

**PERAN *E-COMMERCE* TERHADAP TINGKAT
PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH
(UMKM) DITENGAH PANDEMI COVID-19 DALAM
PERSEPEKTIF EKONOMI ISLAM**

(Studi Kasus Di UMKM Batik Gabovira Beringin Raya Kecamatan
Kemiling Bandar Lampung)

Skripsi

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-
Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana S1 Dalam Ilmu
Ekonomi dan Bisnis Islam**

Oleh :

DEIVIKA SEPTA NUR THOYBA

NPM : 1851010446

Jurusan : Ekonomi Syariah



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
1443 H / 2021 M**

**PERAN *E-COMMERCE* TERHADAP TINGKAT
PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH
(UMKM) DITENGAH PANDEMI COVID-19 DALAM
PERSEPEKTIF EKONOMI ISLAM**

(Studi Kasus Di UMKM Batik Gabovira Beringin Raya Kecamatan
Kemiling Bandar Lampung)

Skripsi

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-
Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana S1 Dalam Ilmu
Ekonomi dan Bisnis Islam**

Oleh :

DEIVIKA SEPTA NUR THOYBA

NPM : 1851010446

Jurusan : Ekonomi Syariah

Pembimbing I : Dr. Rubhan Masykur, M.Pd.

Pembimbing II : Yeni Susanti, M.A

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
1443 H / 2021 M**

ABSTRAK

Banyaknya kasus yang ditimbulkan dari adanya pandemi covid-19 membawa dampak ke berbagai sektor dan lini kehidupan, tak terkecuali perekonomian dan bisnis. Wabah ini mempengaruhi ekonomi perorangan, rumah tangga, perusahaan mikro kecil menengah maupun besar, bahkan mempengaruhi ekonomi negara dengan skala cakupan dari lokal, nasional bahkan global. Karena meningkatnya kasus yang terpapar covid-19 membuat pemerintah harus melakukan sosial distancing dengan skala besar atau yang biasa kita kenal yaitu PSBB. Salah satu yang sangat mengalami penurunan adalah para pelaku UMKM. Dengan adanya kondisi saat ini maka para pelaku UMKM harus memutar otak untuk dapat mempertahankan usahanya agar dapat meningkatkan daya tarik konsumen yang tentunya memerlukan strategi penjualan yang baik dan mengikuti arus globalisasi atau perkembangan zaman. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan online melalui media sosial dan *e-commerce*, walaupun sebenarnya *e-commerce* sudah ada sebelum adanya wabah covid-19.

Rumusan Masalah dalam penelitian ini yaitu 1) Bagaimana peran *e-commerce* terhadap tingkat pendapatan UMKM Batik Gabovira dimasa pandemi covid-19?, 2) Bagaimana peran *e-commerce* terhadap tingkat pendapatan UMKM Batik Gabovira dimasa pandemi covid-19 dalam persepektif ekonomi Islam ?. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana peran *e-commerce* terhadap tingkat pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) Batik Gabovira Beringin Raya Kecamatan Kemiling Bandar Lampung di tengah pandemi covid-19 dan dalam persepektif Ekonomi Islam. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Populasi yang ada dalam penelitian ini yaitu pekerja yang bekerja di UMKM Batik Gabovira, yaitu sebanyak 32 orang. Sampel dalam penelitian ini adalah karyawan UMKM Batik Gabovira bagian rekap penjualan dan rekap keuangan yaitu saudari Yunani Pratiwi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran *e-commerce* sudah berperan namun belum secara signifikan terhadap tingkat pendapatan di UMKM Batik Gabovira di masa pandemi covid-19 di karenakan lebih banyak konsumen yang lebih menyukai atau membeli produk secara langsung ke toko atau secara *offline*. Akan tetapi *e-commerce*

sangat berperan dalam pemasaran atau dalam kegiatan promosi yang dilakukan UMKM Batik Gabovira sehingga dapat memperluas jangkauan konsumen hingga manca negara untuk tertarik melihat hasil produksinya. Menurut persepektif Ekonomi Islam UMKM Batik Gabovira sudah mengikuti perkembangan zaman dengan memanfaatkan teknologi yang semakin canggih berupa penggunaan *e-commerce*, dan hasil penelitian menunjukkan bahwa peran *e-commerce* sudah berperan namun belum secara signifikan terhadap tingkat pendapatan namun sangat berperan dibidang pemasaran atau promosi. Dan UMKM Batik Gabovira sudah menerapkan prinsip sistem pembelian secara *al-salam*. Dimana dalam kegiatan bertransaksi UMKM Batik Gabovira sudah menyebutkan sifat atau ciri-ciri barang dan juga telah menerapkan sistem pembayaran secara COD, Transfer, maupun Debit. Sistem pembayaran seperti ini dinggap sah-sah saja apabila dilakukan atas dasar suka sama suka dan tidak merugikan salah satu pihak.

Kata Kunci : *Peran e-commerce, Pendapatan, UMKM.*

ABSTRACT

The number of cases caused by the COVID-19 pandemic has an impact on various sectors and lines of life, including the economy and business. This epidemic affects the economy of individuals, households, micro small medium large enterprises, even affecting the country's economy with a local, national even global scale of coverage. Due to the increasing number of cases exposed to COVID-19, the government has to carry out large-scale social distancing or what we usually know, namely PSBB. One of the things that have greatly decreased is the MSME actors. With the current conditions, MSME actors have to rack their brains to be able to maintain their business to increase consumer attractiveness which of course requires a good sales strategy and follows the flow of globalization or the times. One way that can be done is online through social media and e-commerce, even though e-commerce even existed before the COVID-19 outbreak.

The formulation of the problem in this study is 1) What is the role of e-commerce on the income level of MSMEs Batik Gabovira during the covid-19 pandemic?, 2) What is the role of e-commerce on the income level of MSMEs Batik Gabovira during the Covid-19 pandemic in an Islamic economic perspective?. The purpose of this study was to find out how the role of e-commerce on the income level of micro, small and medium enterprises (MSMEs) Batik Gabovira Beringin Raya Kemiling Bandar Lampung District in the midst of the COVID-19 pandemic and in the perspective of Islamic Economics. This study uses descriptive qualitative methods with data collection methods, namely observation, interviews and documentation. The population in this study are workers who work in the UMKM Batik Gabovira, as many as 32 people. The sample in this study was the employees of UMKM Batik Gabovira in the sales recap and financial recapitulation, namely the Greek sister Pratiwi.

The results of the study show that the role of e-commerce has played a role but has not significantly affected the level of income in MSME Batik Gabovira during the COVID-19 pandemic because more consumers prefer or buy products directly to stores or offline. However, e-commerce plays a very important role in marketing or in promotional activities carried out by UMKM Batik Gabovira so that it can expand the reach of consumers to foreign countries to be interested in seeing their production. According to the perspective of Islamic Economics, Batik Gabovira UMKM has followed the times by

utilizing increasingly sophisticated technology in the form of the use of e-commerce, and the results of the study show that the role of e-commerce has played a role but has not played a significant role in the level of income but is very instrumental in marketing or promotion. And UMKM Batik Gabovira has implemented the principle of the al-salam purchasing system. Where in the MSME transaction activities, Batik Gabovira has mentioned the nature or characteristics of the goods and has also implemented a payment system by COD, Transfer, or Debit. This kind of payment system is considered legitimate if it is carried out on a consensual basis and does not harm either party.

Keywords:The role of e-commerce, income, MSMEs.



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN
INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Sukarame, Kota Bandar Lampung 35131

SURAT PERNYATAAN

Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Deivika Septa Nur Thoyba
NPM : 1851010446
Jurusan/Prodi : Ekonomi Syariah

Dengan ini menyatakan dengan sebenarnya bahwaskripsi yang berjudul **“Peran *E-commerce* Terhadap Tingkat Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) DiTengah Pandemi Covid-19 Dalam Persepektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di UMKM Batik Gabovira Beringin Raya Kecamatan Kemiling Bandar Lampung)”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Wassalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Bandar Lampung, 30 Mei 2022
Penulis

Deivika Septa Nur Thoyba
NPM.1851010446



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Lelak H. Endro Saratmin, Sukatama, Kota Bandar Lampung 35131

SURAT PERSETUJUAN

**Judul Skripsi : Peran E-Commerce Terhadap Tingkat
Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan
Menengah (UMKM) Di Tengah Pandemi
Covid-19 Dalam Persepektif Ekonomi Islam
(Studi Kasus Di UMKM Batik Gabovira
Beringin Raya Kecamatan Kemiling
Bandar Lampung)**

Nama : Dervika Septa Nur Thoyba

NPM : 1851010446

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dan dipertahankan dalam sidang
Manaqosyah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam di UTN Raden Intan
Lampung

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Rubhan Musykur, M.Pd

NIP.1966040221996031001

Yeni Susanti, S.Pd., M.A

NIP.2016010219840922183

Ketua Jurusan

Dr. Erika Anggraeni, M.E.Sy

NIP.19820808011012009

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Bandar Lampung, 27 Juni 2022
Telp. 0711 703289

PENGESAHAN

Sketsa dengan judul **“Peran E-commerce Terhadap Tingkat Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Di Tengah Pandemi Covid-19 Dalam Persepektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di UMKM Batik Gabovira Beringin Raya Kecamatan Kemiling Bandar Lampung)”** disusun oleh **Derivika Septra Nar Thoyba, NPM. 1851010446** Program Studi Ekonomi Syariah telah diujikan dalam sidang Munaqasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal **Senin, 27 Juni 2022**

TIM PENGUJI

Ketua : H. Supaijo, S.H., M.H.

Sekretaris : Gustika Nurmuilia, M.E.K.

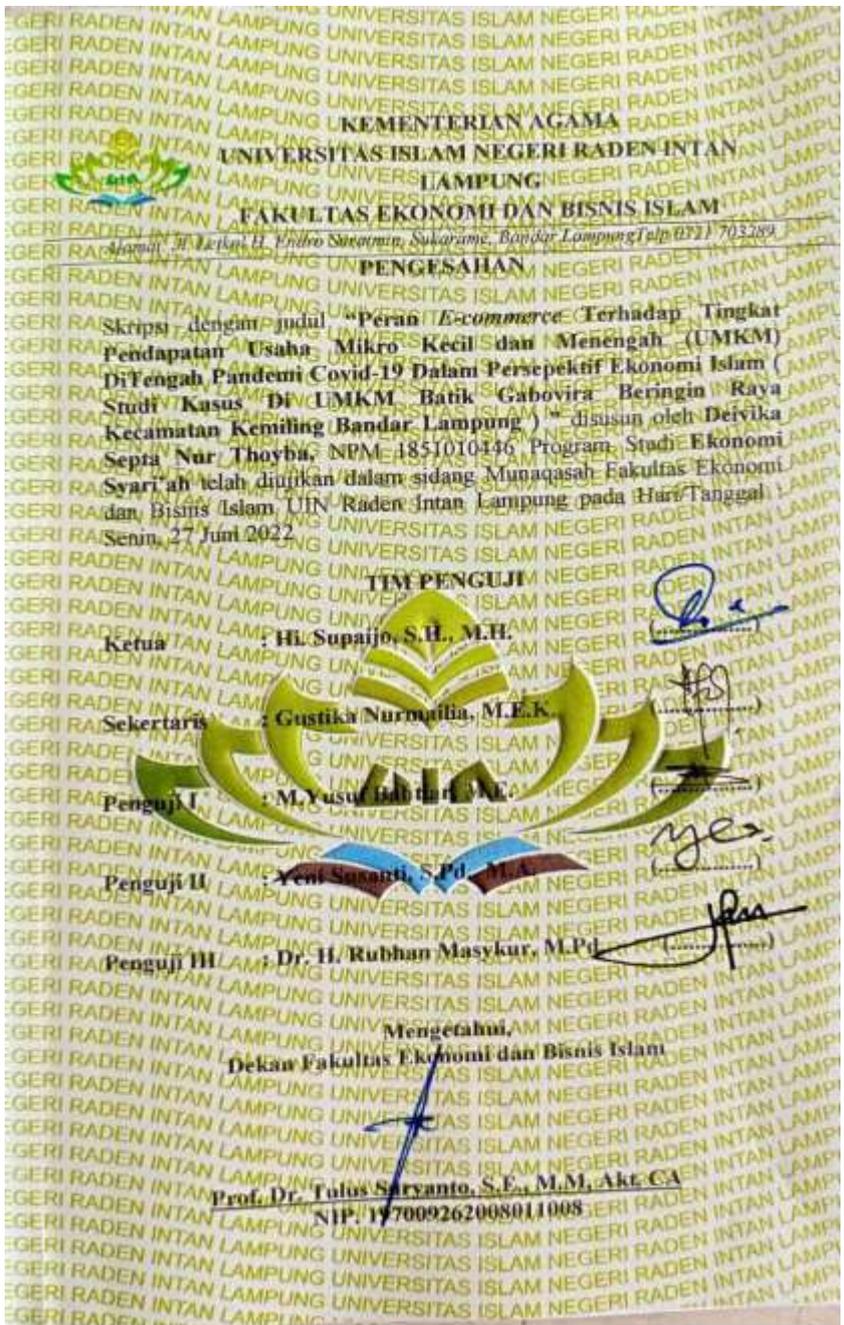
Pengujii I : M. Yusuf Bahar, M.A.

Pengujii II : Yeni Saqatilla, S.Pd, M.A.

Pengujii III : Dr. H. Rubhan Masykur, M.Pd

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

prof. Dr. Tutus Sarwanto, S.E., M.M, Ak. CA
NIP. 197009262008011008



MOTTO

وَالَّذِينَ جَاهَدُوا فِينَا لَنَهْدِيَنَّهُمْ سُبُلَنَا وَإِنَّ اللَّهَ لَمَعَ الْمُحْسِنِينَ ﴿٦٩﴾

Artinya : “dan orang-orang yang berjihad untuk (mencari keridhaan) Kami, benar- benar akan Kami tunjukkan kepada mereka jalan-jalan kami. dan Sesungguhnya Allah benar-benar beserta orang-orang yang berbuat baik.”

(QS. Al-Ankabut:69)

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan kesehatan, kekuatan, kesabaran, serta ketekunan bagi penulis dalam menyusun skripsi ini, dengan segenap kerendahan hati karya sederhana ini penulis dedikasikan sebagai bentuk rasa terimakasih kepada :

1. Untuk kedua orang tuaku tercinta Bapak Edi Suroso dan Ibu Fitri Hariyani yang telah mendedikasikan hidupnya untuk membesarkan, mendidik, mendukung penulis dengan penuh kesabaran dan kasih sayang serta selalu memberikan do'a, motivasi, materi dan waktu demi keberhasilanku. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kasih sayang-Nya kepada kedua orang tuaku.
2. Almamater Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung kebanggaanku tempatku menimba ilmu.

Riwayat Hidup

A. Data Pribadi

Nama : Deivika Septa Nur Thoyba
Tempat, Tanggal Lahir : Bandar Lampung, 21 September
1999
Alamat : Jalan Imam Bonjol GG.Madani No.
02 Kemiling, Bandar Lampung
Nama Ayah : Edi Suroso
Nama Ibu : Fitri Hariyani
Telpon : 089615977372
E-mail : deivikasepta1lip4@gmail.com

B. Data Pribadi

2005-2006 : Taman Kanak-Kanak Al-Huda
2006-2012 : SDN 5 Sumberrejo Kemiling,
Bandar Lampung
2012-2015 : SMP Negeri 14 Bandar Lampung
2015-2018 : SMA Negeri 14 Bandar Lampung
2018-2022 : Mahasiswa UIN Raden Intan
Lampung

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur atas kehadiran Allah SWT. Karena nikmat dan limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi dengan judul **“Peran *E-Commerce* Terhadap Tingkat Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Tengah Pandemi Covid-19 Dalam Persepektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di UMKM Batik Gabovira Beringin Raya Kecamatan Kemiling Bandar Lampung)”**dengan baik dan lancar. Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW dan juga keluarga, para sahabat, serta para pengikut beliau.

Penulisan skripsi ini menjadi salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada program strata satu (S1) pada program studi Ekonomi Syari’ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam ilmu ekonomi dan bisnis Islam. Dalam penyusunan skripsi ini penulis telah banyak mendapatkan bimbingan, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Maka dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. TulusSuyanto, M.M, Akt, C.A. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
2. Ibu Dr. Erike Anggraeni, M.E.Sy.selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN RadenIntanLampung.
3. BapakDr. H.RubhanMasykur,M.Pd.,selakuPembimbingIyang dengan tulus dan sabar telah meluangkan waktu dan tenaga untukmembimbing penulis, yang telah bersedia memberikan motivasi, tambahan ilmu, dan arahan sehingga penulisan skripsi ini dapat selesai.
4. Ibu Yeni Susanti, M.A selaku Pembimbing II yang dengan tulus dan sabar telah meluangkan waktu dan tenaga untukmembimbing penulis, yang telah bersedia memberikan motivasi, tambahan ilmu, dan arahan sehingga penulisan skripsi ini dapat selesai.
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang telah memberikan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan dan membantu penulis.

6. Bapak Gatot Kartiko pemilik UMKM Batik Gabovira, dan saudari Yunani Pratiwi selaku karyawan bagian rekap penjualan dan rekap keuangan, yang telah banyak memberikan bantuan kepada penulis dalam melaksanakan penelitian sehingga terselesaikan skripsi ini.
7. Sahabat-sahabat tersayang ku dan seperjuanganku yang telah memberikan semangat, motivasi dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi dan aktivitas perkuliahan Tri Merdawati, Cut Ranie Aditya, Verliza Resti, Anisa Novia Dewi, Aisyah Febrianti Chairunisa, Rani Yulita.
8. Adinda Thaliya sahabatku yang sudah tulus membantu dalam semua proses pembuatan skripsi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
9. Tri Merdawati Sahabatku yang telah mau membantu disetiap proses pembuatan skripsi, dalam penelitian, dan dalam hal apapun.
10. Untuk keluarga ku tercinta dan tersyang yang telah memberikan dorongan berupa semangat dan motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
11. Teman-teman seperjuangan kelas G jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2018.
12. Pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu dan memberi masukanserta inspirasi bagi penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan, akan tetapi penulis berharap agar penelitian ini dapat bermanfaat khususnya bagi bidang Ekonomi Syariah.

Bandar Lampung, Mei 2022
Penulis

Deivika Septa Nur Thoyba
NPM. 1851010446

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
ABSTRAK	ii
SURAT PERNYATAAN	vi
PERSETUJUAN.....	vii
PENGESAHAN	viii
MOTTO	ix
PERSEMBAHAN	x
RIWAYAT HIDUP	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah	3
C. Fokus Dan Sub Fokus Penelitian.....	9
D. Rumusan Masalah	10
E. Tujuan Penelitian	10
F. Manfaat Penelitian	10
G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan	11
H. Metode Penelitian	15
I. Sistematika Penulisan	19

BAB II LANDASAN TEORI

A. Pemasaran	22
1. Definisi Pemasaran	22
2. Tugas Pemasaran	24
3. Konsep Inti Pemasaran	26
B. <i>E-Commerce</i>	30
1. Definisi <i>E-Commerce</i>	30
2. Jenis-Jenis <i>E-Commerce</i>	31
3. Manfaat <i>E-Commerce</i>	32
4. Karakteristik <i>E-Commerce</i>	33

5. Kelebihan Dan Kekurangan <i>E-Commerce</i>	34
6. <i>Peran E-Commerce Dengan Umkm</i>	35
C. Pendapatan	36
1. Definisi Pendapatan	36
2. Jenis-Jenis Pendapatan	36
D. Usaha Mikro Kecil Dan Menengah	37
1. Definisi Umkm	37
2. Kriteria Umkm	38
3. Ciri-Ciri Umkm	39
4. Karakteristik Pelaku Umkm	39
E. Covid-19	40
1. Pengertian Covid-19	40
2. Gejala Virus Corona (Covid-19)	41
3. Penyebab Virus Corona (Covid-19)	42
F. Pemasaran Dalam Persepektif Islam	43
1. Pemasaran Dalam Persepektif Islam	43
G. <i>E-Commerce</i> Dalam Persepektif Islam.....	44
1. Definisi <i>Al-Salam</i>	44
2. Landasan Syari'ah Akad Salam	45
3. Rukun Dan Syarat Akad Salam	46
H. Pendapatan Dalam Persepektif Islam	47
1. Definisi Pendapatan Dalam Persepektif Islam	47
I. Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Dalam Persepektif Islam	48
1. Definisi Umkm Dalam Persepektif Islam	48

BAB III DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

A. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	51
1. Sejarah Berdirinya Gabovira Sinar Cemerlang	51
2. Motto Batik Gabovira	53
3. Jumlah Karyawan Di Umkm Batik Gabovira	53
B. PENYAJIAN FAKTA DAN DATA PENELITIAN	53
1. Hasil Wawancara	53

BAB IV ANALISIS PENELITIAN

- A. Peran *E-commerce* terhadap Tingkat Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Batik Gabovira di Tengah di Pandemi Covid-19 61
- B. Peran *E-commerce* terhadap Tingkat Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Batik Gabovira di Tengah di Pandemi Covid-19 Dalam Persepektif Ekonomi Islam 67

BAB V PENUTUP

- A. KESIMPULAN 73
- B. REKOMENDASI..... 75

DAFTAR RUJUKAN..... 76

LAMPIRAN 78

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan	10
Tabel 3.1 Jumlah Karyawan Batik Gabovira	49
Tabel 3.2 Hasil Pendapatan Secara Offline	51
Tabel 3.3 Hasil Pendapatan Secara Online	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara	73
Lampiran 2 Surat Riset	74
Lampiran 3 Dokumentasi	75

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebelum penulis melanjutkan pembahasan, ada baiknya penulis menjelaskan terlebih dahulu dari setiap kata yang ada dalam judul skripsi ini. Supaya menghindari dari kesalah pahaman dan kekeliruan yang mungkin dapat terjadi, maka dari itu perlu dicantumkan penegasan judul guna memberikan gambaran mengenai judul skripsi yang akan penulis teliti. Adapun judul skripsi yang dimaksud ialah “ **Peran E-Commerce Terhadap Tingkat Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Ditengah Pandemi Covid-19 Dalam Persepektif Ekonomi Islam** ”. Adapun penjelasan dari beberapa istilah kata yang ada

dalam judul skripsi ini yaitu sebagai berikut :

1. **Peran** adalah : Peran adalah aspek dinamis kedudukan (status), apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, ia menjalankan suatu peran.¹ Dengan demikian peran juga bisa diartikan sebagai sesuatu yang membuat seseorang memiliki pengaruh dalam menjalankan manfaatnya.
2. **E-Commerce** menurut Indrajit e-commerce dapat didefinisikan sebagai arena terjadinya transaksi atau pertukaran informasi antara penjual dan pembeli di dunia maya. Tidak dapat dipungkiri bahwa arena jual beli di dunia maya terbentuk karena terhubungnya berjuta-juta komputer

¹*Kamus Istilah Pengembangan Wilayah*, Edisi 1 (Badan Pengembangan Infrastruktur Wilayah Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat, 2016), 128.

kedalam satu jaringan raksasa (internet).² Dengan kata lain *e-commerce* dapat disebut suatu transaksi jual beli secara online dengan menggunakan fasilitas internet.

3. **Pendapatan** adalah sejumlah penghasilan yang didapat untuk dapat mengukur tingkat kemakmuran dan kesejahteraan seseorang maupun sekelompok orang dalam masyarakat.³ Pendapatan juga memiliki arti lain yaitu suatu hasil yang diperoleh perusahaan sebagai keuntungan atau laba yang didapatkan dari usahanya.

4. **Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)** adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha, yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sesuai kriteria.⁴ Dengan kata lain usaha mikro kecil dan menengah adalah suatu bisnis yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang dimana jumlah kekayaan bersih atau penghasilannya sesuai dengan kriterianya.

5. **Pandemi Covid-19** adalah penyakit atau wabah yang menyebar dari suatu wilayah ke beberapa negara dan mempengaruhi sejumlah besar orang di seluruh dunia termasuk Indonesia.⁵ Pandemi covid-19 juga bisa dikatakan

²Rintho Rante Rerung, *E-COMMERCE Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*, Cetakan 1 (Yogyakarta: Deepublish (Group Penerbitan CV Budi Utama), 2018), 19.

³Rafidah, *Pengaruh Modal Usaha, Lama Usaha, Dan Sikap Kewarusaan Islami Terhadap Pendapatan Dan Kesejahteraan Keluarga Wanita Pengrajin Batik Danau Teluk Kota Jambi*, Cetakan Pe (Malang: Ahlimedia Press, 2020), 15.

⁴Faroman Syarief, *Pengembangan Dan Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM)*, Cetakan Pe (Makassar: Yayasan Barcode, 2020), 13.

⁵Jefik Zulfikar Hafizd, "Peran Bank Syariah Mandiri (Bsm) Bagi Perekonomian Indonesia Di Masa Pandemi Covid-19", Vol. 5 No. 2 (2020), p. 138, <https://doi.org/10.24235/jm.v5i2.7402>.

penyakit yang menyerang pernafasan manusia yang menyebar keseluruh belahan dunia.

6. **Ekonomi Islam** menurut Muhammad Abdul Mannan adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi masyarakat yang diilhami oleh nilai-nilai islam.⁶ Ekonomi Islam bisa diartikan sebagai suatu ilmu yang mempelajari tingkah laku manusia berdasarkan pedoman dari al-quran dan hadist.

Berdasarkan pengertian secara keseluruhan dari penjelasan judul penelitian ini “**Peran E-Commerce Terhadap Tingkat Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Ditengah Pandemi Covid-19 Dalam Persepektif Ekonomi Islam** ” maka dapat disimpulkan bahwa maksud dari proposal ini ialah menggambarkan tentang bagaimana peranan *E-commerce* terhadap tingkat pendapatan dimasa pandemi covid-19 dalam pandangan ekonomi Islam.

B. Latar Belakang Masalah

Awal tahun 2020 merupakan tahun yang sulit bagi Indonesia karena mengalami dampak dari adanya wabah *corona virus disease* (COVID-19) yang berasal dari kota wuhan China pada akhir tahun 2019. Virus ini menjadi sebuah wabah yang sangat berpengaruh besar pada kehidupan. Covid-19 merupakan virus yang menyerang pernafasan manusia hingga menyebabkan kematian. Hal ini sangat membuat masyarakat resah. Sejak covid-19 ini masuk ke Indonesia banyak kebijakan yang ditetapkan oleh pemerintah. Kebijakan tersebut antara lain adanya penetapan PSBB, penggunaan masker, rajin mencuci tangan dan menjaga jarak ditempat keramaian.⁷

⁶Ika Yunia Fauzia and Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam*, (Jakarta: Prenamedia Group, 2018), 6.

⁷ Imamatus Sholihah, “Pendampingan Pemanfaatan Media Sosial Dan E-Commerce Sebagai Peluang Usaha Mandiri Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Pandansari Kecamatan Poncokusumo Malang”, Vol. 2 No. 1 (2021), p. 21–31, <https://doi.org/10.51339/khidmatuna.v2i1.320>.

Covid-19 membawa dampak ke berbagai sektor dan lini kehidupan, tak terkecuali perekonomian dan bisnis. Wabah ini menimbulkan *economic shock*, yang mempengaruhi ekonomi perorangan, rumah tangga, perusahaan mikro kecil menengah maupun besar, bahkan mempengaruhi ekonomi negara dengan skala cakupan dari lokal, nasional bahkan global. Beberapa bidang perekonomian yang merasakan imbas dari pengaruh Covid-19 adalah perdagangan, investasi, transportasi dan pariwisata.

Salah satu yang sangat mengalami penurunan adalah para pelaku UMKM. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha, yang merupakan bukan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sesuai kriteria.⁸ Mengapa UMKM dikatakan mengalami penurunan karena menurut survey yang dilakukan oleh Asosiasi Business Development Service Indonesia (ABDSI) terhadap 6.000 UMKM di seluruh Indonesia pada bulan April-Mei 2020, sebanyak 36,7% UMKM tidak ada penjualan, 26,6% penjualannya turun lebih dari 60 persen selama pandemi.⁹ Dengan adanya kondisi saat ini maka para pelaku UMKM harus memutar otak untuk dapat mempertahankan usahanya agar dapat meningkatkan daya tarik konsumen yang tentunya memerlukan strategi penjualan yang baik dan mengikuti arus globalisasi atau perkembangan zaman.¹⁰ Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan penggunaan internet. Pada saat ini menjamur kegiatan berbasis

⁸Faroman Syarief, *Op.Cit.* 13.

⁹Demaz Fauzi Hadi and Kiki Zakiah, “Strategi Digital Marketing Bagi UMKM Untuk Bersaing Di Era Pandemi”, Vol. 16 (2021), p. 32–41..

¹⁰Ahmad Ni’am; Suparno; Ari S Karimi, “Pengaruh Penjualan Dengan Aplikasi E Commerce Dalam Perspektif Islami”, Vol. 1 No. 2 (2020), p. 22–35, (Online), tersedia di: <https://journal.udn.ac.id/index.php/eduscotech/article/view/43> (2020).

online seperti berdagang online melalui media sosial dan *e-commerce*, walaupun sebenarnya *e-commerce* sudah ada sebelum adanya wabah covid-19. Beberapa bisnis online pada beberapa sektor mengalami peningkatan ditengah pandemi.

E-commerce merupakan singkatan dari *electronic commerce*, yang secara singkat dapat didefinisikan sebagai mekanisme transaksi dan jual dan beli dengan menggunakan fasilitas internet sebagai media komunikasi.¹¹ Dengan adanya *e-commerce* sebagai salah satu cara atau startegi yang digunakan para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk dapat meningkatkan pendapatan dimasa pandemi Covid-19. Pendapatan adalah sejumlah penghasilan yang didapat untuk dapat mengukur tingkat kemakmuran dan kesejahteraan seseorang maupun sekelompok orang dalam masyarakat.¹²

Menurut Kepala Dinas Koperasi dan UMKM Lampung, selama pandemi penjualan UMKM mampu bertahan bahkan meningkat penjualannya karena mengubah metode pemasaran melalui digital marketing. Menurutnya walaupun dalam masa pandemi terdapat beberapa kebijakan seperti PPKM, pihaknya terus mendorong UMKM agar dapat bertahan dan peluang itu ada melalui pemasaran online. Ia mengatakan berdasarkan survei Indonesia (BI) terhadap UMKM binaan di Provinsi Lampung dari 2.970 UMKM yang menjadi responden 83% di antaranya terdampak pandemi covid-19. Namun dari 83% itu 70% mampu bertahan karena memanfaatkan digitalisasi dalam pemasarannya.¹³ Berdasarkan Survei E-Commerce Tahun 2019 yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS), Indonesia memiliki 13.485 usaha *e-commerce*. Nilai

¹¹Nufansa Wira Sakti, *Buku Pintar Pajak E-Commerce Dari Mendaftar Sampai Membayar*, Cetakan 1 (Jakarta Selatan: Redaksi, 2014), 12.

¹²Rafidah, *Op.Cit.* 15.

¹³Dian Hardiyatna and Nusarina Yuliasuti, "Pemprov Lampung Sebut UMKM Bisa Bertahan Karena Digitalisasi", 2021 (On-line), tersedia di: <https://www.google.com/amp/s/m.antaranews.com/amp/berita/2464493/pemprov-lampung-sebut-umkm-bisa-bertahan-karena-digitalisasi> (2021). (Di akses 17 Oktober 2021, 13.04)

pendapatan usaha dari penjualan internet sepanjang tahun 2019 mencapai 17,21 triliun rupiah dengan jumlah transaksi online sebanyak 24,82 juta transaksi. Di Provinsi Lampung, perkembangan usaha e-commerce tengah bertumbuh. Menurut data BPS tahun 2019, dari semua usaha yang ada di Provinsi Lampung, 18,48% sebagai usaha e-commerce.¹⁴

Walaupun penjualan dan pembelian secara online dianggap mempermudah dalam bertransaksi dan interaksi namun tetap saja memiliki kekurangan, yaitu penjualan secara online masih memiliki permasalahan, karena didalam agama islam syarat dalam interaksi jual beli harus bertemu secara langsung atau bertatap muka untuk menghindari keluhan para konsumen misalnya seperti barang yang dibeli tidak sesuai dengan deskripsi yang tertera atau dapat dikatakan barang cacat, sedangkan dalam penjualan secara online dalam proses transaksi tidak perlu adanya tatap muka atau bertemu secara langsung, sehingga menimbulkan permasalahan bagi bagi sebagian orang, namun dalam hakikatnya penjualan secara online dianggap sah-sah saja apabila pembeli dan penjual sama-sama suka seperti dalam pandangan Madzhab Asy-Syafi'i diperbolehkan hukumnya secara ijimak.¹⁵ Dijelaskan dalam QS An-Nisa ayat 29 :

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَأْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبٰطِلِ اِلَّا اَنْ
تَكُوْنَتْ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ

رَحِيْمًا ﴿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 di antara kamu.

¹⁴Gun Nugraha, “Potensi E-Commerce Di Lampung”, 2020 (Online), tersedia di: <https://infra-merah.com/2020/06/08/potensi-e-commerce-di-lampung/> (2020). (Di akses 8 Juni 2020)

¹⁵Annisa Dwi Kurniawati, “Transaksi E-Commerce Dalam Perspektif Islam”, Vol. 2 No. 1 (2019), p. 90, <https://doi.org/10.21154/elbarka.v2i1.1662>.

¹⁶dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.¹⁷

Melalui ayat ini Allah SWT. Mengharamkan perbuatan memakan harta orang lain dengan cara batil, yaitu cara-cara yang diharamkan berupa riba, perjudian, perampasan, pencurian, penindasan, dan sebagainya yang dilarang oleh syariat. Menurut Sayyid Sabiq dalam Fiqh Sunnah menjelaskan jual beli adalah pertukaran harta tertentu dalam harta lain berdasarkan keridhaan antara keduanya. Atau dengan pengertian lain memindahkan hak milik dengan hak milik lain berdasarkan persetujuan dan hitungan materi.¹⁸ Dalam kaidah fiqh muamalah “semua diperbolehkan kecuali ada larangannya dalam Al- Qur’an dan hadits”.

Suatu konsep jual beli dalam fikih muamalah yang sangat sepadan dengan konsep *e-commerce* ini adalah jual beli *al-salam*, di mana *al-salam* atau *salaf* adalah jual beli barang secara tangguh dengan harga yang dibayar dimuka atau dalam makna yang lain, *salam* merupakan bentuk jual beli dengan pembayaran di muka dan penyerahan barang di kemudian hari (*advanced payment* atau *foward buying* atau *future sales*) dengan harga, spesifikasi, jumlah, kualitas, tanggal atau tempat penyerahan yang jelas, serta di sepakati sebelumnya dalam perjanjian. Adapun dalam pengertian yang sederhana *bai’ as-salam* berarti pembelian barang yang diserahkan di kemudian hari, sedangkan pembayaran di lakukan di muka.¹⁹

Dengan berkembangnya *e-commerce* pada saat ini dan sangat maraknya dikalangan produsen baik besar maupun kecil, walaupun *e-commerce* sudah ada sejak lama namun saat ini *e-commerce* sangat digemari apalagi dimasa pandemi. Hal ini

¹⁶Kit et al., *Jual Beli Dalam Persepektif Ekonomi Islam*, Cetakan 1 (Yogyakarta: Penerbit Gava Media, 2018), 167.

¹⁷Al-Qur’an Al-Karim Tajwid dan Terjemahnya, *Kementerian Agama Republik Indonesia*, Wanita (Jawa Timur: Halim Publishing dan Distribusing, 2013), 83.

¹⁸Kit et al., *Op.Cit.* 77.

¹⁹ *Ibid.*, 167.

terjadi karena mempermudahnya para konsumen untuk tetap bisa membeli barang yang akan dibeli tanpa harus mengunjungi tempat tersebut, dan untuk mengurangi penyebaran virus corona serta mempermudah produsen dalam hal penjualan. *E-commerce* juga banyak dipakai para pelaku usaha di Bandar Lampung, para pelaku usaha melakukan manajemen strategi yang tepat dalam menghadapi pandemi baik dari segi barang maupun jasa. Hal ini juga dilakukan oleh pelaku usaha bisnis UMKM Batik Gabovira dalam penggunaan *e-commerce* yang digunakan dalam penjualannya dimasa pandemi. UMKM Batik Gabovira baru mulai menggunakan *e-commerce* pada tahun 2021 yang dimana di harapkan dapat membantu dalam penjualannya .

UMKM Gabovira merupakan suatu destinasi yang baik untuk pengunjung yang menyukai atau interest dibidang kebudayaan kerana tempat ini pengunjung bisa merasakan nuansa yang khas dari Kota Bandar Lampung yaitu corak batik khas Lampung yang tidak akan ditemukan dikota manapun selain di Lampung. Pada awalnya nama Gabovira dibuat untuk merek sebuah tas namun usaha dibidang tas kurang berjalan dengan baik, sehingga nama Gabovira digunakan untuk merek batik sebagai alternatif usaha selanjutnya. Sejarah awal nama Gabovira ini diambil dari nama keluarga yaitu Gatot (bapak pemilik batik Gabovira), Debora (sang istri pemilik batik Gabovira), Jelvi dan Raga (anak pemilik batik Gabovira) Gabovira ini sudah berdiri sejak 25 Februari 2000 yang didirikan oleh Bapak Gatot Kartiko. Didalam usaha kerajinan Gabovira terdapat banyak hasil kerajinan diantara lain kaos tapis, baju jadi batik, kain batik, seragam atau stelan, sajadah motif tapis dan juga aksesoris. Pada awalnya Pak Gatot menawarkan batik Pekalongan yang dijinjingnya itu, seiring perkembangan waktu beliau mendapat inovasi dalam pembuatan batik dan membuat batik dengan ciri khas batik Lampung. Ciri khas dari batik Gabovira yaitu kainnya bermutu tinggi seperti katun, sutra alat tenun mesin dan sutra bukan alat tenun mesin. Pada tahun 2012 batiknya dikenakan oleh para Mentri dalam event nasional, dari situlah mulai batik Gabovira dikenal oleh

masyarakat luas. Banyak tamu dari luar negeri pergi ke Indonesia tepatnya di Bandar Lampung untuk membeli batik Gabovira.²⁰

Berdasarkan permasalahan dan latar belakang diatas maka peneliti ingin melakukan penelitian lebih lanjut tentang “**Peran E-commerce Terhadap Tingkat Pendapatan UMKM Ditengah Pandemi Covid-19 Dalam Pesepektif Ekonomi Islam**”

C. Fokus dan sub-Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian diatas, maka perlu dilakukannya pembatasan masalah dalam penelitian ini agar penelitian lebih terarah dan tidak menimbulkan perluasan masalah. Adapun fokus dan sub fokus pada penelitian ini adalah peneliti akan fokus mengkaji tentang peran *e-commerce* terhadap tingkat pendapatan di tengah pandemi covid-19 dalam persepektif ekonomi Islam. Dan untuk sub fokusnya yaitu pada UMKM Batik Gabovira Beringin Raya Kecamatan Kemiling Bandar Lampung.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat disimpulkan beberapa rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu anatar lain :

1. Bagaimana peran *e-commerce* terhadap tingkat pendapatan UMKM Batik Gabovira dimasa pandemi covid-19?
2. Bagaimana peran *e-commerce* terhadap tingkat pendapatan UMKM Batik Gabovira dimasa pandemi covid-19 dalam persepektif ekonomi Islam ?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana peran *e-commerce* terhadap tingkat pendapatan UMKM Batik Gabovira dimasa pandemi covid-19

²⁰“Website Batik Gabovira.Id”, n.d.

2. Untuk mengetahui bagaimana peran *e-commerce* terhadap tingkat pendapatan UMKM Batik Gabovira dimasa pandemi covid-19 dalam persepektif ekonomi Islam

F. Manfaat Penelitian

Manfaat dari peneitian ini adalah sebagai berikut :

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan bagi akademisi, memberikan sumbangsih pengetahuan dan penilaian terhadap pengaruh sistem penjualan online terhadap peningkatan pendapatan dalam perspektif ekonomi islam, dan juga dapat menambah literatur dilingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung, khususnya pada jurusan Ekonomi Islam.
2. Secara praktis, bagi penulis merupakan sebagian sarana untuk mempraktekan teori-teori yang didapatkan juga sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana dijurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.

G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Tabel 1.1
Kajian Penelitiin Terdahulu Yang Relevan

No	Nama dan Judul Penelitian	Tujuan	Hasil dan Kesimpulan
1	I Gusti Ngaruh Adi Setyawan, I Wayan Sukadana, Made Detriasmitta Saientisna (2017) "Peran <i>E-commerce</i> Terhadap	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh <i>e-commerce</i> terhadap penjualan dan untuk	Hasil dari penelitian ini adalah penjualan dengan menggunakan <i>ecommerce</i> pada industri pakaian jadi di Provinsi Bali berpengaruh sebesar 258 persen lebih

	Penjualan Usaha Pada Industri Pakaiian Jadi Di Provinsi Bali”	mengetahui jenis <i>e-commerce</i> apa yang paling besar berpengaruh terhadap penjualan	besar dibandingkan dengan penjualan industri pakaian jadi yang tidak menggunakan <i>ecommerce</i> . ²¹
2	Helmailia dan Afrinawati (2018) “Pengaruh <i>E-commerce</i> Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Di Kota Padang”	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh <i>e-commerce</i> terhadap peningkatan pendapatan UMKM binaan BNI di kota padang.	Hasil dari penelitian ini adalah Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis mengenai pengaruh <i>e-commerce</i> terhadap peningkatan pendapatan UMKM binaan RKB BNI Kota Padang, maka dapat ditraik kesimpulan bahwa variabel <i>e-commerec</i> (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel pendapatan (Y) UMKM binaan RKB BNI Kota Padang. Dengan dibuktikan nilai signifikan <i>e-commerce</i> secara parsial dari uji

²¹I Gusti Ngurah et al., “INDUSTRI PAKAIAN JADI DI PROVINSI BALI Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia Riana Dan Meydianawathi (2015) Mengatakan Industri Kecil Dan Menengah (IKM) Mampu Bertahan Dari Krisis Jika Dibandingkan Dengan Industri”, Vol. Vol.6 No. No.12 (2017), p. 2436–2461.,

			signifikan parametrik individual (uji t) sebesar $0,000 < \text{dari } a=0,05$. Sementara dari hasil analisis diketahui nilai thitung yaitu sebesar $4,050 > \text{dari } t \text{ tabel } 2,009$. ²²
3	Nurul Amalia Sari (2019) “ Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha UMKM Di Kota Makassar.”	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perkembangan ekonomi digital dan faktor yang mempengaruhi pendapatan pelaku usaha UMKM di kota Makassar.	Hasil dari penelitian ini adalah maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel ekonomi digital (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel pendapatan (Y) UMKM di Kota Makassar. Dengan dibuktikan nilai signifikan ekonomi digital secara parsial dan uji signifikan parametric individual (ujji t) sebesar $0,000 < \text{dari } a = 0,05$. Sementara dari hasil analisis diketahui nilai t hitung yaitu sebesar

²²HELMALIA HELMALIA and AFRINAWATI AFRINAWATI, “Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang”, Vol. 3 No. 2 (2018), p. 237, <https://doi.org/10.15548/jebi.v3i2.182>.

			9.546 > dari t table 1,986. ²³
4	Sandra Ayu, Ahmad Lahmi (2020) “Peran <i>E-commerce</i> Terhadap Perekonomian Indonesia Selama Pandemi Covid-19	Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan peran <i>e-commerce</i> bagi perekonomian di Indonesia selama pandemi Covid-19.	Hasil dari penelitian ini adalah diperoleh kesimpulan bahwa peran <i>e-commerce</i> memberikan peran bagi perekonomian Indonesia selama pandemi Covid-19 baik bagi pelaku usaha, konsumen dan pemerintah. ²⁴
5	Arman Maulana, Novira Rizki Arjun, Faisal Akbar, Novi Ayu Suryanti, Hafizh Firmansyah (2021) “Peran <i>E-commerce</i> di Tengah Pandemi Terhadap Gaya Hidup Masyarakat Indonesia Masa Kini”	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran <i>e-commerce</i> di tengah pandemi terhadap gaya hidup masyarakat Indonesia masa kini.	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penyebaran pandemi covid-19 sangat mempengaruhi pertumbuhan dan perkembangan <i>e-commerce</i> di Indonesia dan dengan adanya kebijakan stay at home semakin membuat masyarakat mulai terbiasa

²³Nurul Amalia Sari, “Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Umkm Di Kota Makassar”, Vol. 53 No. 9 (2019), p. 1689–1699,.

²⁴Sandra Ayu and Ahmad Lahmi, “Peran E-Commerce Terhadap Perekonomian Indonesia Selama Pandemi Covid-19”, Vol. 9 No. 2 (2020), p. 114, <https://doi.org/10.24036/jkmb.10994100>.

			mengandalkan jasa <i>e-commerce</i> . ²⁵
--	--	--	---

Berdasarkan penelitian terdahulu diatas yang membedakan penelitian penulis dengan penelitian terdahulu yang relevan adalah pada penelitian terdahulu lebih menggunakan teori ekonomi secara umum, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis bukan hanya menggunakan teori secara umum namun menggunakan teori dengan sudut pandang ekonomi Islam. Metode yang digunakan lebih banyak menggunakan metode kuantitatif sedangkan penelitian yang dilakukan penulis menggunakan metode kualitatif. Objek penelitian terdahulu lebih luas cakupannya meneliti semua UMKM yang ada di provinsi dan Kota, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis hanya mengambil salah satu UMKM yang ada di Kota Bandar Lampung yaitu UMKM Batik Gabovira. Rentang waktu yang dilakukan oleh penelitian terdahulu yang relevan adalah tahun 2017-2021, sedangkan penelitian yang dilakukan penulis adalah pada tahun 2022 pada masa pandemi covid-19.

H. Metode Penelitian

Metode Penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan, kegunaan tertentu.

1. Jenis dan Sifat Penelitian

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif atau penelitian lapangan (*field Research*), yaitu penelitian dimana peneliti harus terjun langsung ke lapangan, terlibat dengan masyarakat setempat. Terlibat dengan partisipan atau masyarakat berarti turut merasakan apa yang mereka

²⁵Arman Maulana et al., "Peran E-Commerce Di Tengah Pandemi Terhadap Gaya Hidup Masyarakat Indonesia Masa Kini", Vol. 1 No. 1 (2021), p. 55-61,.

rasakan dan sekaligus juga mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif tentang situasi setempat.²⁶ Selain itu, peneliti juga menggunakan penelitian kepustakaan (Library Research) adalah penelitian dimana data tidak diperoleh dari lapangan tetapi dari buku, catatan, maupun laporan hasil penelitian.

Maka dengan kata lain metode penelitian kualitatif atau penelitian lapangan (*field Research*), adalah suatu cara yang digunakan oleh peneliti untuk mencari informasi yang digunakan dalam penelitian dengan cara turun langsung kelapangan untuk mencari informasi.

b. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif adalah penelitian yang bermaksud menggambarkan keadaan atau nilai satu atau lebih variabel secara mandiri.²⁷

2. Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder

a. Data Primer yaitu data yang diperoleh langsung dari responden atau objek yang diteliti atau ada hubungannya dengan obyek yang diteliti. Yaitu menanyakan langsung kepada karyawan bagian rekap penjualan dan keuangan UMKM Batik Gabovira yai sadar Yunati Pratiwi.²⁸

b. Data Sekunder yaitu data-data yang diperoleh secara tidak langsung yaitu mendapatkan dari dokumen resmi, buku-buku, hasil wujud laporan.²⁹

²⁶Raco Jozef, *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik, Dan Keunggulannya*, (Jakarta: PT. Gramedia Widasarana Indonesia, 2010), 9.

²⁷ Ibid., 50.

²⁸ Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (B: Alfabeta, cv, 2013), 137.

²⁹ Ibid.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.³⁰ Dalam penelitian ini populasi yang dimaksud adalah pemilik dan karyawan di Batik Gabovira Kemiling Bandar Lampung yang berjumlah 32 Orang.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.³¹ Dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dalam penentuan sampel. Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek/situasi sosial yang diteliti.³² Sampel yang dimaksud adalah karyawan bagian rekap penjualan dan karyawan keuangan yaitu kepadasaudari Yunani Pratiwi.

4. Metode Pengumpulan Data

Metode Pengumpulan data kualitatif merupakan sebuah metode pengumpulan data yang paling independen dan suatu langkah dalam penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan data-data yang diperlukan dalam penelitian. Maka dalam pengumpulan data digunakan beberapa metode yaitu :

³⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, cv, 2013), 80.

³¹Ibid., 81.

³²Ibid., 218.

a. Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis.³³ Observasi bisa diartikan sebagai suatu pengamatan terhadap suatu objek secara langsung dan detail untuk mendapatkan informasi.

Dalam Penelitian ini observasi dilakukan secara langsung dengan mendatangi tempat penelitian yaitu UMKM Batik Gabovira.

b. Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.³⁴ Wawancara juga bisa dikatakan percakapan antara dua orang atau lebih dan berlangsung antara narasumber dan pewawancara.

Dalam penelitian ini peneliti akan melakukan wawancara dengan karyawan di Batik Gabovira Kemiling Bandar Lampung yaitu kepada saudari Yunani Pratiwi selaku karyawan bagian rekap penjualan dan rekap keuangan.

c. Dokumentasi adalah catatan peristiwa yang berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dengan kata lain dokumentasi adalah suatu aktivitas atau proses penyediaan dokumen-dokumen dengan menggunakan bukti yang akurat berdasarkan pencatatan berbagai sumber informasi.³⁵

5. Teknis Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.³⁶ Lalu setelah itu dilakukan pendekatan deskriptif mengemukakan data-data yang diperlukan apa adanya lalu

³³Ibid., 145.

³⁴Ibid., 137.

³⁵ Prof. Dr. Sugiyono, *Op.Cit.* 241.

³⁶Sugiyono, *Op.Cit.* 244.

dianalisis kembali sehingga dapat disusun sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan dalam penelitian ini. Metode-metode ini yang digunakan sebagai analisis dari berbagai literatur atau sumber data yang sudah dikumpulkan dengan “Peran *E-commerce* Terhadap Tingkat Pendapatan UMKM Ditengah Pandemi Covid-19 Dalam Persepektif Ekonomi Islam”. Menurut Miles dan Huberman yang dikutip oleh sugiyono mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sampai tuntas, sehingga datanya jenuh.

Teknis analisis data kualitatif terdiri dari tiga tahapan kegiatan yang saling terkait satu sama lain yaitu Reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.³⁷

a. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya.

b. Penyajian Data

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplay data. Dalam penelitian kualitatif penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian atau narasi singkat, bagan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya

c. Langkah yang ketiga adalah penarikan kesimpulan

kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah apabila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat penelitian kembali kelapangan saat mengumpulkan data maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan kredibel.

³⁷Ibid., 246.

I. Sistematika Pembahasan

BAB 1 PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi tentang penegasan judul, latar belakang masalah, fokus dan sub fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu yang relevan, metode penelitian, sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini berisi tentang teori yang penulis gunakan dalam penelitian ini. Teori yang digunakan oleh penulis yaitu : Pemasaran menurut konvensional dan pemasaran menurut persepektif ekonomi Islam, *e-commerce* menurut konvensional dan *e-commerce* menurut persepektif ekonomi Islam, pendapatan menurut konvensional dan pendapatan menurut persepektif ekonomi Islam, UMKM menurut konvensional dan UMKM menurut persepektif ekonomi Islam, covid-19.

BAB III DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang gambaran umum lokasi penelitian UMKM Batik Gabovira seperti bagaimana sejarah dan perkembangan dalam menjalankan usaha. Serta berisi penyajian data dan fakta-fakta penelitian yang penulis uraikan dengan data hasil wawancara dan observasi yang dilakukan di lapangan.

BAB IV ANALISIS PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang analisis data penelitian dan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian tentang Peran *E-commerce* terhadap Tingkat Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Batik Gabovira di Tengah Pandemi Covid-19 Dalam Persepektif Ekonomi Islam (Studi Pada UMKM Batik Gabovira Beringin Raya Kecamatan Kemiling Bandar Lampung) dapat disimpulkan bahwa :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran *e-commerce* sudah berperan namun belum secara signifikan terhadap tingkat pendapatan di UMKM Batik Gabovira di masa pandemi covid-19 di karenakan lebih banyak konsumen yang lebih menyukai atau membeli produk secara langsung ke toko atau secara *offline*. Akan tetapi *e-commerce* sangat berperan dalam pemasaran atau dalam kegiatan promosi yang dilakukan UMKM Batik Gabovira sehingga dapat memperluas jangkauan konsumen hingga manca negara untuk tertarik melihat hasil produksinya.
2. Menurut persepektif Ekonomi Islam UMKM Batik Gabovira sudah mengikuti perkembangan zaman dengan memanfaatkan teknologi yang semakin canggih berupa penggunaan *e-commerce*, dan hasil penelitian menunjukkan bahwa peran *e-commerce* sudah berperan namun belum secara signifikan terhadap tingkat pendapatan namun sangat berperan dibidang pemasaran atau promosi. Dan UMKM Batik Gabovira sudah menerapkan prinsip sistem pembelian secara *al-salam*. Dimana dalam kegiatan bertransaksi UMKM Batik Gabovira menyebutkan sifat atau ciri-ciri barang dan juga telah menerapkan sistem pembayaran secara COD, Transfer, maupun Debit. Sistem pembayaran seperti ini dinggap sah-sah saja apabila dilakukan atas dasar suka sama suka dan tidak merugikan salah satu pihak.

B. Rekomendasi

Terdapat beberapa saran yang bersifat positif dan membangun untuk kemajuan usaha dan sistem penggunaan *e-commerce* pada UMKM Batik Gabovira. Adapun saran-saran tersebut adalah sebagai berikut :

1. Dalam penggunaan *e-commerce* pengelola UMKM Batik Gabovira diharapkan dapat memperluas aplikasi yang digunakan dalam kegiatan penjualan. Melihat pada saat ini UMKM Batik Gabovira hanya menggunakan dua aplikasi yaitu shopee dan tokopedia. Dan diharapkan dapat menambah aplikasi yang digunakan sebagai sarana penjualan seperti Lazada, Blibli.com, dan Bukalapak.
2. Meskipun UMKM Batik Gabovira telah menerapkan sistem jual beli secara *al-salam* dimana sudah menyebutkan spesifikasi atau ciri-ciri produk dalam penjualannya. Diharapkan UMKM Batik Gabovira dapat menambahkan spesifikasi barang yang lebih jelas seperti *video review* Produk yang ditampilkan di halaman toko online UMKM Batik Gabovira untuk lebih meyakinkan konsumen untuk membeli produk.

DAFTAR RUJUKAN

- Akbar, Mohammad Aldrin, and Siti Nur Alam. *E-COMMERCE DASAR TEORI DALAM BISNIS DIGITAL* Cetakan 1. Yayasan Kita Menulis, 2020.
- Al-Qur'an Al-Karim Tajwid dan Terjemahnya. *Kementerian Agama Republik Indonesia* Wanita. Jawa Timur: Halim Publishing dan Distribusing, 2013.
- Ayu, Sandra, and Ahmad Lahmi. "Peran E-Commerce Terhadap Perekonomian Indonesia Selama Pandemi Covid-19". *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*. Vol. 9 no. 2 (2020), p. 114. <https://doi.org/10.24036/jkmb.10994100>.
- Budiarto, Rachman et al. *Pengembangan UMKM Antara Konseptual Dan Pengalaman Praktis* Cetakan Pe. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2015.
- Davis, F. D. 1986. A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-User Informations System: Theory and Result. Dissertation, Massachusetts Institute of Technology, Wayne State University.
- Fauzia, Ika Yunia, and Abdul Kadir Riyadi. *Prinsip Dasar Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenamedia Group, 2018.
- Hadi, Demaz Fauzi, and Kiki Zakiah. "Strategi Digital Marketing Bagi UMKM Untuk Bersaing Di Era Pandemi". *Competitive*. Vol. 16 (2021), p. 32–41.
- Hafizd, Jefik Zulfikar. "Peran Bank Syariah Mandiri (Bsm) Bagi Perekonomian Indonesia Di Masa Pandemi Covid-19". *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*. Vol. 5 no. 2 (2020), p. 138. <https://doi.org/10.24235/jm.v5i2.7402>.
- Hardiyatna, Dian, and Nusarina Yuliastuti. "Pemprov Lampung Sebut UMKM Bisa Bertahan Karena Digitalisasi"., 2021 (On-line), tersedia di: <https://www.google.com/amp/s/m.antaranews.com/amp/berita/2464493/pemprov-lampung-sebut-umkm-bisa-bertahan-karena-digitalisasi> (2021).
- HELMALIA, HELMALIA, and AFRINAWATI AFRINAWATI. "Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang". *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*. Vol. 3 no. 2 (2018), p. 237. <https://doi.org/10.15548/jebi.v3i2.182>.
- Huda, Nurul dkk. *Pemasaran Syariah Teori Dan Aplikasi Pertama*. Jakarta: Kencana, 2017.

- Ikht et al. *Jual Beli Dalam Persepektif Ekonomi Islam* Cetakan 1. Yogyakarta: Penerbit Gava Media, 2018.
- Imamatus Sholihah. “Pendampingan Pemanfaatan Media Sosial Dan E-Commerce Sebagai Peluang Usaha Mandiri Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Pandansari Kecamatan Poncokusumo Malang”. *Khidmatuna: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. Vol. 2 no. 1 (2021), p. 21–31. <https://doi.org/10.51339/khidmatuna.v2i1.320>.
- Jozef, Raco. *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik, Dan Keunggulannya*. Jakarta: PT. Gramedia Widasarana Indonesia, 2010.
- Kamus Istilah Pengembangan Wilayah* Edisi 1. Badan Pengembangan Infrastruktur Wilayah Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat, 2016.
- Karimi, Ahmad Ni’am; Suparno; Ari S. “Pengaruh Penjualan Dengan Aplikasi E Commerce Dalam Perspektif Islami”. *Jurnal Ilmiah Eduscotech*. Vol. 1 no. 2 (2020), p. 22–35. (On-line), tersedia di: <https://journal.udn.ac.id/index.php/eduscotech/article/view/43> (2020).
- Kurniawati, Annisa Dwi. “Transaksi E-Commerce Dalam Perspektif Islam”. *El-Barka: Journal of Islamic Economics and Business*. Vol. 2 no. 1 (2019), p. 90. <https://doi.org/10.21154/elbarka.v2i1.1662>.
- Maulana, Arman et al. “Peran E-Commerce Di Tengah Pandemi Terhadap Gaya Hidup Masyarakat Indonesia Masa Kini”. *Journal of Education and Technology*. Vol. 1 no. 1 (2021), p. 55–61.
- Modul Level Dasar (CAFB) Akuntansi Keuangan* (1st ed.). Jakarta Pusat: Ikatan Akuntan Indonesia, 2019.
- Muharram, Husni Ritonga dkk. *Manajemen Pemasaran Konsep Dan Strategi*, 2018.
- Ngurah, I Gusti et al. “INDUSTRI PAKAIAN JADI DI PROVINSI BALI Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia Riana Dan Meydianawathi (2015) Mengatakan Industri Kecil Dan Menengah (IKM) Mampu Bertahan Dari Krisis Jika Dibandingkan Dengan Industri”. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*. Vol. Vol.6 no. No.12 (2017), p. 2436–2461.
- Nugraha, Gun. “Potensi E-Commerce Di Lampung”., 2020 (On-line), tersedia di: <https://infra-merah.com/2020/06/08/potensi-e-commerce-di-lampung/> (2020).
- Pittara. “Virus Corona”., 2022 (On-line), tersedia di:

- <https://www.alodokter.com/virus-corona> (2022).
- Putri, Sedinadia. “Kontribusi UMKM Terhadap Pendapatan Masyarakat Ponorogo: Analisis Ekonomi Islam Tentang Strategi Bertahan Di Masa Pandemi Covid-19”. *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies*. Vol. 4 no. 2 (2020), p. 147. <https://doi.org/10.30983/es.v4i2.3591>.
- Rafidah. *Pengaruh Modal Usaha, Lama Usaha, Dan Sikap Kewarusaan Islami Terhadap Pendapatan Dan Kesejahteraan Keluarga Wanita Pengrajin Batik Danau Teluk Kota Jambi* Cetakan Pe. Malang: Ahlimedia Press, 2020.
- Rahayu, Budi Tanama Putri. *Manajemen Pemasaran*, 2014.
- Rerung, Rintho Rante. *E-COMMERCE Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi* Cetakan 1. Yogyakarta: Deepublish (Group Penerbitan CV Budi Utama), 2018.
- Romindo et al. *E-Commerec Impelemntasi, Strategi & Inovasi* Cetakan 1. Yayasan Kita Menulis, 2019.
- Sakti, Nufansa Wira. *Buku Pintar Pajak E-Commerce Dari Mendaftar Sampai Membayar* Cetakan 1. Jakarta Selatan: Redaksi, 2014.
- Sari, Nurul Amalia. “Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Umkm Di Kota Makassar”. *Journal of Chemical Information and Modeling*. Vol. 53 no. 9 (2019), p. 1689–1699.
- Sitorus, Onny Fitriana, and Novellia Utami. *Buku Ajar Strategi Promosi Pemasaran*, 2017.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta, cv, 2013.
- Sugiyono, Prof. Dr. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. B: Alfabeta, cv, 2013.
- Syarief, Faroman. *Pengembangan Dan Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM)* Cetakan Pe. Makassar: Yayasan Barcode, 2020.
- “Website Batik Gabovira.Id”., n.d.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara

Panduan Wawancara Penelitian

**Peran *E-commerce* Terhadap Tingkat Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) DiTengah Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Ekonomi Islam
(Studi Kasus di UMKM Batik Gabovira Beringin Raya Kecamatan Kemiling Bandar Lampung)**

1. Bagaimana sejarah berdirinya UMKM Batik Gabovira?
2. Berapa banyak jumlah karyawan UMKM Batik Gabovira ?
3. Strategi/upaya apa sajakah yang dilakukan UMKM Batik Gabovira untuk meningkatkan pendapatan di masa pandemi ?
4. Aplikasi apa sajakah yang digunakan dalam penjualan? Dan aplikasi apa yang lebih banyak memberikan kontribusi terhadap pendapatan dimasa pandemi ?
5. Apakah dengan adanya *E-commerce* dapat menaikkan pendapatan dan mengurangi biaya operasional ?
6. Apakah dalam penggunaan *e-commerce* UMKM Batik Gabovira pernah mengalami kendala seperti pencurian informasi, gangguan layanan, dan terkena *hacker* ?
7. Apakah selama penggunaan *e-commerce* UMKM Batik Gabovira pernah mengalami komplain dari pihak konsumen ?
8. Apakah dengan adanya *E-commerce* dapat berperan terhadap UMKM seperti penjualan secara global/mancanegara ?
9. Bagaimana sistem pembayaran yang dilakukan oleh konsumen dalam pembelian menggunakan *e-commerce* ?
10. Apakah dalam bertransaksi jual beli deskripsi/ciri-ciri produk selalu dicantumkan ?

Lampiran 2 Surat Riset



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Letkol. Hl. Endro Suratmih Sakarame I Telp. (0721) 703289 Bandar Lampung

Nomor : 336 /Un.16/DE/PP.00.9/02/2022 Bandar Lampung, 15 Februari 2022
Sifat : Biasa
Lampiran : 1 Eks
Perihal : Permohonan Izin Riset

Kepada Yth,
Pimpinan Batik Gabovira Sinar Cemerlang
Di -
Bandar Lampung

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Bersama ini disampaikan permohonan izin untuk mengadakan riset guna penulisan skripsi mahasiswa kami sebagai berikut:

Nama / NPM : Deivika Septa Nur Thoybu / 1851010446
Jurusan / Semester : Ekonomi Syariah / VIII (delapan)
Judul Skripsi : Peran E-Commerce Terhadap Tingkat Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Tengah Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Ekonomi Islam
Lokasi Penelitian : UMKM Batik Gabovira Kemiling Bandar Lampung
Penanggungjawab : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Penelitian ini dimaksudkan untuk kepentingan ilmiah sebagai data dalam penulisan skripsi yang bersangkutan, sebagai bahan pertimbangan Bapak/Ibu bersama ini dilampirkan 1 (satu) Eks. Proposal penelitian dimaksud.

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Dekan



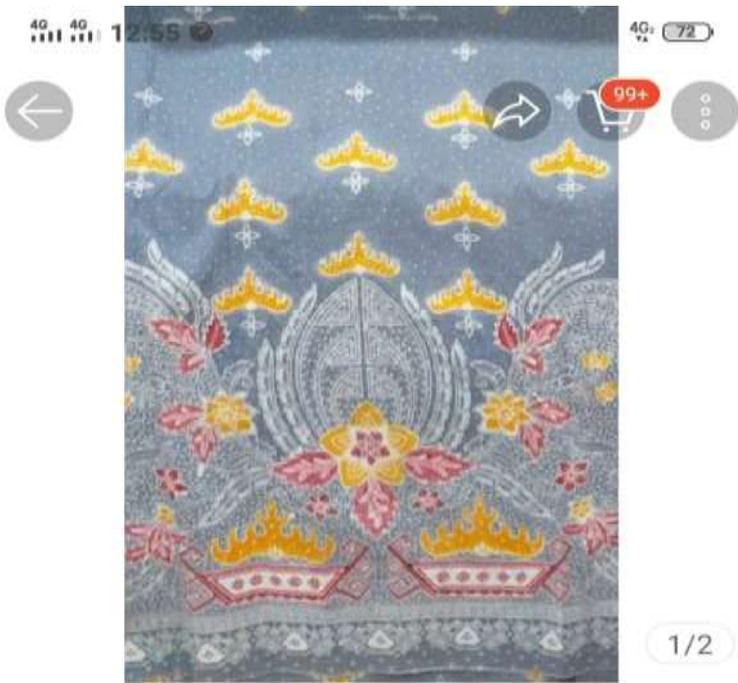
Prof. Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M. Si
NIP. 1960060120031210016

Lampiran 3 Dokumentasi









Batik Gabovira - Ragam Hias - Bahan Batik
Motif Khas Lampung

Rp29.109 x 12 bulan dengan SPayLater

Rp258.000

★★★★☆ 4.7 | 29 Terjual ?



Proteksi Kerusakan Produk

Pelajari >

SPayLater

Rp29.109x12 >

Ongkos Kirim: Rp8.000



Beli Sekarang





Q Batik Lampung



 Ongkos Kirim: Rp8.000



Pilih variasi (2 Warna)



Abu
- Abu

Hitam



griyabatikgabovira

Aktif 36 menit lalu

 KOTA BANDAR LAMP...

[Kunjungi Toko](#)

82 Produk 4.9 Penilaian 57% Chat Dibalas

Produk Lain Dari Toko Ini

[Lihat Semua](#)



Batik Gabovira-Bahan Bati...

Rp258.000



8 terjual



Bahan Batik khas Lampung...

Rp128.000



3 terjual



Batik Gabovira-Bahan Bati...

Rp163.000



4 terjual



Batik Gaira-Desai

Rp163.000



35 terjual



Stok 2

Dikirim Dari KOTA BANDAR LAMPUNG

Bahan Batik Khas Lampung

Motif Bahan : Ragam Hias Siger

Jenis Bahan : Katun WaxPrint

Ukuran Bahan : 2.20 m x 115cm

Warna : Abu dan Hitam

Katun Wax Print ini merupakan Katun yang di Proses menggunakan malam yang di Print

Bahan batik ini bisa digunakan untuk Pria dan Wanita dan bisa dijahit untuk Kemeja, Hem Laki-laki, Blouse dan Tunik serta bisa dijahit dari ukuran S sampai dengan XXXL

Kami bisa melayani orderan dalam jumlah banyak dan melayani Desain Khusus untuk kalian yang tidak ingin motif batiknya disamakan dengan motif batik lainnya. Syarat dan Ketentuan berlaku.

Sembunyikan ^





KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
PUSAT PERPUSTAKAAN

Jl. Laskar H. Endra Sritanin, Sukarame I, Bandar Lampung 35131
Telp.(0721) 705087-74331 Fax. 705422 Website: www.uinraden.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor: B- 3443 / Un.16 / P1 /KT/V / 2022

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : **Ahmad Zaricast, S.Ag., M.Sos. I**
NIP : 197308291998031003
Jabatan : Kepala Pusat Perpustakaan UIN Raden Intan Lampung

Menerangkan Bahwa Artikel Ilmiah Dengan Judul:

PERAN E-COMMERCE TERHADAP TINGKAT PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DITENGAH PANDEMI COVID-19 DALAM PERSEPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Di UMKM Batik Gabovira Beringin Raya Kecamatan Kemiling Bandar Lampung)

Karya :

NAMA	NPM	FAK/ PRODI
DEIVIKA SEPTA NUR THOYBA	1851010446	FEBI/ ES

Bebas Plagiasi sesuai dengan hasil pemeriksaan tingkat kemiripan sebesar 18 %. Dan dinyatakan **lulus** dengan bukti terlampir.

Demikian Keterangan ini kami buat, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Bandar Lampung, 31 Mei 2022
Kepala Pusat Perpustakaan



Ahmad Zaricast, S.Ag., M.Sos. I
NIP.197308291998031003

Kopi:

1. Surat Keterangan Cek Turnitin ini Legal & Sah, dengan Stempel Asli Pusat Perpustakaan.
2. Surat Keterangan ini Dapat Digunakan Untuk Repository
3. Lampirkan Surat Keterangan Lulus Turnitin & Rincian Hasil Cek Turnitin ini di Bagian Lampiran Skripsi Untuk Salah Satu Syarat Penyelesaian di Pusat Perpustakaan

PERAN E-COMMERCE
TERHADAP TINGKAT
PENDAPATAN USAHA MIKRO
KECIL DAN MENENGAH (UMKM)
DITENGAH PANDEMI COVID-19
DALAM PERSEPEKTIF EKONOMI
ISLAM

by Deivika Septa Nur Thoyba

Submission date: 31-May-2022 10:01AM (UTC+0700)

Submission ID: 1847545585

File name: DEIVIKA_1,4,5.docx (62.94K)

Word count: 5911

Character count: 38732

PERAN E-COMMERCE TERHADAP TINGKAT PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DITENGAH PANDEMI COVID-19 DALAM PERSEPEKTIF EKONOMI ISLAM

ORIGINALITY REPORT

18%

SIMILARITY INDEX

16%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

9%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.radenintan.ac.id Internet Source	4%
2	Submitted to UIN Raden Intan Lampung Student Paper	3%
3	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur Student Paper	2%
4	journal.febi.uinib.ac.id Internet Source	1%
5	ijc.ilearning.co Internet Source	1%
6	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	1%
7	geraimenuis.files.wordpress.com Internet Source	1%
8	mnews.co.id Internet Source	1%

9	ejournal.unp.ac.id Internet Source	<1 %
10	onlinelearning.uhamka.ac.id Internet Source	<1 %
11	repository.iainpalopo.ac.id Internet Source	<1 %
12	repository.uinjambi.ac.id Internet Source	<1 %
13	www.coursehero.com Internet Source	<1 %
14	Submitted to Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Student Paper	<1 %
15	ejournal.stitph.ac.id Internet Source	<1 %
16	Submitted to LL DIKTI IX Turnitin Consortium Part II Student Paper	<1 %
17	Submitted to Universitas Jambi Student Paper	<1 %
18	123dok.com Internet Source	<1 %
19	jurnalilmiah.org Internet Source	<1 %

20	www.ahmedsidik.online Internet Source	<1 %
21	Submitted to IAIN Bengkulu Student Paper	<1 %
22	money.kompas.com Internet Source	<1 %
23	infobanknews.com Internet Source	<1 %
24	id.scribd.com Internet Source	<1 %
25	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	<1 %
26	masayine.blogspot.com Internet Source	<1 %
27	nurahmadsoleh.blogspot.com Internet Source	<1 %
28	bubu.com Internet Source	<1 %
29	jdih.pasuruankota.go.id Internet Source	<1 %
30	core.ac.uk Internet Source	<1 %
31	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	<1 %

32	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	<1 %
33	repository.untar.ac.id Internet Source	<1 %
34	www.digital.ortizaku.com Internet Source	<1 %
35	Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper	<1 %
36	Febriani Nur Untari. "DAMPAK PELATIHAN PEMANFAATAN APLIKASI INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN PEROLEHAN LABA PERUSAHAAN UMKM", Comm-Edu (Community Education Journal), 2020 Publication	<1 %
37	eprints.poltektegal.ac.id Internet Source	<1 %

Exclude quotes On
Exclude bibliography On

Exclude matches = 5 words