

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**EFEKTIVITAS *E-COMMERCE* DALAM MENINGKATKAN  
PENJUALAN PADA MASA PANDEMI COVID-19  
TERHADAP *STORE CP-SHOPONLINE29*  
PASIR PANGARAIAN**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Melengkapi Tugas Dan Memenuhi Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E)  
Fakultas Syariah dan Hukum



UIN SUSKA RIAU

**OLEH**

**KHUSNUL KHOTIMAH**

**NIM. 11725202961**

**PROGRAM S 1**

**EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGRI SULTAN SYARIF KASIM**

**RIAU**

**1442 H/2021 M**



**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Skripsi ini berjudul *“Efektivitas E-Commerce Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Masa Pandemi Covid19 Terhadap Store Cp-Shoponline29 Pasir Pengaraian”* yang ditulis oleh:

Nama : KHUSNUL KHOTIMAH  
 NIM : 117202961  
 Program Studi : EKONOMI SYARIAH

Dapat diterima dan disetujui untuk diujikan dalam sidang Munaqasah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 19 Maret 2021

Pembimbing Skripsi

Ahmad Namdalah, S.E, M.E sy  
 NIK: 130 217 031

UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul *Efektivitas E-Commerce Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Masa Pandemi Covid-19 Terhadap Store Cp-Shoponline29 Pasir Penagraian*, yang ditulis oleh :

Nama : Khusnul Khotimah  
 NIM : 11725202961  
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada :

Hari / Tanggal : Senin, 15 April 2021  
 Waktu : 08.30 WIB  
 Tempat : Ruang Sidang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum

Telah di perbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 15 April 2021 M  
**TIM PENGUJI MUNAQASYAH**

Ketua  
**Dr. Wahidin, M.Ag**

Sekretaris  
**Madona Khairunnisa , ME.SE**

Penguji I  
**Ade Fariz Fakhruallah, M.Ag**

Penguji II  
**Dr. Syahpawi, M.Sh**

Mengetahui :  
 Dekan Fakultas Syariah dan Hukum



**Dr.Drs.H. Hajar, M.Ag**  
 NIP. 19580712 196803 1 005

SUSKA RIAU

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRAK

### **Khusnul Khotimah (2021): Efektivitas *E-commerce* dalam Meningkatkan Penjualan pada Masa Pandemi Covid19 terhadap Store Cp-Shoponline29 Pasir Pengaraian**

*E-commerce* merupakan segala bentuk transaksi perdagangan barang atau jasa dengan menggunakan media internet, Cp-Shoponline29 adalah salah satu toko *fashion* wanita yang berlokasi di Pasir Pengaraian yang menggunakan strategi *e-commerce* sebagai yang utama dalam transaksi jual belinya. *e-commerce* mempermudah pihak *store* Cp-Shoponline29 dalam mengenalkan produk yang di tawarkan, mempermudah konsumen dalam melakukan pemesanan dengan satu atau dua kali klik saja, dan mempermudah mengatur strategi promosi. Dari data awal di dapat fenomena bahwa jumlah penjualan pada masa pandemi Covid19 di *store* Cp-Shoponline29 mengalami fluktuatif. Adapun masalah dalam penelitian ini bagaimana efektivitas *e-commerce* dalam meningkatkan penjualan di *store* Cp-Shoponline29 pada masa pandemi Covid19 dan bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap transaksi *e-commerce* di *store* Cp-Shoponline29 Pasir Pengaraian.

penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yang mendeskripsikan suatu peristiwa yang terjadi pada saat sekarang. Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah lapangan (*Field Research*), yaitu penelitian yang langsung di lakukan dilapangan atau langsung pada responden. Populasi dalam penelitian ini adalah terdiri dari 5 orang yaitu: 1 orang pimpinan dan 4 orang karyawan, dan metode pengambilan sampel adalah *total sampling*, yang berjumlah 5 orang terdiri dari pimpinan dan karyawan *store* Cp-Shoponline29, dan teknik pengumpulan data adalah melalui, observasi, wawancara, kajian pustaka dan dokumentasi.

Berdasarkan analisis data diketahui bahwa penerapan *e-commerce* efektif dalam meningkatkan penjualan produk di *store* Cp-Shoponline29, berdasarkan hasil pengumpulan data penjualan pada tahun 2019 melalui *e-commerce* sebesar 8.312 dan pada tahun 2020 mengalami peningkatan sebesar 8.537. dan *store* Cp-Shoponline29 dapat melebarkan *store* nya di tengah masa pandemi Covid19. Adapun tinjauan ekonomi Islam terhadap transaksi jual beli melalui *e-commerce* dalam meningkatkan penjualan di *store* Cp-Shoponline29 Pasir Pengaraian, terdiri dari akad, produk, marketing, *dilivery* sesuai dengan ekonomi syariah, namun penulis menemukan ada yang belum sesuai dengan ekonomi Islam yaitu dari segi model foto dan *refund*.

**Kata Kunci:** *Efektivitas, E-commerce, Meningkatkan Penjualan.*

## KATA PENGANTAR



### *Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Syukur alhamdulillah berkat rahmat Allah *subhanahu wata'ala*, yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul: **“Efektivitas *E-Commerce* dalam Meningkatkan Penjualan pada Masa Pandemi Covid-19 Terhadap *Store Cp-Shoponline29 Pasir Pengaraian*”** Sholawat dan salam tidak lupa di sampaikan pada Nabi besar kita yakni Nabi Muhammad *shallallahu 'alaihi wasallam*, yang telah membawa umatnya dari alam kebodohan menuju alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti yang kita rasakan pada saat sekarang ini.

Skripsi ini merupakan persyaratan untuk menyelesaikan Studi Pendidikan Program Strata Satu (SI) di Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Sultas Syarif Kasim Riau guna meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Penulis menyadari dalam proses penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan kesalahan baik dari segi bentuk, tata bahasa maupun dalam bentuk nilai ilmiahnya. Karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk pembelajaran bagi penulis agar tidak mengulang kesalahan yang sama di lain kesempatan.

Dalam proses penulisan skripsi ini penulis banyak mendapat dukungan, dorongan, masukan, arahan dan petunjuk dari segala pihak yang telah meluangkan waktunya. Penulis banyak mendapatkan motivasi dan semangat dari

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

orang-orang terdekat demi kesempurnaan skripsi ini. Maka dari itu di kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sedalam dalamnya kepada:

1. Ayahanda (Muhammad Zakaria) dan Ibuku (Setia Murni) Tercinta, kakakku tercinta (Tuti Susanti), yang telah memberikan dukungan serta bimbingan dan kasih sayang yang tiada tara, penjagaan yang luar biasa dan sekaligus pengorbanan materil maupun moril demi keberhasilan dalam menyelesaikan studi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Seluruh keluarga besar yang turut memberikan bantuan, saran dan motivasi kepada panulis dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M.Ag, selaku Rektor UIN Suska Riau. Bapak Dr. H. Suryan A jamrah, M,A selaku Wakil Rektor 1 UIN Suska Riau. Bapak Dr. H. Kusnadi, M.Pd, selaku Wakil Rektor II UIN Suska Riau. Bapak Dr. H. Promadi, M,A Ph. D selaku Wakil Rektor III UIN Suska Riau, yang telah memberikan izin dan waktu untuk menimba ilmu di UIN Suska Riau ini.
4. Bapak Dr. Drs. H. Hajar, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Syari'ah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak Dr. H. Heri Sunandar, M.Cl selaku Wakil Dekan I, Bapak Dr. Wahidin, M.Ag, selaku Wakil Dekan II, dan Bapak Dr. H. Maghfirah, M.A selaku wakil Dekan III Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Bapak Dr. Syahpawi S.Ag, M.Sh selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah dan Bapak Syamsurizal, SE, M.Sc, Ak selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah, serta staf jurusan Ekonomi Syariah yang telah banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

7. Bapak Ahmad Hamdalah, S.El., M.E,sy yang telah membimbing dan memberikan arahan serta meluangkan waktunya demi menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
8. Prof. Dr. Sudirman M.A selaku Dosen Penasehat Akademis Penulis.
9. Bapak / Ibu dosen yang telah mendidik dan memberikan ilmu-ilmunya kepada penulis, sehingga penulis bisa seperti ini mengerti apa yang belum penulis mengerti.
10. Kepada perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau serta seluruh karyawan dan karyawan yang telah berjasa memberikan pinjaman buku-buku sebagai referensi bagi penulis
11. Terimakasih kepada temann teman ku yang baik hati, Reska Anjelina, Balqisa Asa Hatrina Rizki, Mona Heryulian, Velinda Chelsia Hermafa, Afrisa Yuda Sari, Zulma Nur Sofia, Septiana, yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Keluarga besar Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2017 dan terksusus kepada jurusan ekonomi syariah lokal F, yang kebersamai dari awal kuliah dan sampai saat ini walaupun sekarang jarak kita di pisahkan akibat pandemi Covid19. Teman teman yang setia memberikan semangat, bantuan dan dukungan untuk memperlancar perkuliahan dan penulisan skripsi ini.
13. Serta pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dan dorongan dalam penullisan skripsi ini akhir kata terimakasih atas segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Harapan dan doa penulis semoga kebaikan yang diberikan mendapat balasan serta diberi kemudahan dalam menjalankan aktivitas hidup di dunia sekaligus mendapat pahala yang setimpal dari Allah SWT.

Penulis menyadari dengan sepenuh hati bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan. Untuk itu penulis berharap kepada pembaca untuk memberikan kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat baik bagi penulis maupun pembaca.

Pekanbaru, 11 Maret 2021  
Penulis,

**Khusnul Khotimah**  
**Nim.11725202961**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR BAGAN.....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Batasan Masalah .....	8
C. Rumusan Masalah.....	8
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	9
E. Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	9
F. Metode Penelitian .....	12
G. Sistematika Penulisan .....	17
<b>BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN</b>	
A. Cp-Shoponline29 .....	19
1. Sejarah Singkat Cp-Shoponline29.....	19
2. Visi Cp-Shoponline29 .....	20
3. Misi Cp-Shoponline29.....	20
4. Barang-barang yang dijual Cp-Shoponline29 .....	20
5. Struktur Organisasi .....	21
6. Aktivitas Store Cp-Shoponline29.....	25
7. Toko Online Cp-Shoponline29.....	26
<b>BAB III TINJAUAN TEORI</b>	
A. Efektivitas .....	30
1. Pengertian Efektivitas.....	30
2. Prinsip Efektivitas .....	31
3. Indikator Efektivitas .....	32



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. <i>E-commerce</i> .....	33
1. Pengertian <i>E-commerce</i> .....	33
2. Jenis-jenis <i>E-commerce</i> .....	35
3. Kelebihan dan Kekurangan <i>E-commerce</i> .....	39
4. Karakteristik <i>E-commerce</i> .....	40
5. Mekanisme Transaksi di <i>E-commerce</i> .....	41
C. Meningkatkan Penjualan .....	42
1. Pengertian Penjualan .....	42
2. Tujuan Penjualan.....	43
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Volume Penjualan .	44
4. Indikator Volume Penjualan.....	46
D. Ekonomi Islam.....	46
1. Pengertian Ekonomi Islam .....	46
2. Karakteristik Ekonomi Islam.....	48
3. <i>E-commerce</i> dalam Ekonomi Islam.....	49

**BAB IV HASIL PENELITIAN**

A. Efektivitas <i>E-commerce</i> Pada Masa Pandemi dalam Meningkatkan Penjualan Pada Store Cp-Shoponline29 Pasir Pangaraian .....	51
B. Faktor-faktor Pendukung dan Penghambat Transaksi Jual Beli Melalui <i>E-commerce</i> .....	69
C. Tinjauan Ekonomi Islam terhadap Transaksi <i>E-Commerce</i> pada Store Cp-Shoponline29 .....	72

**BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	81
B. Saran .....	82

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

**RIWAYAT PENULIS**

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Data Jumlah Penjualan Online Store Cp-Shoponline29 Bulan Januari s/d Agustus 2020.....	7
Tabel IV.1	Penjualan Produk Store Cp-Shoponline29 Pasir Pangaraian Tahun 2019 .....	66
Tabel IV.2	Penjualan Produk Store Cp-Shoponline29 Pasir Pangaraian Tahun 2020\ .....	67
Tabel IV.3	Hasil Penjualan Produk Store Cp-Shoponline29 Pasir Pangaraian Tahun 2019-2020 .....	68

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1	<i>Website</i> Store Cp-Shoponline29.....	27
Gambar II.2	Shopee Store Cp-Shoponline29.....	28
Gambar II.3	Instagram Store Cp-Shoponline29 .....	29
Gambar IV.1	Discount Pada Saat Chindy Berulang Tahun dan Event Kemerdekaan.....	57
Gambar IV.2	Beberapa Foto Produk dan Penilaian Konsumen .....	61

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR BAGAN

Bagan II.1	Struktur Organisasi CP-Shoponline29.....	22
------------	--	----



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Tahun 2020 merupakan tahun yang berat bagi dunia ketika tiba tiba muncul wabah Covid-19. Covid-19 atau dikenal pula dengan *Corona Virus* merupakan penyakit *zoonosis* yang ditularkan dari hewan ke manusia. Yang awalnya muncul secara lokal di Wuhan-China, lalu merebak dan memporakporandakan sendi-sendi perekonomian dunia. Ketika Covid-19 mulai muncul pada akhir tahun 2019 mulai mewabah dan meledak secara lokal di China pada akhir Januari 2020, kemudian merembet ke seluruh dunia sepanjang bulan Februari hingga akhir Mei.

Pandemi Covid-19 memiliki dampak besar pada keberlangsungan bisnis usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Berdasarkan hasil survey, sebanyak 96% pelaku usaha mengaku sudah mengalami dampak negatif Covid-19 terhadap proses bisnisnya (sebanyak 1.785 koperasi dan 163.713 pelaku usaha mikro kecil menengah). Sebanyak 75% diantaranya mengalami dampak penurunan penjualan yang signifikan. Tak hanya itu, 51% pelaku usaha meyakini kemungkinan besar bisnis yang dijalankan hanya akan bertahan satu bulan hingga tiga bulan kedepan. Sebanyak 67% pelaku usaha mengalami ketidakpastian dalam memperoleh akses dana darurat, dan 75% merasa tidak mengerti bagaimana membuat kebijakan dimasa krisis sementara, hanya 13% pelaku usaha yakin, mereka memiliki rencana

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

penanganan krisis dan menemukan solusi untuk mempertahankan bisnis mereka.<sup>1</sup> Hal ini menjadikan perekonomian negara melemah.

Meskipun di satu sisi perekonomian melemah, namun di sisi lain, perekonomian juga mengalami peningkatan, yaitu bidang perdagangan elektronik (*electornic commerce* atau *e-commerce*). Pendapatan beberapa *website* ritel dunia memperlihatkan pertumbuhan signifikan selama pandemi Covid19.<sup>2</sup>

Menurut kepala Depertemen kebijakan sistem pembayaran Bank Indonesia selama pandemi penjualan *e-commerce* meningkat 26% dengan konsumen baru 51%. Pembayaran digital ikut juga meningkat dengan adanya penggunaan teknologi. Lebih dari 70% porsi transaksi kredivo berasal dari *e-commerce*, selain itu, aktivitas ekonomi di *e-commerce* tercatat naik hingga 40,6%. Penjualan *online* melonjak tajam pada masa pandemi Covid19.<sup>3</sup>

Hal ini membuktikan globalisasi membawa dampak perkembangan di berbagai bidang dan lini. Perkembangan teknologi adalah salah satu isu utama yang masih menjadi pusat perhatian untuk beberapa waktu terakhir. Isu perkembangan teknologi ini tidak luput dari munculnya internet sebagai salah satu media yang sangat membantu dan memberikan sebuah realitas baru kepada umat manusia sehingga internet menyebabkan perubahan dalam dunia ini.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> Noer Soetjipto, *Ketahanan UMKM Jawa Timur Melintasi Pandemi Covid-19*, (Yogyakarta: K-Media,2020), h.6.

<sup>2</sup> Sandra Ayu dan Ahmad Lahmi, "Peranan E-Commerce Terhadap Perekonomian Indonesia Selama Pandemi Covid19", *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, Vol. 9 No.1 (2020), h.115.

<sup>3</sup> *Ibid.*

<sup>4</sup> Abdul Wahib dan Mohammad Labib, *Kejahatan Masyarkat (Cybercrime)*, (Bandung: Aditama, 2005), h.31.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Sarjan Kasim Riau

Kemajuan teknologi komunikasi dan jaringan terutama internet, menyediakan infrastruktur yang dibutuhkan untuk bisnis. Teknologi berfungsi untuk memudahkan proses atau mempersingkat langkah langkah kerja (dari sepuluh tahap menjadi dua tahap). Perkembangan teknologi komputer dan telekomunikasi yang sangat pesat ini telah mengakibatkan terjadinya revolusi di dunia perdagangan dan industri. Jika dulu transaksi bisnis harus dilakukan secara tatap muka, melibatkan sejumlah fasilitas sumber daya fisik, dan mempertukarkan barang jasa terkait uang kertas dan receh, pada saat ini transaksi dapat dilakukan oleh siapa saja dan dari mana saja secara fleksibel, dilakukan dengan menggunakan peralatan elektronik (komputer, personal *digital assistant*, dsb) dan internet, dimana proses pembayaran dilakukan dengan mekanisme transfer informasi keuangan (*credit card, digital money*).<sup>5</sup>

Internet telah dijadikan standar resmi dalam aktivitas sehari hari mulai dari hanya sebagai sarana penunjang bagi terlaksananya sebuah bisnis maupun *core* bisnis itu sendiri.<sup>6</sup> Efektivitas dan efisiensi jelas menjadi sebuah prioritas utama yang harus dipertimbangkan oleh para pihak yang melakukan jual beli terlebih oleh pihak pelaku ekonomi seperti sebuah perusahaan karena dengan semakin efektif dan efisien suatu pekerjaan dilakukan, maka keuntungan juga akan semakin banyak didapatkan.

Internet memberikan banyak kemudahan dalam melakukan proses pemasaran. Diantaranya adalah konsumen tidak perlu datang langsung ke toko

<sup>5</sup> Candra Ahmadi dan Dadang hermawan, *E-Business dan E-Commerce*, (Yogyakarta:CV Andi Offset,2017), h.44.

<sup>6</sup> Ridwan Sanjaya dan Wisnu Sanjaya, *Membangun Kerajaan Bisnis Online (Tuntutan Praktis Menjadi Pebisnis Online)*, (Jakarta: Kompas Gramedia,2009), h.2.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

untuk memilih barang yang ingin dibeli dan bagi perusahaan dapat melaksanakan kegiatan transaksi selama 24 jam. Dari segi keuangan konsumen dapat menghemat biaya yang dikeluarkan dan bagi pengusaha dapat menghemat biaya promosi, apabila lokasi toko jauh, konsumen dapat menghemat ongkos perjalanan dengan diganti biaya pengiriman yang jauh lebih murah dan perusahaan dapat memasarkan tokonya lebih luas.<sup>7</sup>

*E-commerce* merupakan wujud kemajuan teknologi pada aspek bisnis.

*E-commerce* juga merupakan salah satu cara berbelanja secara online yang memang seiring dengan kehadiran internet dalam kehidupan kita. *E-Commerce* merupakan aktivitas pembelian dan penjualan melalui jaringan internet dimana pembeli dan penjual tidak bertemu secara langsung, melainkan berkomunikasi melalui media internet.<sup>8</sup>

Menurut David Baum defenisi *e-commerce* yang sudah distandarkan dan disepakati bersama adalah: *e-commerce* merupakan suatu set dinamis teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik perdagangan barang, pelayan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *e-commerce* merupakan proses pembelian dan penjualan jasa atau produk antara dua belah pihak melalui internet (*Commerce-net*) dan sejenis mekanisme bisnis elektronik dengan fokus pada

<sup>7</sup> Sabhur Miftah Maulana, Heri Susilo dan Riyadi, "Implementasi E-Commerce sebagai Media Penjual Online", *Jurnal Prodi Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya*, Vol.29 No.1, (2015), h.2.

<sup>8</sup> Candra Ahmadi dan Dadang Hermawan, *Op.Cit*, h.35

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultanahar Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet sebagai media pertukaran barang atau jasa, baik antar intansi atau individu (*NetReady*).<sup>9</sup>

*E-commerce* secara sederhana dapat diartikan sebagai suatu bentuk transaksi jual beli yang di lakukan secara *online* dengan menggunakan jaringan internet. Berdasarkan Fatwa Dewan Pengawas Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia ( DSN MUI) Nomor 05/DSN-MUI/IV/2000/, jual beli salam diartikan sebagai jual beli barang dengan cara pemesanan dan pembayaran terlebih dahulu dengan syarat-syarat tertentu. Jual beli *online* juga sama dengan bentuk *as-salam* karena sama-sama berbentuk pemesana yang pembayarannya dilakukan di awal.

Firman Allah SWT Q.S An-Nisaa Ayat 29:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ  
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

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 diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu” (An-nisa 4:29)<sup>10</sup>

Berdasarkan ayat diatas jelas bahwa Islam sangat mendorong umatnya untuk menjadi seorang pedagang. Dalam transaksi jual beli online sama halnya dengan transaksi jual beli biasa hanya medianya saja yang berbeda.

<sup>9</sup> Kasmir dan Adi Nurdian Candra, “Penerapan E-Commerc Berbasis Business To Consumers untuk Meningkatkan Penjualan Produk Makanan Ringan Khas Pringsewu”, *jurnal: Prodi Manajemen Informatika, Prodi Sistem Informasi, STMIK Pringsewu, Lampung*, Vol.15 No.2, (2017), h.110.

<sup>10</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-hidayah al-qur'an Tafsir kata Tajwid*, (Jakarta: Kaim,2017), h.84.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Kejujuran merupakan hal yang harus di perhatikan oleh setiap pelaku bisnis *online* ini karena antara penjual dan pembeli tidak bertemu secara langsung.

Sebelum masa pandemi Covid-19 *e-commerce* mungkin hanya sebatas pilihan bagi para pedangang dan konsumen, namun di masa pandemi Covid-19 *e-commerce* adalah kebutuhan bagi sebagian orang, untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

Berdasarkan uraian diatas *e-commerce* menawarkan suatu metode belanja secara langsung, banyak sekali manfaat *e-commerce* di masa pandemi, karena dengan adanya *e-commerce* orang orang tidak perlu keluar rumah untuk melakukan suatu transaksi. Pelaku usaha yang menerapkan sistem *e-commerce* tetap mampu bertahan di masa pendemi. Dikarenakan sekarang pada umumnya anak muda sampai dengan orang tua sibuk dengan gadget. Selain untuk belajar, mencari informasi, gadget juga digunakan sebagai strategi jual beli *online*.

Cp.Shoponline29 adalah salah satu toko *Fashion* Wanita yang beralamat di Simpang Tugu Pasir Pengarain Kabupaten Rokan Hulu. Yang mana mengadopsi *e-commerce* dalam transasksi jual belinya. *Store* Cp-Shoponline29 sudah berdiri lama, macam-macam barang yang dijual adalah *fashion* wanita, seperti baju, hijab, tas, sandal, sepatu, aksesoris dan *skin care*, dll. Selain melayani secara *online* mereka juga melayani secara *offline*. Dan menyediakan pembelian secara ecer dan grosir.

Berdasarkan wawancara awal kepada pihak Cp.Shoponline29 ia mangatakan bahwa untuk tetap bertahan di masa pandemi. Kami menyediakan

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

jasa jual beli *online* dengan melalui pesanan dari aplikasi Shopee, *website* dan *WhatsApp*. Untuk menarik konsumen kami juga berupaya melakukan strategi *give away*, dan potongan harga untuk kosumen yang sudah menjadi member.<sup>11</sup>

Untuk data jumlah penjualan online dapat dilihat pada table berikut.

**Tabel I.1**  
**Data Jumlah Penjualan Online Store Cp.Shoponline29**  
**Bulan Januari s/d Agustus 2020**

No	Bulan	Jumlah Penjualan
1	Januari	786 pcs
2	Februari	829 pcs
3	Maret	193 pcs
4	April	354 pcs
5	Mei	586 pcs
6	Juni	745 pcs
7	Juli	794 pcs
8	Agustus	881 pcs

Berdasarkan tabel di atas jumlah penjualan barang pada bulan Januari sampai Agustus 2020 pada *store* Cp.Shoponline29 mengalami fluktuatif.

Penjualan tertinggi terjadi pada bulan Februari yaitu sebanyak 829 pcs dan pada bulan Maret terjadi kemunduran dratis yaitu 193 pcs ini karena dampak pandemi Covid19. Meskipun demikian pada bulan-bulan selanjutnya *store* Cp-Shoponline29 mampu meningkatkan penjualan mereka di tengah masa pandemi Covid19. Pihak Cp.Shoponline29 sudah berupaya menetapkan beberapa strategi agar bisa meningkatkan penjualan dimasa pandemi Covid-19.

<sup>11</sup> Cindhy Pratiwi (pemilik store Cp.Shoponline29), wawancara, 08 Agustus 2020, Simpang Tugu Pasir Pengaraian.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berdasarkan permasalahan diatas penelitian ini akan menganalisis tentang efektivitas *e-commerce* melalui pemasaran online, maka penulis mengangkat judul **“Efektivitas *E-commerce* dalam Meningkatkan Penjualan pada Masa Pandemi Covid-19 terhadap Store Cp.Shoponline29 Pasir Pengaraian“**

### B. Batasan Masalah

Supaya penelitian ini terarah maka penulis membatasi masalah penelitian pada efektivitas *e-commerce* dalam meningkatkan penjualan pada masa pandemi Covid-19 terhadap store Cp.Shoponline29 Pasir Pengaraian.

### C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dapat dikemukakan beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana efektivitas *e-commerce* dalam meningkatkan penjualan pada masa pandemi Covid-19 terhadap store Cp.Shoponline29 Pasir Pengaraian?
2. Bagaimana faktor-faktor pendukung dan penghambat jual beli melalui *e-commerce* pada masa pendemi Covid-19 terhadap store Cp.Shoponline29 Pasir Pengaraian?
3. Bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap transaksi *e-commerce* pada masa pandemi Covid-19 di store Cp.Shoponline29 Pasir Pengaraian ?



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

#### 1. Tujuan penelitian

- a. Untuk mengetahui efektivitas *e-commerce* dalam meningkatkan penjualan pada masa pandemi Covid-19 terhadap *store* Cp.Shoponline29 Pasir Pengaraian.
- b. Untuk mengetahui fakto-faktor pendukung dan penghambat jual beli melalui *e-commerce* pada masa pendemi Covid-19 terhadap *store* Cp.Shoponline29 Pasir Pengaraian?
- c. Untuk mengetahui tinjauan ekonomi Islam terhadap transaksi jual beli di *e-commerce* pada masa pandemi Covid-19 terhadap *store* Cp.Shoponline29 Pasir Pengaraian.

#### 2. Kegunaan Penelitian

- a. Sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE) pada Fakultas Syariah dan Hukum Uin Suska Riau.
- b. Bagi pengusaha, sebagai sumbangan pemikiran dalam memecahkan masalah yang di hadapi.
- c. Sebagai bahan bagi pihak yang memerlukan informasi mengenai efektivitas *e-commerce* dalam meningkatkan penjualan pada masa pandemi Covid-19 terhadap *store* Cp.Shoponline29 Pasir Pengaraian.
- d. Supaya berguna dan bermanfaat bagi orang-orang yang ingin memperlajarinya dan membacanya.

### E. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang relevean dengan judul sebagai berikut:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Penelitian Fatmawati dengan judul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pratik *Dorship Online* (Studi kasus Ariana Shop)”. Dengan permasalahan pada praktik *dropship online* di Ariana Shop, yang kemudian dianalisis menggunakan tinjauan hukum islam. Penelitian ini menyimpulkan bahwa dalam praktek *dropship online* di Ariana Shop ini, penjual *dropship* tidak memiliki atau menyediakan barang yang akan di jual, ia hanya bermodalkan foto posting di toko onlinenya. Ditinjau dari hukum Islam dari segi kepemilikan barang yang dijual di Ariana Shop ini hukumnya sah, dikarenakan barang yang di perjual belikan adalah hasil kerja sama antara penjual *dropshipper* dengan *supplier* selaku pemilik barang asli. Dan untuk akad yang digunakan dalam transaksi jual beli ini merupakan akad *as-salam* dan itu diperbolehkan. Persamaan penelitian yang dilakukan dengan penulis adalah sama sama meneliti tentang penjualan *online*. Perbedaan penelitian yang dilakukan penulis bagaimana efektivitas *e-commerce* pada masa pandemi Covid-19 dalam meningkatkan penjualan ditinjau menurut ekonomi Islam.
2. Penelitian Swata Priambada dengan judul “ Manfaat Penggunaan Media Sosial Pada Usaha Kecil Menengah (UKM), dengan permasalahan mengidentifikasi penggunaan media sosial dan manfaat pada UKM di wilayah Malang Raya dan Surabaya dari penelitian ini menunjukkan media sosial berpotensi untuk meningkatkan pangsa pasar dan volume penjualan. Persamaan penelitian adalah sama sama meneliti jual beli



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

online dalam meningkatkan penjualan. perbedaannya penelitian yang dilakukan penulis bagaimana efektivitas *e-commerce* pada masa pandemi Covid-19 dalam meningkatkan penjualan di tinjau menurut ekonomi Islam.

3. Penelitian Anita Ratmawati, berjudul “ Tinjauan Hukum Islam Terhadap Promosi Etika Penjualan Melalui Media Online (Studi Kasus Toko Aldis Store Desa Sampang Kecamatan Sampang Kabupaten Cilacap). Hasil dari penelitian tersebut adalah dalam melakukan promosi pada media harus dengan kedaan yang sebenarnya agar tidak menimbulkan kekecewaan terhadap konsumen. Praktik etika promosi bertujuan untuk memberitahu masyarakat melalui media seperti *bbm*, *Instagram*, *Facebook* dan lain lain. Dari segi periklanan yang dilakukan Toko Aldis Store sudah sesuai dengan ketentuan yang benar, dari segi transaksinya sudah sesuai dengan syariat kebanyakan dilakukan secara tunai dan jelas. Perbedaan penelitian ini adalah lebih memfokuskan pada efektivitas *e-commerce* dalam meningkatkan penjualan pada masa pandemi Covid19.

Berdasarkan penelitian terdahulu diatas, yang mana persamaan penelitian sama-sama meneliti tentang jual beli memanfaatkan teknologi dan media online, namun belum secara spesifik membahas terkait efektivitas *e-commerce* dalam meningkatkan penjualan. Selain itu perbedaan lokasi juga memungkinkan hasil penelitian yang berbeda. Dengan demikian penelitian ini berbeda dengan peneliti yang sudah ada.

## F. Metode Penelitian

### 1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang langsung dilakukan dilapangan atau pada responden.<sup>12</sup> Adapun lokasi penelitian ini dilakukan pada Store CP.Shoponline29, Simpang Tugu, Pasir Pengarain, Rokan Hulu.

### 2. Subjek dan Objek Penelitian

#### a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah pimpinan (pemilik) *Store Cp-Shoponline29* dan karyawan (kasir, Admin dan SPG) *store Cp.Shopeonline29 Pasir Pengaraian*.

#### b. Objek Penelitian

Yang menjadi objek penelitian ini adalah Efektivitas *E-commerce* dalam Meningkatkan Penjualan Pada Masa Pandemi Covid-19 Terhadap *Store Cp.Shoponline29 Pasir*.

### 3. Populasi dan Sampel Penelitian

#### a. Populasi

Populasi adalah keseluruhan (*universum*) dari objek / subjek penelitian yang dapat berupa manusia, gejala, peristiwa, sikap hidup dan sebagainya. Sehingga objek objek ini dapat menjadi sumber data penelitian yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

<sup>12</sup> M.Iqbal Hasan, *Pokok Pokok Metodologi Penelitian & Aplikasinya*, Cet ke1. (Jakarta: Ghalia Indonesia), 2002, h.11

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kesimpulan.<sup>13</sup> Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah 1 orang Pimpinan (pemilik) *Store Cp-Shoponline29* dan karyawan *store Cp-Shoponline29* yang berjumlah 4 orang.

#### b. Sampel

Sampel adalah bagian kecil dari populasi yang biasanya dipilih untuk dianalisis, sampel bisa satu atau lebih dari satu sub sampel (bagian dari sampel) yang di pilih dari berbagai titik populasi.<sup>14</sup> Tujuan berbagai teknik penentuan sampel ialah agar diperoleh cuplikan yang representatif bagi populasinya.<sup>15</sup> Sampel dalam penelitian di tetapkan dengan teknik *total sampling* mengingat populasi dalam penelitian ini relatif kecil, yaitu 5 (lima) orang. Berdasarkan penelitian diatas maka yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah pimpinan dan karyawan *Store Cp.Shopeonline29*. yang berjumlah 5 orang terdiri dari pimpinan *store Cp-Shoponline29* , kasir, Admin, SPG (*sales promotion girl*) dan bagian gudang *store Cp-Shoponline29*.

#### 4. Sumber Data

Data dalam penelitian ini dikelompokkan kepada dua kelompok:

##### a. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari sumber utamanya. Sehingga data primer adalah data yang diperoleh dari hasil observasi lapangan, wawancara dan dokumentasi.<sup>16</sup>

<sup>13</sup> Syofian Siregar, “*Metode Penelitian Kuantitatif*”, (Jakarta: Kencana,2013), h.30.

<sup>14</sup> Yoni Atma, “*Prinsip Analisis Komponen Pangan Makro & Mikro Nutrien*”, (Yogyakarta: Andi,2017), h.16.

<sup>15</sup> Yeri Sutopo dan Achmad Slamet, “*Statistika Inferensi*”, (Yogyakarta: Andi,2017), h.16.

<sup>16</sup> R.A. Supriyono, *Akuntansi Keperilakuan*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press,2018), h.48.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### b. Data Sukunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh atau dikumpulkan dari pihak lain, semisal data hasil penelitian pihak lain digunakan untuk data penelitian, data yang diperoleh dari studi kepustakaan.<sup>17</sup>

#### c. Data Tersier

Data tersier adalah data yang di peroleh dari olahan data sekunder. Dari tersier biasanya di peroleh dari media masa atau instansi yang tinggi jabatannya.<sup>18</sup>

### 5. Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data penelitian ada beberapa metode atau cara mengumpulkan data tersebut yaitu:

#### a. Observasi

Observasi, yaitu cara mengumpulkan data yang penulis lakukan dengan mengamati gejala gejala yang ada di lapangan. Penulis mengumpulkan secara langsung pada *Store Cp.Shoponline29* di Simpang Tugu Kecamatan Pasir Pengarain Kabupaten Rokan Hulu untuk mendapatkan gambaran secara nyata baik subjek maupun objek penelitian.

#### b. Wawancara

Wawawancara, yaitu metode pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan pertanyaan secara bebas dan terstruktur

<sup>17</sup> Catur Yuantri dan Sri Handayani, *Buku Ajar Biostatik Deskriptif & Inferensial*, (Badan Penerbit Universitas Dian Nuswantoro, cetakanke-2,2017), h.14.

<sup>18</sup> Tri Cahyono, *Statistika Terapan dan Indikator Kesehatan*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), h.7



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan tujuan untuk memperoleh informasi secara luas mengenai objek penelitian. Adapun pihak-pihak yang di wawancarai dalam penelitian ini terdiri dari pimpinan dan karyawan *store* Cp-Shoponline<sup>29</sup>.

#### c. Kajian Pustaka

Kajian pustaka adalah metode pengumpulan data yang digunakan penelitian dalam mencari dan mengumpulkan data yang dapat mendukung dan menguatkan penelitian yang penulis lakukan. Metode ini dilakukan dengan mengkaji berbagai *literature* yang mendukung dan berkaitan dengan objek penelitian.

#### d. Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data yang digunakan dalam metodologi penelitian sosial.<sup>19</sup> Yaitu data penguat berupa laporan keuangan penjualan, situs-situs yang di gunakan dalam pemasaran.

### 6. Metode Penulisan

Analisa data yang dilakukan dengan metode deskriptif kualitatif yaitu Analisis yang tidak menggunakan model matematik, model statistik dan ekonometrik atau model model tertentu lainnya. Analisa data yang dilakukan terbatas pada teknik pengolahan datanya, seperti pada pengecekan data dan tabulasi, dalam hal ini sekedar membaca tabel tabel, grafik grafik atau angka angka yang tersedia kemudian melakukan uraian

<sup>19</sup> Burhan.Bugin, *Penelitian Kualitatif (Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial lainnya)*, (Jakarta:Putra Grafika,2007), h.121.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penafsiran.<sup>20</sup> Analisa data yang bersifat penjelasan dari data data dan informasi yang berkaitan dengan teori dan konsep konsep yang mendukung.

## 7. Metode Analisa Data

Setelah memperoleh data data dengan cara diatas dan untuk pembahasan selanjutnya metode penulisan yang penulis gunakan adalah:

### a. Deskriptif

Deskriptif adalah catatan tentang apa yang sesungguhnya sedang diamati, yang benar benar terjadi menurut apa yang dilihat, didengar dan diamati dengan alat alat indra peneliti. Dalam metode penulisan ini berisi kutipan kutipan fakta yang diungkapkan dilapangan untuk memberikan dukungan terhadap apa yang bersifat yang disajikan dalam laporannya.<sup>21</sup>

### b. Induktif

Induktif adalah menggabungkan data data yang bersifat khusus yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Dengan metode ini, penulis juga memaparkan data data yang bersifat khusus, untuk selanjutnya dianalisa dan disimpulkan menjadi data yang bersifat umum.<sup>22</sup>

<sup>20</sup> M. Iqbal Hasan, *Pokok Pokok Materi Metodologi Penelitian & Aplikasinya*, Cet. Ke-1. (Jakarta: Ghalia Indonesia 2002), h.98.

<sup>21</sup> Alibu Anggit & Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jawa Barat: CV jejak,2018), h.11.

<sup>22</sup> Saifudin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar,2010), h.40.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### c. Deduktif

Deduktif yaitu mengemukakan data data yang bersifat umum yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, kemudian dianalisa dan ditarik kesimpulan yang bersifat khusus.

### G. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas tentang masalah yang dibahas, penulis skripsi ini dibagi dalam lima bab, dimana antara bab yang satu dengan bab yang lain merupakan suatu kesatuan dengan uraian sebagai berikut:

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab pendahuluan yang membahas berbagai gambaran singkat dan mencapai tujuan penulis yang meliputi : latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, metode penelitian, penelitian terdahulu dan sistematika penulisan.

#### **BAB II : LOKASI PENELITIAN**

Pada bab ini membahas tentang lokasi penelitian, sejarah store Cp.Shoponline29, struktur organisasi store Cp.Shoponline29 di Simpang Tugu Pasir Pengaraian Rokan Hulu.

#### **BAB III : TINJAUAN UMUM**

Dalam bab ini penulis akan menguraikan tentang, pengertian efektifitas, pengertian *e-commerce*, pengertian penjualan, tinjauan ekonomi islam terhadap transaksi jual beli melalui *e-commerce*.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**BAB IV : HASIL PENELITIAN**

Bab ini membahas tentang hasil penelitian tentang efektivitas *e-commerce* dalam meningkatkan pendapatan pada masa pandemi Covid-19 pada store Cp.Shoponline29 Pasir Pengaraian.

**BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab penutup ini berisi uraian tentang pokok pokok kesimpulan dan saran yang perlu disampaikan kepada pihak pihak yang berkepentingan dengan hasil penelitian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB II

### GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

#### A. Cp-Shoponline29

##### 1. Sejarah Singkat Cp-Shoponline29

Cp-Shoponline29 yang beralamat di Kelurahan Simpang Tugu, Kecamatan Pasir Pengaraian, Kabupaten Rokan Hulu. Cp-Shoponline29 didirikan oleh Chindy Pratiwi pada tahun 2015, yang mana pada awal usahanya, Chindy Pratiwi memulai dengan sistem *Dropshipper* seiring dengan berjalannya waktu usaha yang di rintis semakin berkembang dan mulai membuka sebuah toko pada tanggal 25 Oktober 2015. Di usianya yang masih sangat muda dia sudah mampu membuka toko dengan hasil keringatnya sendiri, sampai saat ini Chindy sudah sering kali di undang untuk menjadi pembicara di *event* yang di adakan di daerahnya.

Nama Cp-Shoponline29 sendiri diambil dari berbagai singkatan yang berarti Cp adalah singkatan dari nama owner yaitu “Chindy Pratiwi” dan Shop *online* yang mana pada awal usahanya merupakan sistem *dropshipper* dan angka 29 sendiri merupakan tanggal lahir nya sendiri (29 oktober 1996).

Tujuan didirikannya Cp-Shoponline29 ini adalah guna memenuhi kebutuahn *fashion* bagi warga Simpang Tugu dan sekitarnya, sehingga masyarakat tidak perlu lagi ke Ujung Batu atau Pekanbaru untuk berbelanja *fashion*. Hingga saat ini Cp-Shoponline29 selalu meningkatkan pelayanan kepada masyarakat Simpang Tugu khususnya, salah satu

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pelayanan yang diberikan adalah pelanggan dapat memesan produk atau sekedar menanyakan produk kepada admin dan SPG (*Sales Promotion Girl*) melalui toko *online* yang di sediakan di *store* Cp-Shoponline29 terlebih dahulu sebelum datang langsung ke toko. Dan di masa pandemi seperti ini juga Cindhy menyediakan jasa COD bagi konsumen yang beralamat di pasir pengaraian. Dengan strategi pemasaran seperti ini diharapkan kualitas pelayan dapat meningkatkan kepuasan bagi konsumen.<sup>23</sup>

### 2. Visi Cp-Shoponline29

Menjadi referensi bagi masyarakat dalam memilih *fashion* yang *up to date* dan menentukan kosmetik dengan harga terjangkau dengan kualitas yang baik.

### 3. Misi Cp-Shoponline29

- a. Memberikan inspirasi kepada masyarakat dalam menentukan *fashion* model terbaru.
- b. Menyediakan solusi bagi kecantikan paras wanita .

### 4. Barang-barang yang di Jual Cp-Shoponline29

Cp-Shoponline29 menghadirkan sandal sebagai produk dengan namanya sendiri. Namun, tidak hanya itu, Cp-Shoponline29 juga menyediakan busana, hijab, aksesoris, hingga tas dan sepatu. Tersedia dari beragam warna dan model model terbaru yang menarik. Produk produk Cp-Shoponline29 merupakan pilihan yang tepat untuk menemani *costumer* dalam berbagai situasi.

<sup>23</sup> Cindhy Pratiwi (Pemilik Store Cp-Shoponline29), Wawancara, 06 Desember 2020, Kelurahan Simpang Tugu, Pasir Pengaraian

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Cp-Shoponline29 juga menyediakan kosmetik untuk melengkapi kebutuhan costumer terhadap produk produk kecantikan mulai dari perlengkapan *skin care*, *make-up*, seperti *lipstick*, bedak, *BB cream*, *eye brow*, *eye shadow*, *blush on*, *mascara*, dan *make up removal*, hingga perawatan tubuh seperti masker, *fashial wash*, *hair cream*, *nail polish*. dan perawatan wanita lainnya untuk menunjang kecantikan wajah dan perawatan tubuh sehari hari.<sup>24</sup>

Cp-Shoponline29 juga menyediakan barang barang yang trend pada masa kini, seperti *ring light led*, lampu uv pengering kuku, lampu led meja rias, kaca, *hair dryer*, dan untuk barang barang diatas dijual dengan sistem PO ( *Pre Order*).

Pada masa pandemi Covid19 ini store Cp-Shoponline29 juga menyediakan masker, *hand sanitaizer*, konektor masker, strap masker dan sebagainya.

## 5. Struktur Organisasi

Adanya pembagian tugas yang jelas, maka batas batas wewenang dapat di tentukan oleh bagian bagian yang melaksanakan pekerjaan sehingga organisasi berjalan dengan efektif. Struktur organisasi yang baik adalah organisasi yang memenuhi syarat sehat dan efisien. Struktur organisasi yang sehat berarti tiap satuan organisasi dapat menjalankan peranannya dengan tertip sedangkan organisasi yang efisien berarti dalam menjalankan peranannya tersebut masing masing satuan organisasi dapat mencapai perbandingan yang tepat antara usaha dan jenis kerja.

---

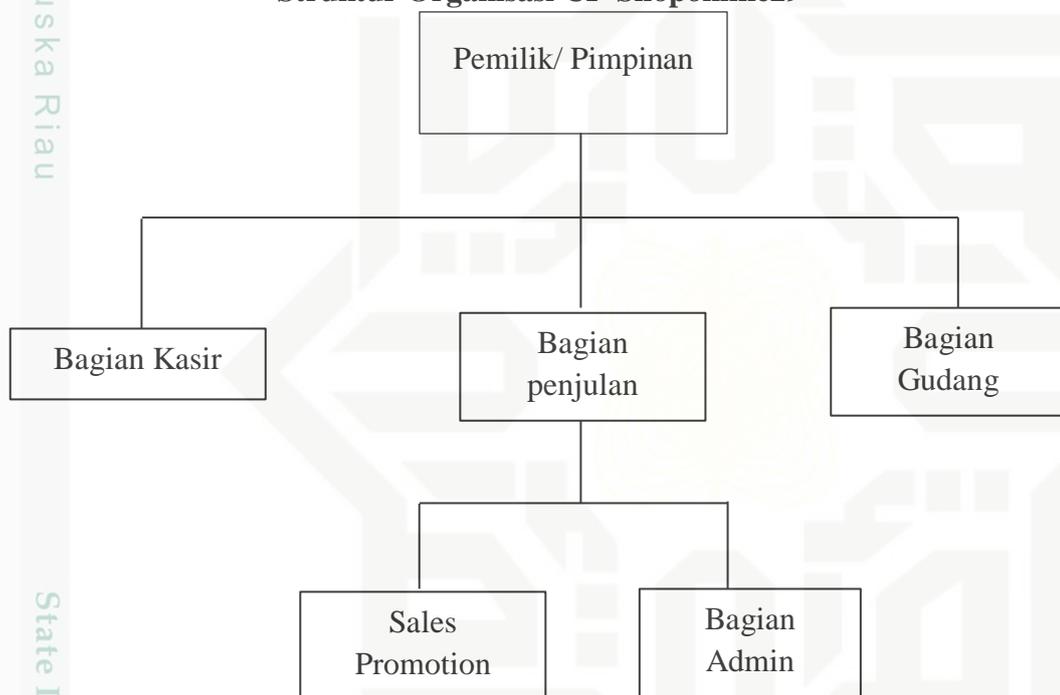
<sup>24</sup> *Ibid*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Cp-Shoonline29 Simpang Tugu merupakan salah satu usaha dagang. Sebagai suatu bentuk badan usaha maka mencapai tujuannya juga membentuk struktur organisasi berbentuk garis atau lini terlihat pada gambar, adapun rincian tugas masing masing bagian dalam perusahaan adalah sebagai berikut:<sup>25</sup>

**Bagan II.1**  
**Struktur Organisasi CP-Shoonline29**



Adapun pengertian dan uraian tugas masing masing bagian adalah sebagai berikut:

- a. Pemilik/Pimpinan

Pimpinan adalah

Tugas dan Wewenang:

<sup>25</sup> Cindhy Pratiwi (Pemilik Store Cp-Shoonline29), Wawancara, 06 Desember 2020, Kelurahan Simpang Tugu, Pasir Pengaraian

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 1) Merupakan pimpinan tertinggi pada *store* Cp-Shoponline29, bertugas menentukan arah dan kebijakan dari perusahaan sesuai rencana yang telah di tetapkan.
- 2) Menerima laporan setiap aktivitas perusahaan dan bertanggung jawab terhadap seluruh kejadian dalam perusahaan serta mengambil keputusan hal hal yang penting.
- 3) Menjadi model di setiap foto produk *store*.
- 4) Menerima dan memberhentikan karyawan.
- 5) Menerima seluruh laporan keuangan.

## b. Bagian Kasir

Kasir adalah orang yang bertugas dibagian pembayaran untuk melayani konsumen dalam transaksi pembayaran barang belanjaan serta meng-input barang belanjaan ke sistem komputer.<sup>26</sup>

Bertugas:

- 1) Menerima setiap hasil pembayaran dari konsumen.
- 2) Mencatat semua transaksi yang ada di *store* Cp.Shoponline29
- 3) Menyimpan bukti pembayaran dengan kartu debit/ kartu kredit.

## c. Bagian Admin

Admin adalah pegawai perusahaan yang memiliki tugas dan pekerjaan untuk mengelola tata administrasi perusahaan.<sup>27</sup>

Bertugas:

<sup>26</sup> Ivan Ariakandi, *Sukses Berbisnis Ritel*, (Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama,2010),

<sup>27</sup>*Ibid* , h.45

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 1) Mengelola akun dari sisi konten, baik merancang dan membuat konten yang menarik untuk pemasaran produk.
- 2) Membalas setiap chat yang masuk baik di Instagram, shopee, Whatsapp dan Facebook.
- 3) Menjawab semua pertanyaan dan komentar maupun keluhan yang datang dari para *followers*.
- 4) Mencatat setiap transaksi dari media sosial.

#### d. Bagian *Sales Promotion Girl*

*Sales Promotion Girl* adalah karyawan yang menjaga toko dan tugas utamanya adalah melayani konsumen yang sedang berbelanja.<sup>28</sup>

Bertugas:

- 1) Melakukan promosi di media sosial
  - 2) Melayani konsumen selama proses jual beli produk produk.
  - 3) Melakukan pengecekan setiap produk yang dijual apakah telah sesuai dengan harga yang telah di tetapkan.
  - 4) Melayani konsumen/pembeli dengan ramah agar dapat memuaskan konsumen.
- #### e. Bagian Gudang

Anak Gudang adalah orang atau karyawan yang bertugas di bagian gudang.<sup>29</sup>

Bertugas:

- 1) Memastikan barang terjaga dengan baik.

<sup>28</sup> *Ibid*, h.26

<sup>29</sup> *Ibid*, h.24.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 2) Memastikan barang terhitung dengan baik.
- 3) Memastikan data komputer sama dengan data fisik.
- 4) Menjaga dan memelihara kebersihan gudang.

### 6. Aktivitas Store Cp-Shoponline29

Menurut uraian sebelumnya bahwa Cp-Shoponline29 bergerak di bidang penjualan berbagai jenis pakaian, aksesoris dan kosmetik, dengan harga yang beragam. Adapun aktivitas yang di lakukan *store* Cp-Shoponline29 saat ini adalah melayani kosumen baik secara langsung atau melalui *website*, *Shopee* dan *WahtsApp*, setiap barang yang masuk ke store Cp-Shoponline29 akan di *riview* melalui *insta story* Instagram dan Facebook oleh SPG (*sales promotion girl*) dan pimpinan *store* Cp-Shoponline29.

Pembeli yang tertarik dengan produk yang di tawarkan dapat membelinya melalui *website*, *Shopee* dan *WhatsApss*. *Store* Cp-Shoponline29 menyediakan grosir dan eceran. Pembeli yang ingin melakukan pemesanan melalui *WhatsApp* harus mengirimkan format order dan melakukan proses pembayaran terlebih dahulu dengan mengirim sejumlah uang sesuai total pembelian ke rekening Chindy Pratiwi dan mengirimkan bukti transfer tersebut sebagai tanda jadi pembelian. Dan *store* Cp-Shoponline29 juga akan mengadakan *give away* dan *discount* jika ada even tertentu.

Dalam menjalan kegiatan usahanya *store* Cp-Shoponline29 tidak hanya melayani transaksi secara online namun juga secara *offline*, *store*



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Cp-Shoponline29 buka setiap harinya mulai pukul 08:00-22:00 WIB. Jadwal itupun tidak pasti tergantung kondisi bisa di percepat atau di perlambat tergantung banyak atau tidaknya pekerjaan di *store*.<sup>30</sup>

### 7. Toko Online Cp-Shoponline29 di Internet<sup>31</sup>

Akun usaha yang digunakan oleh Chindy Pratiwi selaku pemilik *store* Cp-Shoponline29 untuk memperlancar kegiatan usahanya adalah:

#### a. Website

*Website* adalah : salah satu bentuk layanan jasa penyewaan tempat di internet yang memungkinkan perorangan ataupun organisasi menampilkan layanan jasa atau produknya di web/situs internet . pada dasarnya web merupakan komputer biasa namun menggunakan beberapa komponen dan dasar sebuah server serta disarannkan harus mampu untuk *online* 24 jam setiap hari dan tanpa harus dimatikan dalam jangka waktu yang lebih lama daripada komputer biasa. Penyewaan web ini merupakan sarana laternatif yang andal untuk promosi, menyebarkan informasi, berjualan, layanan publik, sampai dengan sekedar untuk menumpahkan isi hati kedalam buku harian berbasis web.

Chindy Pratiwi menggunakan website dengan nama CPSHOPONLINE, untuk menjual produknya dan memperkenalkan kemasyarakat luas.

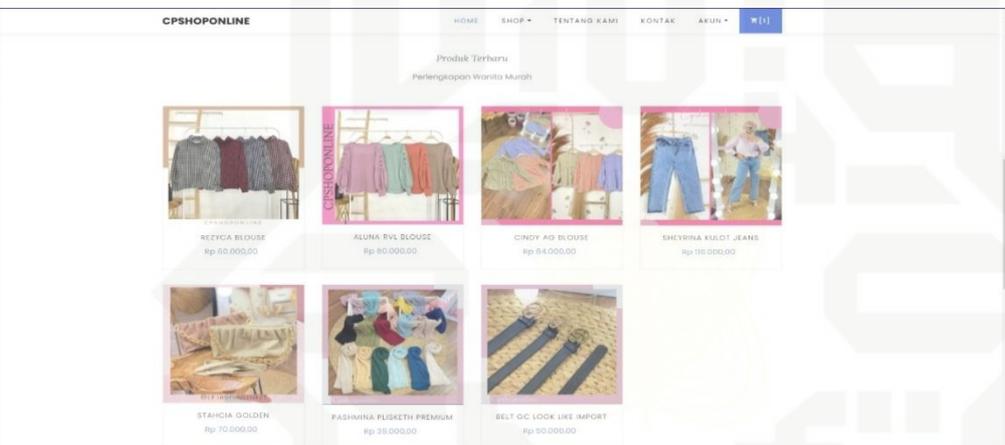
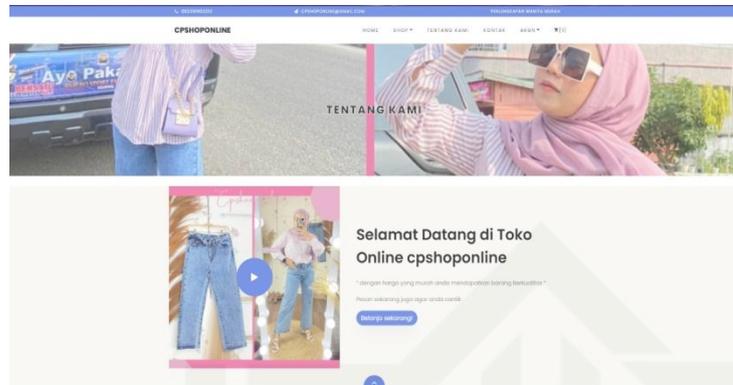
<sup>30</sup> *Ibid*

<sup>31</sup> *Ibid*

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Gambar II.1**  
**Website Store Cp-Shoponline29**



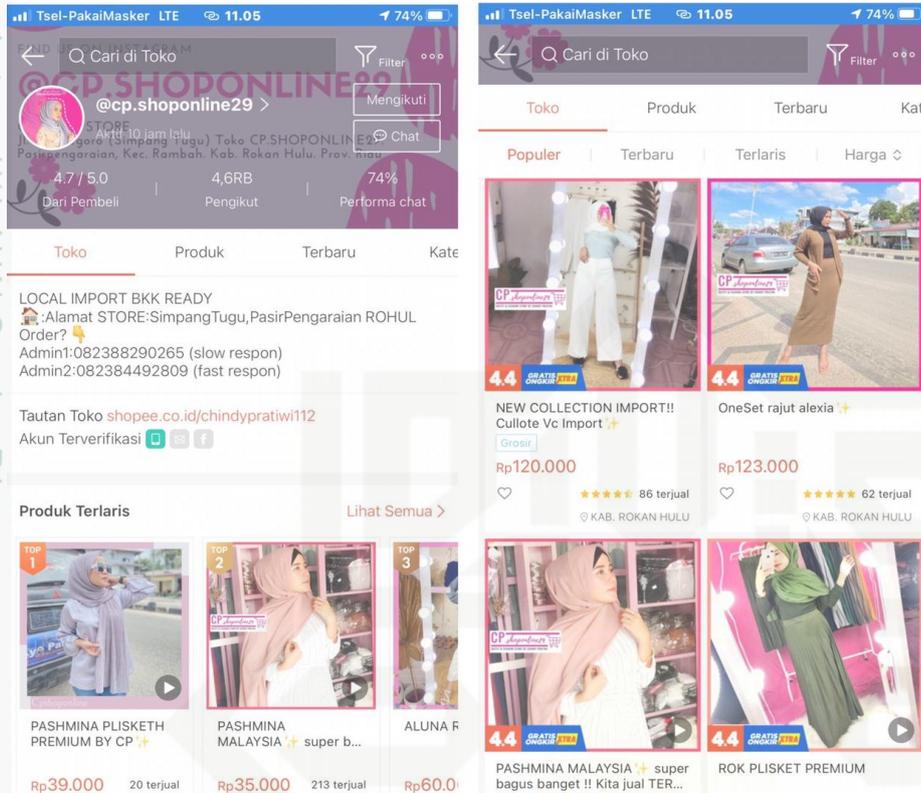
### b. Shopee

Shopee merupakan sebuah aplikasi jual beli online yang dapat diakses dengan mudah oleh penggunanya. Chindy mengatakan bahwa ia mendaftarkan nama tokonya di shopee dengan nama toko Cp.Shoponline29 untuk memasarkan produknya agar dapat dijangkau oleh masyarakat luas dan meningkatkan penjualan produknya. Ia mendaftarkan tokonya dalam program gratis ongkir agar pembelinya memperoleh gratis ongkir dengan ketentuan berlaku ketika berbelanja di tokonya. Gratis ongkir tersebut diperoleh minimal dengan belanja Rp90.000 menggunakan jasa kirim J&T, JNE, dan sicepat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Gambar II.2**  
**Shopee Store Cp-Shoponline29**



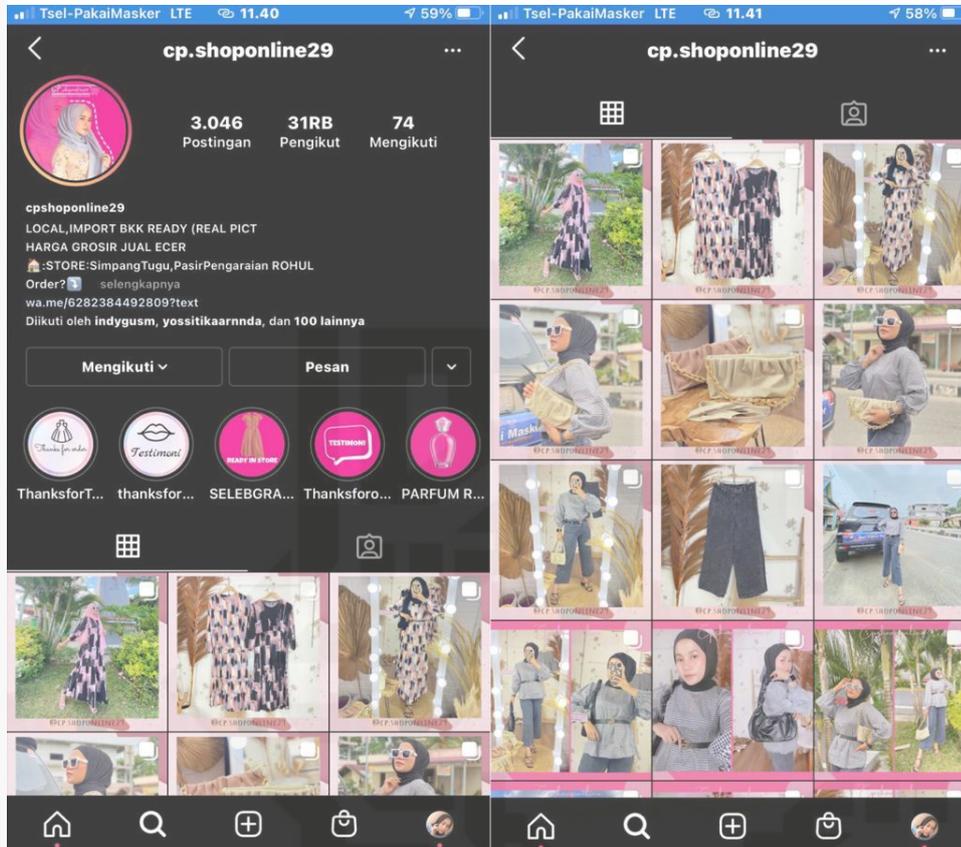
Sumber: Shopee

**c. Instagram**

Instagram merupakan salah satu media sosial yang dapat digunakan untuk mengunggah foto dan video serta berbagai cerita. Chindy mengatakan bahwa ia menggunakan Instagram dengan nama “Cp.Shoponline29” untuk memperkenalkan produknya agar dapat lebih dikenal secara luas. Setiap kali ada produk baru dan restock, ia memperkenalkan produk tersebut terlebih dahulu di Instagram dengan mengunggah foto produk secara detail. Berikut akun Instagram store Cp-Shoponline29:

Gambar II.3

## Instagram Store Cp-Shoponline29



sumber: Instagram

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB III

### TINJAUAN TEORITIS

#### A. Efektivitas

##### 1. Pengertian Efektivitas

Kata efektifitas berasal dari kamus Bahasa Inggris *effective* yang artinya berhasil atau sesuatu yang berhasil dilakukan dengan baik.<sup>32</sup> Disebut efektif apabila tercapai tujuan ataupun sasaran seperti yang telah ditentukan. Dalam manajemen keuangan dan akuntansi perbankan, efektivitas berarti tingkat sejauh mana tujuan atau sasaran tercapai.<sup>33</sup> Sedangkan dalam kamus istilah ekonomi efektifitas merupakan suatu besaran atau angka untuk menunjukkan sampai seberapa jauh sasaran (target) tercapai.<sup>34</sup>

Menurut ahli manajemen Peter Brucker yang dikutip dari buku Manajemen karangan T.Hani Handoko efektivitas adalah melakukan pekerjaan yang benar (*doing the right things*). Efektivitas adalah kemampuan untuk memilih tujuan yang tepat atau peralatan yang tepat untuk mencapai tujuan.<sup>35</sup>

Menurut Gibson, Efektivitas adalah pencapaian tujuan dan sasaran yang telah disepakati untuk mencapai tujuan usaha bersama. Tingkat

---

<sup>32</sup> S.Wojowasito dan Tito Wasito W, *Kamus Inggris Indonesia – Inonesia Inggris*,(Bandung: Hasta,2007), h.49.

<sup>33</sup> Amin Widjaja Tunggal, *Kamus Manajemen Keuangan dan Akuntansi Perbankan* ,(Jakarta:Rineka Cipta,1997), Cet. Ke-1, h.100.

<sup>34</sup> Ety Rochaety dan Ratih Tresnanti, *Kamus Istilah Ekonomi* ,(Jakarta: Bumi Akasara,2005), h.71.

<sup>35</sup> T. Hani Handoko, *Manajemen*, (Yogyakarta: BPFE,1998), Cet Ke-2, h.7.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tujuan dan sasaran itu menunjukkan tingkat efektivitas. Tercapainya tujuan dan sasaran itu ditentukan oleh tingkat pengorbanan yang dikeluarkan.<sup>36</sup>

Dari beberapa definisi efektivitas menurut para ahli tersebut dijelaskan bahwa efektivitas merupakan taraf sampai sejauh mana peningkatan kesejahteraan manusia dengan adanya suatu program tertentu, karena kesejahteraan manusia merupakan tujuan dari proses pembangunan. Efektifitas merupakan keadaan yang berpengaruh terhadap suatu hal yang berkesan, kamanjuran, keberhasilan usaha, tindakan ataupun hal yang berlaku. Jadi suatu kegiatan organisasi dikatakan efektif apabila suatu kegiatan organisasi tersebut berjalan sesuai aturan dan berjalan sesuai target yang di tentukan oleh suatu organisasi tersebut.

## 2. Prinsip Efektivitas

Dari deskripsi di atas tentang efektivitas, dapat disimpulkan bahwa efektivitas mengacu kepada pencapaian tujuan, yaitu pengukuran dalam arti tercapainya sasaran atau tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.

Efektivitas mudah dimengerti bila dipandang sebagai kemampuan organisasi mendapatkan dan memanfaatkan sumber daya yang tersedia untuk mencapai tujuannya yaitu:<sup>37</sup>

- a. Kemampuan menyesuaikan diri ( keluwesan)
- b. Produktivitas
- c. Kemampuan kerja
- d. Mencari sumber daya
- e. Kualitas kerja.

<sup>36</sup> Gibson JL JM Invan , JH Donnelly, *Organisasi*, terjemahan Agus Dharma, (Jakarta: Erlangga, 2001), h. 120

<sup>37</sup> M. Richard Streers, *Efektivitas Organisasi*, (Jakarta:Erlangga, 2001), h. 205



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 3. Indikator Efektivitas

Adapun indikator atau ukuran mengenai pencapaian tujuan efektif atau tidak, sebagaimana dikemukakan oleh S.P Siagian, yaitu:<sup>38</sup>

- a. Kejelasan tujuan yang hendak di capai, hal ini di maksudkan supaya karyawan dalam pelaksanaan tugas mencapai sasaran yang terarah dan tujuan organisasi dapat tercapai.
- b. Kejelasan strategi pencapaian tujuan, telah diketahui bahwa strategi adalah sasaran yang telah di tentukan agar para implementer tidak tersesat dalam pencapaian tujuan organisasi.
- c. Proses analisis dan perumusan kebijakan yang mantap, berkaitan dengan tujuan yang hendak dicapai dan strategi yang telah di tetapkan artinya kebijakan harus mampu menjembatani tujuan tujuan dengan usaha usaha pelaksanaan kegiatan operasional.
- d. Perencanaan yang matang, pada hakekatnya berarti memutuskan sekarang apa yang dikerjakan oleh organisasi di masa depan.
- e. Penyusunan program yang tepat, suatu rencana yang baik masih perlu dijabarkan dalam program program pelaksanaan yang tepat, jika pelaksanaan belum tepat para pelaksana akan kurang memiliki pedoman bertindak dalam bekerja.
- f. Tersedianya sarana dan prasarana kerja, salah satu indikator efektivitas organisasi adalah kemampuan bekerja secara produktif, dengan sarana dan prasarana yang tersedia dan mungkin yang disediakan oleh organisasi.

<sup>38</sup> Sondang P. Siagian, *Kiat Meningkatkan Produktivitas Kerja*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2002), h.77.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- g. Pelaksanaan yang efektif dan efisien, bagaimanapun baiknya suatu program apabila tidak dilaksanakan secara efektif dan efisien maka organisasi tersebut tidak akan membeli, menjual, baik dalam bentuk barang dan jasa ataupun informasi yang dilakukan melalui internet.

## B. *E-commerce*

### 1. Pengertian *E-commerce*

*E-commerce* atau *Electronic Commerce* jika ditinjau dari asal bahasanya maka terdiri dari *electronic* dan *commerce* yang mengindikasikan sebuah arti perdagangan melalui elektronik atau lebih lengkapnya bisa disebut sebagai proses pelaksanaan transaksi bisnis seperti: distribusi, pembelian, penjualan, dan pelayanan yang dilakukan secara elektronik melalui jaringan komputer terutama internet dan juga jaringan eksternal. Dengan kata lain *e-commerce* adalah pemanfaatan internet untuk berbagai aktivitas usaha. Kegiatan bisnis yang dilakukan secara online itu bisa meliputi pemasaran, promosi, *public relation*, transaksi pembayaran dan jadwal pengiriman barang, serta masih sangat terbuka kemungkinan inovasi kegiatan bisnis online seiring dengan perkembangan teknologi *e-commerce* itu sendiri.<sup>39</sup>

*E-commerce* adalah penjualan atau pembelian barang dan jasa, antara perusahaan, rumah tangga, individu pemerintah, dan masyarakat atau organisasi swasta lainnya, yang dilakukan melalui komputer pada

<sup>39</sup> Yuswan Tio Arisandi, "Efektivitas Penerapan E-commerce dalam Pengembangan Usaha Kecil Menengah di Sentra Industri Sandal dan Sepatu Wedoko Kabupaten Siduarjo", *jurnal Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Airlangga*, Vol.8 No.1, Juli Desember (2018), h.8.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

media jaringan. Barang-barang dan jasa dipesan melalui jaringan tersebut, tetapi pembayaran dan pengiriman dapat dilakukan di akhir baik secara *online* maupun *offline*.<sup>40</sup>

*Electronic commerce* (EC) merupakan konsep baru yang bisa digambarkan sebagai proses jual beli barang atau jasa dengan menggunakan *world wide web* internet atau proses jual beli atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui informasi.<sup>41</sup> *E-commerce* merupakan transaksi yang dilakukan secara elektronik, salah satu media yang digunakan adalah internet.

Laudon mendefinisikan *electronic commerce* sebagai: “ *The process of buying and selling goods electronically by consumers and from company to company through computerized business transaction.*” Dari defenisi tersebut ada tiga poin utama dalam *e-commerce* yaitu:

- a. Adanya proses baik penjualan maupun pembelian secara elektronik.
- b. Adanya konsumen atau perusahaan.
- c. Jaringan pengguna komputer secara online untuk melakukan transaksi bisnis.<sup>42</sup>

Menurut David Baum defenisi *e-commerce* yang sudah distandarkan dan disepakati bersama adalah: *e-commerce* merupakan suatu set dinamis teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan

<sup>40</sup> Candra Ahmdi dan Dadang hermawan, *E-Business dan E-Commerce*, ( Yogyakarta: CV Andi Offset,2017) , h.35-36.

<sup>41</sup> I Gusti Made Karmawan, “Dampak Peningkatan Kepuasan Pelanggan Dalam Proses Bisnis ECommerce Pada Perusahaan Amazon.com ComTech”, Vol. 5 No.2, Desember (2014), h.749

<sup>42</sup> Didi Achjari, “Potensi Manfaat dan Problem di E-Commerce”, *jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol.15 No.3, Januari (2011), h.388.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perusahaan, konsumen dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik perdagangan barang, pelayan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *e-commerce* merupakan proses pembelian dan penjualan jasa atau produk antara dua belah pihak melalui internet (*Commerce-net*) dan sejenis mekanisme bisnis elektronik dengan fokus pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet sebagai media pertukaran barang atau jasa, baik antar instansi atau individu (*NetReady*).<sup>43</sup>

## 2. Jenis Jenis *E-commerce*<sup>44</sup>

*E-commerce* merupakan aktivitas pembelian dan penjualan melalui jaringan internet di mana pembeli dan penjual tidak bertemu secara langsung, melainkan berkomunikasi melalui media internet. *E-commerce* memiliki berbagai macam jenis transaksi dalam menerapkan sistemnya.<sup>45</sup> Jenis-jenis *e-commerce* yang banyak dilakukan di Indonesia saat ini diantaranya sebagai berikut:

### a. *Classifieds* atau Daftar Iklan Baris

*Classified* atau daftar iklan baris merupakan bentuk yang paling sederhana dari usaha *e-commerce*. Bentuk bisnis ini berupa layanan yang diberikan oleh perusahaan untuk mempertemukan produsen dan konsumen. Perusahaan memberikan ruangan pada produsen untuk memajang atau memamerkan barang dagangannya. konsumen yang

<sup>43</sup> Kasmir dan Adi Nurdian Candra, Op.Cit,h.110

<sup>44</sup> Wahyudiyono, "Transaksi E-Commerce Masyarakat Jawa Timur". *Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika*, Vol.6 No.3,(2016), h.4.

<sup>45</sup> Candra Ahmadi dan Dadang hermawan, *Op.Cit*, h.35-3

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tertarik dengan produk yang ditawarkan tersebut langsung berhubungan dengan produsen. Produsen dan konsumen bebas melakukan transaksi di manapun sesuai dengan kesepakatan mereka.

Perusahaan *e-commerce* tidak bertanggungjawab terhadap jalannya transaksi tersebut. Perusahaan *e-commerce* memperoleh keuntungan dari iklan premium yang terpasang di website tersebut. Perusahaan *e-commerce* Indonesia yang menggunakan bentuk bisnis ini antara lain: Berniaga, OLX, dll. Barang barang ini yang di jual dalam perusahaan ini umumnya barang bekas.

b. *Marketplace C2C (Costumer to Cosmtumers)*

Perusahaan *e-commerce* ini adalah perusahaan yang menyediakan tempat sebagai media promosi barang dagangan para penjual dan perusahaan *e-commerce* juga memberikan layanan metode pembayaran dari transaksi online yang dilakukan. Hal tersebut menjadi ciri utama dari bentuk bisnis *e-commerce marketplace C2C*. pada umumnya pihak *e-commerce* akan memberikan layanan *Escrow* atau rekening pihak ketiga.

Fungsi dari *Escrow* tersebut adalah sebagai jembatan antara penjual dan pembeli dan pihak *e-commerce*. Jika sudah terjadi kesepakatan pembelian, pembeli harus menstransfer dana kepada pihak *Escrow*, penjual bisa mengrimkan barang kepada pembeli. Dan setelah konsumen mengkonfirmasi kedatangan barang, maka pihak *Escrow* akan memberikan uangnya kepada produsen. Selain lebih

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

aman, dengan menggunakan jasa *Escrow* jika terjadi masalah dengan barang, dana akan bisa dikembalikan pada pembeli. Perusahaan *e-commerce* yang mengadopsi bentuk bisnis ini adalah, Tokopedia, shoppee Lamido dan sebagainya.

c. *Shopping Mall*

Bentuk bisnis *e-commerce shopping Mall* adalah perusahaan *e-commerce* yang memberikan layanannya kurang lebih sama dengan bentuk bisnis Marketplace C2C tetapi penjual yang ada pada *e-commerce* tersebut hanya *brand brand* besar yang telah mempunyai nama di pasar lokal atau internasional. Untuk masuk dalam layanan tersebut membutuhkan verifikasi yang tidak mudah atas penjualannya. Dari segi keuntungan, pihak *e-commerce* bisa menarik komisi dari penjual yang notabeneanya brand besar tersebut. Dengan begitu pendapatannya bisa lebih besar. Bentuk bisnis ini diterapkan oleh Blibli.

d. Toko online B2C (*Business to Costumers*)

Pada dasarnya bentuk bisnis ini lebih berfokus pada penjualan barang atau produk milik perusahaan *e-commerce* itu sendiri. Sehingga semua keuntungan dari penjualan produk murni dimiliki oleh perusahaan *e-commerce* dan tidak dibagi dengan pihak lain. Jenis bisnis ini merupakan salah satu bentuk yang paling berkembang di Indonesia, namun dalam perkembangan bentuk bisnis ini tentunya tidak mudah. Selain diperlukan modal yang sangat besar, ketersediaan

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pasokan barang serta sistem penjualan semuanya harus di *handle* oleh pihak *e-commerce*.

Beberapa perusahaan *e-commerce* yang menerapkan bentuk bisnis ini antara lain Lazada, Bhineka, Berry Benka dll. Namun perusahaan *e-commerce* tersebut juga memiliki sistem layaknya Marketplace C2C yang dapat menerima penjual mandiri yang memiliki barang yang cukup banyak dan terjamin ketersediaan.

#### e. *Social Media Shop*

Bentuk bisnis *e-commerce* ini bisa berkembang seiring dengan perkembangan sosial media yang makin menanjak. Potensi dari sosial media tersebut kini di manfaatkan langsung oleh perusahaan *e-commerce* dengan membangun bisnis yang berbasis pada sosial media tersebut. Pada awalnya *facebook* menyediakan *fanpage* yang bisa digunakan untuk menawarkan barang untuk dijual. *Fanpage* adalah halaman khusus layaknya blog yang menyediakkn informasi yang beragam sesuai dengan keinginan pemiliknya, mulai dari perusahaan, pendidikan, layanan, produk fisik, artis, komunitas dll. Saat ini sosial media menjadi lahan utama perkembangan bisnis ini masih didominasi oleh *facebook*, namun dengan pergeseran tren sosial media yang terjadi sekarang juga telah membuka persaingan baru seperti *instagram* dan *twitter*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 3. Kelebihan dan Kelemahan *E-commerce*<sup>46</sup>

#### a. Kelebihan *E-commerce*

- 1) *Revenue Stream* (aliran pendapatan)  
Aliran pendapatan baru yang mungkin lebih menjanjikan yang mana tidak bisa di temui di sistem transaksi tradisional.
- 2) Dapat meningkatkan *market exposure* (pangsa pasar)
- 3) Menurunkan biaya operasional ( *operating cost*)
- 4) Melebarkan jangkauan (*global reach*)
- 5) Meningkatkan *costumer loyalty*
- 6) Meningkatkan *supplier management*
- 7) Memperpendek waktu produksi
- 8) Meningkatkan *value chain* ( mata rantai pendapatan)

#### b. Kelemahan *E-commerce*<sup>47</sup>

- 1) Kehilangan segi finansial secara langsung karena kecurangan.  
Seorang penipu menstransfer uang dari rekening satu ke rekening lainnya atau dia telah mengganti semua data finansial yang ada.
- 2) Pencurian informasi rahasia yang berharga. Gangguan yang timbul bisa menyikap semua informasi rahasia tersebut kepada pihak pihak yang tidak berhak dan mengakibatkan kerugian besar bagi si korban.
- 3) Kehilangan kesempatan bisnis karena gangguan pelayanan.  
Kesalahan ini merupakan kesalahan non teknis seperti aliran listrik tiba tiba padam dan hilangnya jaringan.

<sup>46</sup> Candra Ahmadi dan Dadang hermawan, *Op.Cit*, h,13

<sup>47</sup> *Ibid*, h.13



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 4) Penggunaan akses kesumber oleh pihak yang tidak berhak. Misalkan seorang hacker yang berhasil membobol sebuah sistem perbankan.
- 5) Dapat menyebabkan kehilangan kepercayaan dari para konsumen. Ini karena berbagai macam faktor seperti usaha yang dilakukan dengan sengaja oleh pihak lain yang berusaha menjatuhkan reputasi perusahaan tersebut.
- 6) Dapat menimbulkan kerugian yang tidak terduga. Disebabkan oleh gangguan yang dilakukan dengan sengaja, ketidakjujuran, praktek bisnis yang tidak benar, kesalahan manusia atau kesalahan sistem.

#### 4. Karakteristik *E-commerce*

Transaksi di *e-commerce* berbeda dengan transaksi konvensional, transaksi di *e-commerce* mempunyai karakteristik yang khusus yaitu:<sup>48</sup>

- a. Memperluas pasar  
Jangkauan pasar dapat menjadi luas dibandingkan sistem bisnis tradisional yang terbatas pada lokasi.
- b. Biaya terkendali  
Perusahaan tidak perlu hadir secara fisik namun dapat melakukan transaksi dengan konsumen dari berbagai tempat.
- c. Efisien  
Melalui sistem *paperless*, dimana distribusi dapat dilakukan secara elektronik maka akan ada penghematan waktu pengiriman, biaya kertas, prangko dll.

<sup>48</sup> *Ibid.* h,11.



d. Efektif

Konsumen dapat memperoleh informasi dan bertransaksi setiap saat dengan cepat.

e. *Cash flow* terjamin

Dengan sistem *e-commerce cash flow* perusahaan akan terjamin karena perusahaan akan menerima pembayaran terlebih dahulu sebelum mengirim barang yang dipesan konsumen. Dengan begitu dapat memperkecil modal.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

## 5. Mekanisme Transaksi di *E-commerce*

Pembeli yang akan berbelanja di toko online dapat menggunakan fasilitas *shopping cart*. *Shopping cart* adalah sebuah software di situs web yang mengizinkan pelanggan untuk melihat toko yang anda buka, kemudian memilih item barang untuk diletakkan dalam kereta dorong yang kemudian membelinya saat melakukan *check out*. Konsep *shopping cart* ini meniru kereta belanja yang biasa digunakan orang untuk berbelanja di pasar swalayan atau mall, barang barang yang dimasukkan dalam *shopping cart* masih bisa dibatalkan, jika pembeli berniat melakukan pembatalan pembelian barang tersebut. Jika pembeli ingin membayar cukup dengan melakukan *check out* dan mengisi formulir yang tertera di *e-commerce* dan memilih metode pembayaran yang diinginkan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



## C. Meningkatkan Penjualan

### 1. Pengertian Penjualan

Istilah penjualan sering disamakan dengan pemasaran. Padahal dalam kenyataannya kedua istilah tersebut berbeda. Pemasaran adalah ruang lingkup yang luas, sedangkan penjualan termasuk bagian dari kegiatan pemasaran. Untuk memperoleh gambaran yang jelas haruslah diketahui terlebih dahulu definisi dari pemasaran.

Pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang, jasa, ide kepada sasaran agar dapat mencapai tujuan organisasi.<sup>49</sup>

Dari defenisi tersebut dapat kita simpulkan bahwa proses pemasaran di mulai jauh sebelum barang barang produksi, tidak dimulai sejak barang produksi selesai dan juga tidak berakhir dengan penjualan, dengan kata lain penjualan merupakan kegiatan dalam pemasaran.

Penjualan merupakan hal paling menentukan tingkat kesuksesan suatu usaha, karena dengan adanya penjualan suatu usaha akan mendapatkan keuntungan. Semakin tinggi atau semakin banyaknya penjualan keuntungan yang didapatkan juga semakin maksimal. Suatu perusahaan tidak akan berkembang jika tidak mampu menjual produk yang dihasilkan. Sebaliknya jika suatu perusahaan mampu terus meningkatkan penjualan maka suatu perusahaan tersebut akan mampu bertahan ditengah persaingan usaha.

<sup>49</sup> Basu Swastha, *Manjemen Penjualan*, (Yogyakarta:BPFF,2001), Ed,3, h.8.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Jadi jelas bahwa penjualan itu hanya merupakan satu kegiatan saja didalam pemasaran. Dan yang dimaksud dengan penjualan sebenarnya defenisi penjualan ini cukup luas. Beberapa ahli meyebutkan sebagai seni. Ada pula yang memasukkan masalah etik dalam penjualan. Pada pokoknya, istilah menjual dapat diartikan sebagai adalah ilmu dan seni yang mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang/jasa yang ditawarkan.<sup>50</sup>

Menurut Hopkins T, penjualan adalah proses permintaan atas barang dan jasa dari produsen kepada meraka yang membutuhkan atau mereka yan mengambil manfaat sebesar besarnya dari barang atau jasa tersebut dengan melalui transaksi pembelian.<sup>51</sup>

Penjualan menurut Kotler diketahui bahwa pasar pokoknya penjualan adalah ilmu dan seni mempenaruhi pribadi pribadi dan dipersuasikan oleh penjualan untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang yang ditawarkan.<sup>52</sup>

Menurut Swastha penjualan adalah ilmu dan seni yang memperngaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjualan untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang dan jasa yang ditawarkan.

## 2. Tujuan Penjualan

Pada umumnya, para pengusaha mempunyai tujuan untuk mendapat laba semaksimal mungkin, dan mempertahankan atau bahkan

<sup>50</sup> *Ibid*, h, 8

<sup>51</sup> Tom Hopkins, *Selling For Dummies*, (Caliifornia: IGD, Books Wordwide,2011), h.9.

<sup>52</sup> Rogi Gusrizaldi dan Eka Komalasari, “Analisis Faktor Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan di Indrako Swalayan Teluk Kuantan”, *Jurnal Valuta*, Vol.2 No.2, Oktober (2016), h.292

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berusaha meningkatkannya untuk jangka waktu lama. Tujuan itu dapat tercapai apabila penjualan dapat dilaksanakan seperti yang direncanakan, dengan demikian tidak berarti bahwa barang atau jasa terjual selalu akan menghasilkan laba.

Perusahaan umumnya mempunyai tiga tujuan umum dalam penjualannya yaitu:<sup>53</sup>

- a. Mencapai volume penjualan tertentu
- b. Mendapatkan laba tertentu
- c. Menunjang pertumbuhan perusahaan

### 3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Volume Penjualan

Faktor faktor yang mempengaruhi Volume penjumlah terbagi dua faktor antara lain:<sup>54</sup>

- a. Faktor Internal:
  - 1) Kondisi dan kemampuan penjual

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

<sup>53</sup> Swastha, *Op.Cit*, h.80

<sup>54</sup> *Ibid.* h.129.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a) Jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan
- b) Harga produk
- c) Syarat syarat penjualan meliputi: pembayaran, pengantaran, pelayanan, garansi dan sebagainya.

#### 2) Modal

Akan lebih sulit apabila suatu produk yang ditawarkan oleh penjual dan pembeli tidak mengetahui dengan jelas informasi produk yang ditawarkan, atau apabila lokasi pembeli dari tempat penjual. Dalam keadaan seperti ini penjual harus memperkenalkan terlebih dahulu barangnya kepada pembeli. Untuk melaksanakan maksud tersebut diperlukan adanya sarana serta usaha, seperti: alat transportasi, tempat peragaan baik didalam perusahaan maupun di luar perusahaan, usaha promosi, dan sebagainya. Semua ini hanya dapat dilakukan apabila penjualan memiliki sejumlah modal yang diperlukan untuk itu.

#### 3) Kondisi organisasi perusahaan

Pada perusahaan besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri (bagian penjualan) yang dipegang orang-orang tertentu/ ahli dibidang penjualan.

#### 4) Promosi

Promosi merupakan upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan tersebut.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### b. Faktor Eksternal

#### 1) Kondisi Pasar

Pasar sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan, dapat pula mempengaruhi kegiatan penjualannya. Adapun faktor faktor kondisi pasar yang diperhatikan adalah:

- a) Kelompok pembeli atau segemen pasarnya
- b) Keinginan dan kebutuhan

#### 2) Faktor Lain

Faktor lain yang meliputi acara bazar mobil, bergabung dengan komunitas pengusaha dan juga acara even yang berkolaborasi dengan para pengusaha.

### 4. Indikator Volume Penjualan

Terdapat beberapa indikator volume penjualan, antara lain:

- a. Mencapai target volume penjualan
- b. Mendapatkan laba.
- c. Meningkatkan pertumbuhan penjualan.

## D. Ekonomi Syariah

### 1. Pengertian Ekonomi Syariah

Ekonomi Islam adalah sebuah sistem pengetahuan yang meliputi masalah perekonomian. Didalam perekonomian Islam, nilai nilai Islam menjadi dasar dalam setiap aktivitasnya atau dalam kegiatannya.

Ilmu ekonomi Islam adalah ilmu sosial yang belum tentu bebas dari nilai nilai moral. Nilai nilai moral merupakan aspek normative yang harus

dimasukkan dalam analisis fenomena ekonomi serta dalam pengambilan keputusan yang dibingkai syariah.

Menurut Muhammad Abdul Manan ekonomi islam adalah “*Islamic economics is a sosial science which studies the economics problems of a people imbued with the values of Islam.*”<sup>55</sup> Ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah masalah ekonomi masyarakat yang diilhami oleh nilai nilai Islam.

Menurut Akram Kan: Ilmu ekonomi Islam yang bertujuan untuk melakukan kajian tentang kebahagiaan hidup manusia yang dicapai dengan mengorganisasikan SDA atas dasar bekerja sama dan partisipasi.<sup>56</sup>

Muhammad Abdul Manan: Ekonomi syariah adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah masalah ekonomi masyarakat yang di ilhami oleh nilai nilai Islam.

Menurut M. Umer Chapra : Ekonomi Islam adalah sebuah pengetahuan yang membantu upaya realisasi kebahagiaan manusia melalui alokasi dan distribusi sumber daya yang terbatas yang berada dalam koridor yang mengacu pada pengajaran Islam tanpa perilaku makro ekonomi yang berkesinambungan dan tanpa ketidakseimbangan lingkungan.<sup>57</sup>

Menurut Najetullah Ash Siddiqi: Ekonomi Syariah adalah respons pemikir Muslim terhadap tantangan ekonomi pada masa tertentu.<sup>58</sup>

<sup>55</sup> Muhammad Abdul Manan, *Islamic Economics, Theori and Practice*, (Jakarta: Idarah Adabiyah, 1980), h.3.

<sup>56</sup> Akhmad Mujahid, *Ekonomi Islam (sejarah, konsep, instrument, negara, dan pasar)*, (Depok: Raja Wali Pers, 2019), h.23

<sup>57</sup> *Ibid*

<sup>58</sup> *Ibid*



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut Kursyid Ahmad: Ekonomi Islam adalah sebuah usaha sistematis untuk memahami masalah masalah ekonomi dan tingkah laku manusia secara rasional dalam prespektif Islam.<sup>59</sup>

Dari beberapa defenisi yang dikemukakan para ahli tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa Ekonomi Syariah/ Ekonomi Islam adalah ilmu yang mempelajari segala prilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya dengan tujuan memperoleh *falah* ( kedamaian & kesejahteraan dunia akhirat). Ekonomi syariah berbicara masalah menjamin berputarnya harta di antara manusia, sehingga manusia dapat memaksimalkan fungsi hidupnya sebagai hamba Allah untuk mencapai *falah* di dunia dan di akhirat.

Dengan demikian ilmu ekonomi Islam harus mempunyai sistem ekonomi yang dapat memakmurkan bumi, mampu membahagiakan manusia baik selam hidup di dunia maupun akhirat.

## 2. Karakteristik Ekonomi Syariah

Ekonomi menurut pandangan Islam harus dapat memberikan kesempatan sebesar besarnya kepada semua pelaku usaha. Karena itu ekonomi syariah juga merujuk pada hal tersebut. Ekonomi syariah juga menekankan empat sifat, yaitu:<sup>60</sup>

- a. Unity (Kesatuan)
- b. Equilibrium (Keseimbangan)
- c. Free Will (Kebebasan)
- d. Responsibility (Tanggung Jawab)

<sup>59</sup> *Ibid*

<sup>60</sup> Bina Syifa, "Ciri Khas Ekonomi Syariah", <https://www.binasifa.com/299/64/26/ciri-ciri-khasa-ekonomi-syariah.htm>. diakses 26/01 2021



### 3. *E-commerce* dalam Ekonomi Syariah

Islam agama yang universal yang tidak hanya *mengatur hablum minallah* tetapi juga mengatur hubungan *hablum minannas*, salah satu hubungan manusia dengan manusia ini adalah muamalah. Muamalah dari segi bisnis atau jual beli.

Seiring dengan perkembangannya zaman dampak dari kemajuan pengetahuan dan teknologi modern, begitu banyak transaksi transaksi yang belum di temui pembahasannya dalam dunia fikih klasik, banyaknya usaha manusia yang berhubungan dengan barang dan jasa. Di dalam transaksi saja para ulama menyebutkan tidak kurang dari 25 macam, antara lain yaitu: jual beli *inah* (transaksi yang pembayarannya dilakukan di belakang), jual beli *urban* (jual beli dengan pengikat uang muka), jual beli *ahlul-ahdar* (orang kota) dengan al badi (orang desa), *khiyar*, jual-beli *ushur* dan *tsamar* (buah buahan), *salam* (pesanan), *istishna* (pesanan membuat barang), *ranh* (gadai), *kafalah* (jaminan), wakalah (perwakilan), *syirkah* (perserikatan), *ijarah* (sewa menyewa), *wadi'ah* (barang titipan) dan lain lain.

Pada dasarnya konsep transaksi *e-commerce* ini sama halnya dengan transaksi jual beli *as-salam* dan *khiyar* kerana sama-sama berbentuk pemesanan dan pembayaran di lakukan di awal dengan syarat-syarat dan ketentuan berlaku. Dan dalam *e-commerce* juga pembeli dapat menuruskan pembelian atau membatalkan pembelian suatu barang tersebut. Transaksi di *e-commerce* ini menjadi sarana bagi pelaku bisnis untuk terus meningkatkan taraf kesejahteraan.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ekonomi menjadi dasar untuk mencukupi keadaan kesejahteraan dan kebutuhan seseorang. Dalam ekonomi konvensional kesejahteraan diartikan sebagai tercukupinya kebutuhan untuk mencapai kepuasan pribadi maka ekonomi Islam memandang kesejahteraan dengan perspektif yang lebih luas. Kesejahteraan dalam ekonomi Islam berawal dari konsep pemikiran sosio ekonomi yang di gagas oleh Al-Ghazali. Iman Al- Ghazali dalam bukunya, *ihya Ulum al- Din*, mengungkapkan bahwa kesejahteraan masyarakat akan terwujud ketika terpenuhinya lima tujuan dasar manusia, yakni agama, jiwa, akal, harta dan keturunan.<sup>61</sup>

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<sup>61</sup> Mahmudah Mulia Muhammad, "Transaksi E-commerce dalam Ekonomi Syariah", Vol.2 No.1, 1 Juni (2020), h.77.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang Efektivitas E-Commerce dalam Meningkatkan Penjualan pada Masa Pandemi Covid19 Terhadap Store Cp-Shoponline29 Pasir Pengaraian, maka penulis menarik kesimpulan, sebagai berikut:

1. Efektivitas *e-commerce* dalam meningkatkan penjualan pada masa pandemi Covid19 terhadap store Cp-Shoponline29 di dapat hasil bahwa Penjualan store Cp-Shoponline29 menggunakan *e-commerce* terbukti dapat meningkatkan penjualan pada masa pandemi Covid19. Efektivitas *e-commerce* ini ditinjau dari strategi yang diterapkan store Cp-Shoponline29, menggunakan sosial media sebagai media promosi untuk mengenalkan toko onlinenya di *e-commerce*, mengupload produk baru secara berkala, menampilkan foto produk yang menarik dan terlihat nyata, dan menyediakan jasa COD pada masa pendemi Covid19, dengan kebijakan, perencanaan dan sarana dan prasaranan yang dimiliki Cp-Shoponline29. Dan mereka juga memiliki situs, dalam transaksi jual belinya melalui, *website*, *shopee*, *Instagram* dan *WhatsApp*. Sehingga dapat dikatakan efektif terbukti dengan jumlah penjualan store Cp-Shoponline29 mengalami peningkatan dari tahun 2019-2020, pada tahun 2019 penjualan store Cp-Shoponline29 sebesar 8.312 dan pada tahun 2020 sebesar 8.537 .

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Adapun faktor pendukung transaksi jual beli di e-commerce berdasarkan hasil wawancara adalah faktor kemampuan penjual, faktor keuangan dan faktor jumlah *followers*, dan faktor penghambat transaksi di *e-commerce* yang di rasakan oleh *store* Cp-Shoponline29 adalah faktor kesalahan jaringan dan padamnya aliran listrik, padamnya aliran listrik yang menyebabkan hilangnya jaringan telepon seluler.
3. Adapun tinjauan ekonomi syariah terhadap transaksi jual beli melalui *e-commerce* dalam meningkatkan penjualan di *store* Cp-Shoponline29 Pasir Pengaraian, terdiri dari akad, produk, *marketing*, *dilevery* sesuai dengan ekonomi syariah, namun penulis menemukan ada yang belum sesuai dengan ekonomi syariah yaitu dari segi *refund*.

## B. Saran

Adapun saran yang diberikan pada *store* Cp-Shoponline29 berkenaan dengan efektivitas penerapan e-commerce dalam meningkatkan penjualan adalah:

1. Pimpinan *store* Cp-Shoponline29 hendaknya mempekerjakan orang yang paham atau ahli dalam bidang internet, agar bisnis di *e-commercenya* semakin terdepan, karena pada masa pandemi bisnis *e-commerce* semakin meningkat tentunya persaingan pun semakin banyak. Untuk itu perlunya orang yang ahli dalam bidang *e-commerce* agar bisnis yang dijalankan dapat bersaing dengan mudah.
2. Membuat promosi baru yang berbeda dan bervariasi untuk meningkatkan minat konsumen tertarik berbelanja di *Store* Cp-Shoponline29.

3. Harapan peneliti agar skripsi ini menjadi bahan kecil dari upaya untuk mengetahui transaksi jual beli melalui media elektronik atau secara online dalam ekonomi syariah. Untuk mencegah kerugian dalam jual beli via internet atau *website*, maka kedua belah pihak harus berhati hati dalam transaksi sehingga kedua belah pihak dapat saling menguntungkan baik pihak penjual maupun pembeli. Sehingga tidak adanya unsur yang dilarang dalam ekonomi syariah yaitu *riba*, *maisir* dan *gharar* dalam jual beli online ini, karen hal itu merupakan sarana memakan hak orang lain dengan jalan *bathil*.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku

- Abdul Wahib dan Mohammad Labib, 2005, *Kejahatan Masyarakat (Cybercrime)*, Bandung: Aditama
- Akhmad Mujahid, 2019, *Ekonomi Islam (sejarah, konsep, instrument, negara, dan pasar)*, Depok: Raja Wali Pers
- Alibu Anggit & Johan Setiawan, 2018, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jawa Barat: CV Jejak
- Amin Widjaja Tunggal, 1997, *Kamus Manajemen Keuangan dan Akuntansi Perbankan*, Jakarta: Rineka Cipta
- Basu Swastha, 2001, *Manajemen Penjualan*, Yogyakarta: BPF, Ed. 3
- Burhan. Bugin, 2007, *Penelitian Kualitatif (Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial lainnya)*, Jakarta: Putra Grafika
- Candra Ahmadi dan Dadang Hermawan, 2017, *E-Business dan E-Commerce*, Yogyakarta: CV Andi Offset
- Catur Yuantri dan Sri Handayani, 2017, *Buku Ajar Biostatistik Deskriptif & Inferensial*, Badan Penerbit Universitas Dian Nuswantoro, Cetakan ke-2
- Departemen Agama Republik Indonesia, 2017, *Al-hidayah al-qur'an Tafsir kata Tajwid*, Jakarta: Kaim
- Departemen Pendidikan Nasional, 2008, *Kamus Bahasa Indonesia*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, Edisi 4
- E. Mulyasa, 2006, *Manajemen Berbasis Sekolah: Konsep, Strategi dan Implementasi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Ety Rochaety dan Ratih Tresnanti, 2005, *Kamus Istilah Ekonomi*, Jakarta: Bumi Akasara
- Gibson JL JM Invan, JH Donnelly, 2001, *Organisasi*, terjemahan Agus Dharma, Jakarta: Erlangga
- Kementrian Agama RI, 2010, *Al-Quran dan Terjemahannya*, Solo: Sigma

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- M. Iqbal Hasan, 2002, *Pokok Pokok Materi Metodologi Penelitian & Aplikasinya*, Cet ke 1, Jakarta: Ghalia Indonesia
- M. Richard Streers, 2001, *Efektivitas Organisasi*, Jakarta: Erlangga
- M. Iqbal Hasan, 2002, *Pokok Pokok Metodologi Penelitian & Aplikasinya*, Cet ke 1, Jakarta: Ghalia Indonesia
- Mohamad Hidayat, 2010, *The Sharia Economic*, Pengantar Ekonomi Syariah, Jakarta: Zikrul Hakim
- Muhammad Abdul Manan, 1980, *Islamic Economics, Theori and Practic*, Jakarta: Idarah Adabiyah
- Noer Soetjipto, 2020, *Ketahanan UMKM Jawa Timur Melintasi Pandemi Covid-19*, Yogyakarta: K-Media
- R. A. Supriyono, 2018, *Akuntansi Keperilakuan*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press
- Ridwan Sanjaya dan Wisnu Sanjaya, 2009, *Membangun Kerajaan Bisnis Online (Tuntutan Praktis Menjadi Pebisnis Online)*, Jakarta: Kompas Gramedia
- Robinson Tarigan, 2005, *Ekonomi Regional*, Jakarta: Bumi Aksara
- S. Wojowasito dan Tito Wasito W, 2007, *Kamus Inggris Indonesia-Indonesia Inggris*, Bandung: Hasta
- Saifudin Azwar, 2010, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Sondang P. Siagian, 2002, *Kiat Meningkatkan Produktivitas Kerja*, Jakarta: PT Rineka Cipta
- Syofian Siregar, 2013, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Kecana
- T. Hani Handoko, 1998, *Manajemen*, Yogyakarta: BPFE, Cet Ke-2
- Tom Hopkins, 2011, *Selling For Dummies*, Caliifornia: IGD, Books Worldwide
- Yeri Sutopo dan Achmad Slamet, 2017, *Statistika Iferensi*, Yogyakarta: Andi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Yoni Atma, 2017, *Prinsip Analisis Komponen Pangan Makro & Mikro Nutrien*, Yogyakarta: Andi

## B. Jurnal

Andi Mardiana dan Nur Ain Kasim, 2016, *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Butik Busana Muslim Anisa*, Kota Gorontalo, *Jurnal Ekonomi Bisnis*, Vol.1 No.2, dikutip 09/04/2020

Didi Achjari, 2011, Potensi Manfaat dan Problem di E-Commerce, *jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol.15 No.3, dikutip 28/01/2021

Kasmi dan Adi Nurdian Candra, 2017, Penerapan E-Commerc Berbasis Business To Consumers untuk Meningkatkan Penjualan Produk Makanan Ringan Khas Pringsewu, *Jurnal: Prodi Manajemen Informatika, Prodi Sistem Informasi, STMIK Pringsewu, Lampung*, Vol.15 No.2, dikutip 9/4/2020

Rogi Gusrizaldi dan Eka Komalasari, 2016, Analisis Faktor Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan di Indrako Swalayan Teluk Kuantan, *Jurnal Valuta*, Vol.2 No.1, dikutip 9/4/20

Sabhur Miftah Maulana, 2015, Heri Susilo dan Riyadi, Implementasi E-Commerce sebagai Mediai Penjual Online, *Jurnal: Prodi Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya*, Vol.29 No.1, dikutip 9/4/20

Sandra Ayu dan Ahmad Lahmi, 2020, Peranan E-Commerce Terhadap Perekonomian Indonesia Selama Pandemi Covid19, *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, Vol. 9 No.1, dikutip, 12/11/2020

Wahyudiyono, 2016, Transaksi E-Commerce Masyarakat Jawa Timur. *Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika*, Vol.6 No.3, dikutip 26/01/2021

Yuswan Tio Arisandi, 2018, Efektivitas Penerapan E-commerce dalam Pengembangan Usaha Kecil Menengah di Sentra Industri Sandal dan Sepatu Wedoko Kabupaten Siduarjo, *Jurnal: Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Airlangga*, Vol.8 No.1, dikutip 19/12/2020

## C. Internet

Bina Syifa, "Ciri Khas Ekonomi Syariah",  
<https://www.binasyifa.com/299/64/26/ciri-cirikhasa-ekonomi-syariah.htm>.  
diakses 26/01/2021



## DAFTAR WAWANCARA

Adapun daftar wawancara penelitian dengan judul “EFEKTIVITAS E-COMMERCE DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA MASA PANDEMI COVID-19 TERHADAP STORE CP-SHOPONLINE29 PASIR PANGARAIAN”

1. Apa tujuan yang ingin dicapai oleh *store* Cp Shoponline29 ?
2. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh *store* Cp-Shoponline29 dalam meningkatkan penjualan di *e-commerce*?
3. Apa kebijakan yang di terapkan oleh pimpinan *store* Cp-Shoponline29 agar dapat mencapai tujuan ?
4. Apa perencanaan tujuan untuk di masa yang akan datang yang di lakukan oleh *store* Cp-Shoponline29?
5. Apa program yang di terapkan oleh *store* Cp-Shoponline29, dan bagaimana sistem kerjanya?
6. Apa saja sarana dan prasarana yang dimiliki *store* Cp-Shoponline29 untuk meningkatkan penjualan di *e-commerce* ?
7. Apakah transaksi di *e-commerce* ini berhasil dalam meningkatkan penjualan di *store* Cp-Shoponline29 ?
8. Apa faktor pendukung dan penghambat transaksi jual beli di *e-commerce*?

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DOKUMENTASI

### Foto Bersama Owner Store Cp-Shoponline29



### Gudang Store Cp-Shoponline29



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## Sendal dengan nama Chindy Pratiwi



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGESAHAN  
PERBAIKAN SKRIPSI**

Skripsi dengan judul *Efektivitas E-Commerce Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Masa Pandemi Covid-19 Terhadap Store Cp-Shoponline29 Pasir Penagraian, ,* yang ditulis oleh :

Nama : Khusnul Khotimah  
 NIM : 11725202961  
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah di perbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 15 April 2021 M  
**TIM PENGUJI MUNAQASYAH**

Ketua  
**Dr. Wahidin, M.Ag**

Sekretaris  
**Madona Khairunnisa , ME.SE**

Penguji I  
**Ade Fariz Fakhruallah, M.Ag**

Penguji II  
**Dr. Syahpawi, M.Sh**

Kepala Sub Bagian Akademik  
 Fakultas Syariah dan Hukum

**Jalinus, S.Ag**  
 NIP. 19750801 200701 1 023





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
 FAKULTAS SYARI'AH & HUKUM

كلية الشريعة و القانون  
 FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Tuahmadani Tampan - Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp / Fax. 0761-562052  
 Web. www.fasih.uin-suska.ac.id Email : fasih@uin-suska.ac.id

Pekanbaru, 28 Januari 2021

Nomor Un.04/F.I/PP.00.9/1519/2021  
 Sifat Biasa  
 Lamp. 1 (Satu) Proposal  
 Hal **Mohon Izin Riset**

Kepada  
 Yth. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP  
 Provinsi Riau

*Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh*

Disampaikan bahwa salah seorang mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Sultan Syarif Kasim Riau :

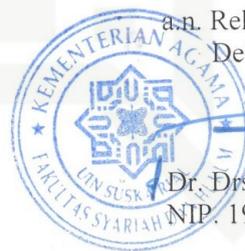
Nama : KHUSNUL KHOTIMAH  
 NIM : 11725202961  
 Jurusan : Ekonomi Syariah S1  
 Semester : VII (Tujuh)  
 Lokasi : Store cp-shoponline29 Simpang Tugu, Pasir Pengaraian

bermaksud akan mengadakan riset guna menyelesaikan Penulisan Skripsi yang berjudul : efektivitas e commerce dalam meningkatkan penjual pada masa pandemi covid 19 terhadap store cp-shoponline29 pasir pengaraian di tinjau menurut ekonomi syariah

Pelaksanaan kegiatan riset ini berlangsung selama 3 (tiga) bulan terhitung mulai tanggal surat ini dibuat. Untuk itu kami mohon kiranya kepada Saudara berkenan memberikan izin guna terlaksana riset dimaksud.

Demikian disampaikan, terima kasih.

a.n. Rektor  
 Dekan



Dr. Drs. H. Hajar., M.Ag  
 NIP. 19580712 198603 1 005

Tembusan :  
 Rektor UIN Suska Riau

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Penulisan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Nomor  
 Sifat  
 Lamp.  
 Hal

Undang-Undang

Diinstitusikan

UIN Suska Riau

Hak Cipta Milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU



**PEMERINTAH PROVINSI RIAU**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau  
 Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 **PEKANBARU**  
 Email : [dpmpstp@riau.go.id](mailto:dpmpstp@riau.go.id)

**REKOMENDASI**

Nomor : 503/DPMPSTP/NON IZIN-RISET/38273  
 TENTANG



**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET  
 DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**

1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/F.II/PP.00.9/1519/2021 Tanggal 28 Januari 2021**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

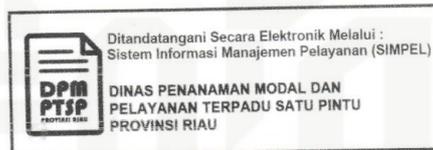
- |                      |   |  |
|----------------------|---|--|
| 1. Nama              | : | <b>KHUSNUL KHOTIMAH</b>  |
| 2. NIM / KTP         | : | 11725202961  |
| 3. Program Studi     | : | EKONOMI SYARIAH  |
| 4. Jenjang           | : | S1   |
| 5. Alamat            | : | PEKANBARU  |
| 6. Judul Penelitian  | : | <b>EFEKTIVITAS E-COMMERCE DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA MASA PANDEMI COVID-19 TERHADAP STORE &amp;LDQUO;CP.SHOPONLINE29&amp;RDQUO; PASIR PENGARAIAN DITINJAU MENURUT EKONOMI ISLAM</b> |
| 7. Lokasi Penelitian | : | STORE "CP.SHOPONLINE29" PASIR PENGARAIAN   |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru  
 Pada Tanggal : 2 Februari 2021



**Tembusan :**

**Disampaikan Kepada Yth :**

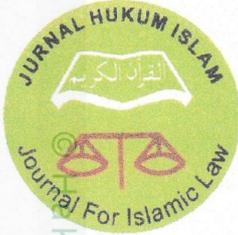
1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Bupati Rokan Hulu  
Up. Kaban Kesbang dan Linmas di Pasirpengaraian
3. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



# JURNAL HUKUM ISLAM

مجلة الأحكام الشرعية

## Journal For Islamic Law

JL. H.R. Soebrantas No. 155 KM 18 Simpang Baru, Panam Pekanbaru 28293  
 Po. Box 1004 Telp. (0761) 561645 Fax. (0761) 562052  
 www.Jurnalhukumislam.com email. [admin@jurnalhukumislam.com](mailto:admin@jurnalhukumislam.com)  
 HP. 081275158167 – 085213573669

### SURAT KETERANGAN

Pengelola Jurnal Hukum Islam dengan ini menerangkan bahwa:

**NAMA** : KHUSNUL KHOTIMAH  
**NIM** : 11725202961  
**JURUSAN** : EKONOMI SYARIAH  
**JUDUL** : EFEKTIVITAS *E-COMMERCE* DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA MASA PANDEMI COVID19 TERHADAP *STORE CP-SHOPONLINE29 PASIR PENGARAIAN*

**Pembimbing: Ahmad Hamdalah, S.EI., M.E., Sy**

Nama tersebut diatas telah menyerahkan jurnal Skripsi sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan.

Pekanbaru, 23 April 2021

Pimpinan Redaksi



**M. ALPI SYAHRIN, SH., MH., CPL.**  
**NIP. 19880430 201903 1 010**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU

## RIWAYAT HIDUP PENULIS

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*



**Khusnul Khotimah**, Lahir di Ujung Batu pada tanggal 08 September 1997. Anak pertama dari pasangan ayahanda Muhammad Zakaria dan ibu Setia Murni. Pendidikan formal yang di tempuh oleh penulis adalah SD Negeri 003 Ujung Batu, pada tahun 2010 kemudian melanjutkan pendidikan MTSN Tandun Ujung Batu Rokan Hulu, lulus tahun 2013, setelah menyelesaikan pendidikan MTS penulis melanjutkan pendidikan SMA Negeri 01 Ujung Batu Rokan Hulu dan lulus pada tahun 2016. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi Negeri pada tahun 2017 dengan mengambil Studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Sebagai tugas akhir perkuliahan penulis melaksanakan penelitian dengan judul “ *Efektivitas E-commerce dalam Meningkatkan Penjualan pada Masa Pandemi Covid-19 terhadap Store Cp-Shoponline29 Pasir Pengaraian*”. Penulis dinyatakan lulus pada sidang munaqasyah tanggal 15 April 2021 jurusan Ekonomi Syariah pada Fakultas Syariah dan Hukum dengan IPK terakhir 3.53 (*Cumlaude*) dan berhak menyandang gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E).

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

tat Islami di Universitas Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.