dilakukan pemasaran produk melalui penerapan *E-commerce*. Hal ini bertujuan untuk memajukan Industri Kulit Kabupaten Garut melalui peningkatan nilai produksi dan produktivitas industry. Saat ini pemanfaatan *E-commerce* sangat dibutuhkan dalam hal marketing untuk memperlus jaringan atau hubungan produsen terhadap distributor maupun konsumen. Dengan demikian, peneliti bermaksud untuk meneliti lebih dalam mengenai Industri Kulit di Kabupaten Garut sebagai persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana. Adapun judul yang penulis susun **“Pengaruh Penggunaan Sistem *E-commerce* Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Di sentra Industri Jaket Kulit Suka Regang Kabupaten Garut”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan kesimpulan di atas, penulis memiliki beberapa rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu apakah terdapat pengaruh penggunaan sistem *e-commerce* terhadap peningkatan volume penjualan di Sentra Industri Jakaer Kulit Suka Regang Kabupaten Garut ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Penyusunan skripsi ini antara lain bertujuan untuk :

1. Mengidentifikasi penerapan atau penggunaan *E-commerce* di Pusat Industri Jaket Kulit Sukaregang
2. Mengidentifikasi perkembangan tingkat volume penjualan di Pusat Industri Jaket Kulit Sukaregang
3. Menganalisis implikasi penggunaan *E-commerce* terhadap peningkatan volume penjualan di Pusat Industri Jaket Kulit Sukaregang

#### D. Manfaat Penelitian

Melalui kehadiran skripsi ini, penulis memiliki harapan agar tulisan ini dapat menjadi masukan bagi penyusunan peraturan Pemerintah untuk memajukan perekonomian melalui optimalisasi industry berskala kecil melalui peran Pengusaha. Sementara itu, saya juga berharap skripsi ini bermanfaat secara praktis maupun teoritis.

1. Manfaat Teoritis, melalui tulisan ini penulis berharap dapat berkontribusi bagi kemajuan ilmu ekonomi dan mengembangkan pengetahuan didunia Pendidikan. Selain itu dapat memperluas ilmu pengetahuan mengenai pemanfaatan digitalisasi dalam meningkatkan volume penjualan dalam studi ilmu ekonomi Islam, dan juga dapat memperbanyak literatur di Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Gunung Djati Bandung, khususnya pada jurusan ekonomi Syariah.
2. Manfaat Praktis, melalui penelitian ini penulis dapat mengidentifikasi dan mengimplementasikan peranan *E-commerce*, dan menjadikan tulisan ini sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana di jurusan Ekonomi Syariah di Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

#### E. Kerangka Pemikiran

*E-commerce* → *Bisnis Kecil* → *Pertumbuhan Ekonomi*

Kehadiran sistem digital mendorong pelaku usaha untuk melakukan diversifikasi melalui inovasi dan kreatifitas untuk mampu bersaing dengan pelaku usaha lainnya. Perkembangan ini tentu memberikan implikasi kepada pelaku usaha dan bisnis kecil menengah untuk memajukan bisnisnya. Peran digital bukan hanya mendorong produksi, melainkan berdampak pada siklus pemasaran. Pemasaran yang tepat dan strategis akan mencapai target penjualan yang diharapkan sehingga diperoleh pemaksimalan profit.

Perdagangan atau aktivitas bisnis merupakan cara yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW kepada umatnya dalam memperoleh harta. Penekanan pada etika berbisnis dengan cara terbaik harus dimiliki oleh pelaku usaha, antara lain dengan tidak menipu, berlaku curang, riba dan perilaku zalim lainnya. Etika ini digunakan

pada aktivitas bisnis untuk mengingatkan bahwa perdagangan bukan berorientasi pada profit semata, namun juga bertujuan untuk mencari ridha Allah SWT.

Penelitian ini menganalisis peran dan implikasi *E-commerce* terhadap pertumbuhan volume penjualan di Pusat Jaket Kulit Kabupaten Garut berdasarkan pendekatan etika bisnis Islam. Variabel bebas terdiri dari pemanfaatan *E-commerce*, sedangkan variabel terikat berupa pertumbuhan volume penjualan di Sentra Industri Jaket Kulit Kabupaten Garut. Berikut ini kerangka pikiran penelitian dalam skripsi yang disusun oleh Penulis

