

**ANALISIS PERAN *E-BUSINESS* USAHA  
MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM)  
DALAM MENINGKATKAN PROFITABILITAS  
MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM  
(STUDI PADA UMKM KULINER DI KEDATON KOTA  
BANDAR LAMPUNG)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi  
Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
(S.E.) Dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam**

**Oleh**

**NOVYTA SARI SUSIANA EFFENDI  
NPM 1951020397**

**Program Studi : Perbankan Syariah**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
1445 H / 2024 M**

**ANALISIS PERAN *E-BUSINESS* USAHA  
MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM)  
DALAM MENINGKATKAN PROFITABILITAS  
MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM  
(STUDI PADA UMKM KULINER DI KEDATON KOTA  
BANDAR LAMPUNG)**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi  
Syarat-syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi  
(S.E.)  
Dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam**

**Oleh**

**NOVYTA SARI SUSIANA EFFENDI  
NPM 1951020397**

**Program Studi : Perbankan Syariah**

**Pembimbing Akademik I : Dr. Ahmad Habibi, S.E., M.E.**

**Pembimbing Akademik II : Diah Mukminatul Hasyim, M.E.Sy.**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
1445 H / 2024 M**

## ABSTRAK

*E-business* adalah jenis metode yang menghubungkan beberapa perusahaan untuk membuat sistem pemrosesan internal dan eksternal secara lebih efisien dan fleksibel, dekat dengan mitra pemasok dan dengan cara mereka memenuhi kebutuhan pelanggan. Kemajuan terbaru dalam teknologi komunikasi dan informasi, serta penurunan secara cepat dalam hal biaya komputasi dan komunikasi, telah memungkinkan pengembangan cara-cara baru untuk menciptakan dan memberikan nilai, yang telah menawarkan ruang lingkup untuk penciptaan mekanisme pertukaran dan arsitektur transaksi secara tidak konvensional dan menekankan kemungkinan untuk desain baru mencakup batas bentuk-bentuk organisasi. *E-business* adalah salah satu contoh dari strategi berbasis teknologi internet yang dapat membantu pelaku usaha untuk berkomunikasi dan mendistribusikan barang dan jasanya kepada konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengembangan *E-business* Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam meningkatkan profitabilitas menurut perspektif ekonomi Islam UMKM Kuliner di Kecamatan Kedaton. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan data primer dan data sekunder. Populasi dalam penelitian ini yaitu UMKM Kuliner yang ada di Kedaton Kota Bandar Lampung. Dengan menggunakan teknik *teknik Purposive sampling*, yakni dengan cara menentukan sampel yang memiliki kriteria yang lebih bisa menggambarkan keadaan dalam penelitian yang dimaksud, menjalankan usahanya melalui media digital, misalnya UMKM Kuliner yang menggunakan aplikasi *Gofood*, *Grabfood*, *Shopeefood*. Data yang dikumpulkan menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peran *E-business* Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berkembang sangat pesat. Pemasaran digital yang digunakan UMKM ialah aplikasi *Instagram*, *Facebook*, dan *TikTok*. Penjualan online yang diterapkan UMKM di Kecamatan Kedaton menggunakan aplikasi *Shopeefood*, *Grabfood*, *Gofood*. Pembayaran yang dilakukan bisa menggunakan sistem pembayaran digital seperti *Ovo*, *Dana*, *Shopeepay*, *Gopay*, *LinkAja*, *Qris BI*. Pengembangan *E-business* dalam perspektif ekonomi Islam di Kecamatan Kedaton dalam pemasaran yang diterapkan sudah sesuai dengan ajaran Islam dan keiklasan semata-mata hanya untuk mencari ridho dari Allah SWT.

**Kata Kunci : E-busines, UMKM, Pembayaran Digital,  
Digital Marketing**



## ABSTRACT

*E-business is a type of method that connects several companies to create internal and external processing systems more efficiently and flexibly, close to supplier partners and in the way they meet customer needs. Recent advances in communications and information technology, as well as rapid declines in computing and communications costs, have enabled the development of new ways to create and deliver value, which have offered scope for the creation of unconventional exchange mechanisms and transaction architectures and emphasized the possibilities for new designs span the boundaries of organizational forms. E-business is an example of an internet technology-based strategy that can help business actors to communicate and distribute goods and services to consumers.*

*This research aims to determine the development of E-business for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in increasing profitability according to the Islamic economic perspective of Culinary MSMEs in Kedaton District. This type of research is qualitative research using primary data and secondary data. The population in this research is Culinary MSMEs in Kedaton, Bandar Lampung City. By using purposive sampling techniques, namely by determining samples that have criteria that better describe the situation in the research in question, running their business through digital media, for example Culinary MSMEs that use the Gofood, Grabfood, Shopeefood applications. Data collected used observation, interview and documentation methods.*

*The results of this research show that the role of E-business for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) is growing very rapidly. The digital marketing used by MSMEs is the Instagram, Facebook and Tiktok applications. Online sales implemented by MSMEs in Kedaton District use the Shopeefood, Grabfood, Gofood applications. Payments can be made using digital payment systems such as Ovo, Dana, Shopeebay, Gopay, LinkAja, Qris BI. The development of E-business from an Islamic economic perspective in Kedaton District in the marketing that is implemented is in accordance with Islamic teachings and sincerity is solely to seek approval from Allah SWT.*

*Keywords: E-business, MSMEs, Digital Payments, Digital Marketing*

## Surat Pernyataan

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Novyta Sari Susiana Effendi

NPM : 1951020397

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa sekripsi yang berjudul “Analisi Peran *E-business* Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Meningkatkan Profitabilitas Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada UMKM Kuliner Di Kedaton Kota Bandar Lampung)”, adalah benar-benar hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi karya dari orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam catatan kaki atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terdapat bukti penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, 17 Oktober 2023



Novyta Sari Susiana Effendi

NPM : 1951020397





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

*Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung, Tlp. (0721) 703289*

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**Judul Skripsi : Analisis Peran *E-business* Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Meningkatkan Profitabilitas Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada UMKM Kuliner Di Kedaton Kota Bandar Lampung)**

**Nama : Novyta Sari Susiana Effendi**

**NPM : 1951020397**

**Program Studi : Perbankan Syariah**

**Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam**

**MENYETUJUI**

Untuk dimunaqosahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.

**Pembimbing I**

**Dr. Ahmad Habibi, SE., M.E.**  
**NIP. 197905142003121003**

**Pembimbing II**

**Diah Mukminatul Hasyim, M.E., Sy.**  
**NIP. 201601021990828119**

**Mengetahui,**

**Ketua Prodi Perbankan Syari'ah**

**Any Eliza, SE., M.Ak., Akt.**  
**NIP. 198308152006042004**





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

Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung, Tlp. (0721) 703289

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul “Analisis Peran *E-business* Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Meningkatkan Profitabilitas Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada UMKM Kuliner Di Kedaton Kota Bandar Lampung)”. Disusun oleh Novyta Sari Susiana Effendi, NPM: 1951020397, jurusan Perbankan Syariah telah diujikan dalam sidang Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada hari/tanggal : Senin, 18 Desember 2023

**TIM PENGUJI**

**Ketua** : Any Eliza, S.E.,M.Ak.,Akt (.....)  
**Sekretaris** : Nanda Audia,M.M (.....)  
**Penguji I** : Vicky F Sanjaya, M.Sc (.....)  
**Penguji II** : Diah Mukminatul Hasyim, M.E.Sy (.....)



Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Prof. Dr. Tulus Suryanto, S.E., M.M., Akt., C.A.

NIP. 197009262008011008



## MOTTO

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

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.

(Q.S. An-Nisa (4) : 29)



## PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan Alhamdulillah dan penuh rasa syukur kepada Allah SWT sehingga memberikan kekuatan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati dan penuh kebahagiaan, skripsi ini penulis persembahkan sebagai tanda cinta, kasih dan hormat tak terhingga kepada:

1. Kepada ibuku tercinta dan teristimewa, Titik Susilowati yang telah bersusah payah membesarkanku, memberi cinta dan kasih sayang, mendidik dan serta mendoakan yang terbaik untukku dan dukungannya dengan sepenuh hati. Penulis mampu bertahan hingga saat ini salah satunya adalah karena adanya ibuku yang sabar, mendidik hingga membiayai kebutuhan saya selama menempuh pendidikan, semoga Allah SWT membalas kemuliaan ibu saya. Semoga ini menjadi hadiah terindah untuk ibu saya.
2. Adikku tersayang Vicky Lutfi Muzakkiy yang selalu dapat diandalkan untuk segala hal yang saya butuhkan selama saya menempuh pendidikan Sarjana (Strata-1).
3. Keluarga besarku yang selalu mendoakan dan memberikan semangat serta motivasi.
4. Almamater UIN Raden Intan Lampung.


## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis Bernama Novyta Sari Susiana Effendi, Lahir di Batumarta pada tanggal 20 November 2000. Penulis merupakan anak pertama dari dua bersaudara dari Ibu Titik Susilowati yang telah melimpahkan kasih sayangnya serta memberikan pengaruh besar dalam perjalanan hidup penulis, hingga penulis dapat menyelesaikan program sarjana (S1).

Riwayat Pendidikan :

1. TK Bahagia, Lulus tahun 2007
2. SD N 36 OKU, Lulus tahun 2013
3. MTs Nurul Huda Sukaraja, Lulus tahun 2016
4. SMA N 2 OKU, Lulus tahun 2019

Setelah menyelesaikan Pendidikan SMA di SMA N 2 OKU, peneliti terdaftar menjadi mahasiswa di Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung pada tahun 2019.



Bandar Lampung, 17 Oktober 2023

Novyta Sari Susiana Effendi  
NPM : 1951020397



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat, taufiq dan hidayahnya, sehingga pada kesempatan ini penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“ANALISIS PERAN *E-BUSINESS* USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DALAM MENINGKATKAN PROFITABILITAS MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM** (Studi Pada UMKM Kuliner di Kedaton Kota Bandar Lampung). Sholawat serta salam disampaikan kepada Nabi Muhammad SAW, para sahabat dan pengikut-pengikutnya yang setia.

Skripsi ini ditulis sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada program strata satu (S1) Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang ilmu Perbankan Syariah.

Atas bantuan semua pihak dalam proses penyelesaian skripsi ini, tak lupa dihanturkan terima kasih sedalam-dalamnya. Secara rinci ungkapan terima kasih itu disampaikan kepada :

1. Prof. H. Wan Jamaluddin Z, M. Ag, Ph.D, selaku Rektor UIN Raden Intan Lampung. Yang selalu memotivasi mahasiswa untuk menjadi pribadi yang berkualitas dan menjunjung tinggi nilai-nilai islami.
2. Prof. Dr. Tulus Suryanto, M.M, Akt, C.A, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
3. Any Eliza, S.E., M.Ak, selaku ketua jurusan Perbankan Syariah yang senantiasa sabar dalam memberi arahan serta selalu memberi motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Dr. Ahmad Habibi, S.E, M.E dan Diah Mukminatul Hasyim, M.E,Sy, selaku pembimbing yang telah mengarahkan penulis hingga penulisan skripsi ini selesai, semoga barokah ilmu dan pengetahuan yang diberikan selama ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen serta karyawan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan motivasi serta memberikan ilmu yang

bermanfaat kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi ini.

6. Bapak kepala Camat Kecamatan Kedaton
7. Para pemilik/pelaku UMKM di Kecamatan Kedaton
8. Teristimewa keluarga besar penulis ibu saya tercinta Titik Susilowati yang memberikan kasih sayang, doa yang tulus tiada henti dukungan moral maupun material dari kecil hingga saat ini. Serta adikku tersayang Vicky Lutfi Muzakkiy yang senantiasa selalu dapat diandalkan.
9. Seluruh keluarga besar tercinta Alm H.M. Sunawi dan ibu Hj. Siti sundari yang selalu mensupport dan menyemangati saya dalam keadaan apapun
10. Teruntuk sahabatku Anin Noviyanti dan Putri Nanda Wulandari yang telah menemani, memberikan bantuan dengan ikhlas direpotkan dalam segala hal. Semoga kedepanya kita diberikan segala kemudahan untuk mencapai segala sesuatu yang kita inginkan
11. Teruntuk teman saya Kiki Untari dan Wiwin saputri yang telah ikut serta membantu dalam penyusunan skripsi.
12. Teman-teman Angkatan 2019 khususnya kelas E Perbankan syariah
13. Almamater tercinta UIN Raden Intan Lampung terima kasih telah menjadi wadah yang baik bagi setiap mahasiswanya dalam menuntut ilmu dan menyelesaikan pendidikan
14. untuk diri saya sendiri. Terimakasih sudah kuat, hebat melewati lika liku kehidupan sampai saat ini, mari bekerja sama untuk menjadi seseorang yang lebih baik kedepanya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempatan hal tersebut dikarenakan adanya keterbatasan waktu dan kemampuan yang penulis miliki, akan tetapi diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat khususnya dalam bidang khasanah Ekonomi Islam.

Bandar Lampung, 17 Oktober 2023

Novyta Sari Susiana Effendi  
NPM : 1951020397





## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
ABSTRAK.....	iii
SURAT PERNYATAAN .....	vi
SURAT PERSETUJUAN .....	vii
SURAT PENGESAHAN.....	viii
MOTTO.....	ix
PERSEMBAHAN.....	x
RIWAYAT HIDUP .....	xi
KATA PENGANTAR .....	xii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	

A. Penegasan Judul .....	1
B. Latar Belakang Masalah.....	3
C. Identifikasi dan Batasan Masalah.....	12
D. Fokus dan Subfokus Penelitian .....	13
E. Rumusan Masalah .....	13
F. Tujuan Penelitian.....	14
G. Manfaat Penelitian.....	14
H. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	14
I. Metode Penelitian.....	22
J. Kerangka Berfikir.....	29

## BAB II LANDASAN TEORI

<b>A. Deskripsi Teori TAM .....</b>	<b>32</b>
1. Technology Acceptance Model (TAM).....	32
<b>B. <i>E-business</i> .....</b>	<b>34</b>
1. Pengertian <i>E-business</i> .....	34
2. Dampak Implementasi <i>E-business</i> .....	35
3. Sumber daya yang ada dalam <i>E-business</i> .....	37
4. Penerapan <i>E-business</i> pada bisnis.....	37
5. Sistem pembayaran digital.....	41
<b>C. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) .....</b>	<b>46</b>
1. Pengertian UMKM .....	46

2. Peranan Usaha Mikro Kecil dan Menengah .....	48
3. Teori Perkembangan UMKM .....	49
4. Karakteristik UMKM.....	50
5. Kriteria UMKM .....	52
6. Peran UMKM .....	54
7. Pemberdayaan UMKM.....	56
<b>D. Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam Perspektif Ekonomi Islam.....</b>	<b>59</b>
1. Usaha Mikro menurut Perspektif Ekonomi Islam .....	59
2. Karakteristik Usaha Mikro dalam Perspektif Ekonomi Islam .....	59
3. Ciri-ciri Usaha Mikro dalam Perspektif Ekonomi Islam ..	60
4. Dasar Hukum Perspektif Ekonomi Islam .....	61
<b>E. Profitabilitas .....</b>	<b>64</b>
1. Pengertian profitabilitas .....	64
2. Tujuan dan manfaat rasio profitabilitas .....	65
3. Indikator pendapatan.....	66
4. Pendapatan dalam islam.....	67
<b>F. Kuliner .....</b>	<b>70</b>
 <b>BAB III DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN</b>	
<b>A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....</b>	<b>72</b>
1. Profil Kecamatan Kedaton.....	72
2. Visi dan Misi.....	72
3. Letak Geografis.....	73
4. Perekonomian Kecamatan Kedaton.....	73
5. Profil Responden UMKM Kecamatan Kedaton .....	74
<b>B. Penyajian Fakta dan Data Penelitian .....</b>	<b>76</b>
1. Data Responden .....	77

## **BAB IV ANALISIS PENELITIAN**

### **A. Analisis Data Penelitian**

1. Pengembangan *E-business* Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berpengaruh dalam Meningkatkan Profitabilitas di Kecamatan Kedaton Kota Bandar Lampung.....83

2. Perkembangan Profitabilitas Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Sebelum dan Sesudah Mengenal Metode Pengembangan Menggunakan <i>E-business</i> Mempengaruhi Pelaku Usaha dalam Mengembangkan Usahanya di Kecamatan Kedaton Kota Bandar Lampung.....	89
3. Pengembangan <i>E-business</i> Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Meningkatkan Profitabilitas Menurut Perspektif Ekonomi Islam di Kecamatan Kota Bandar Lampung.....	96
<b>B. Temuan Penelitian.....</b>	<b>107</b>

**BAB V PENUTUP**

<b>A. Simpulan .....</b>	<b>114</b>
<b>B. Rekomendasi .....</b>	<b>115</b>

<b>DAFTAR RUJUKAN.....</b>	<b>116</b>
----------------------------	------------

<b>PEDOMAN WAWANCARA .....</b>	<b>128</b>
--------------------------------	------------

<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>132</b>
----------------------	------------





## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data UMKM Kota Bandar Lampung Per-Kecamatan 2021

Tabel 2.1 Kriteria Mengenai UMKM Menurut UU tentang UMKM dan PP No 7 Tahun 2021

Tabel 3.1 Nama Responden UMKM

Tabel 3.2 Data Pelaku UMKM Berdasarkan Nama Pemilik dan Nama UMKM

Tabel 3.3 Karakteristik Pelaku UMKM Kec. Kedaton Berdasarkan Jenis Usia

Tabel 3.4 Media-media Digital dan Media Pemasaran yang di pakai Responden Dalam Usahanya

Tabel 3.5 Pendapatan Rata-rata Perbulan

Tabel 3.6 Sistem Pembayaran Yang Digunakan

Tabel 4.1 Lama Usaha Menggunakan *E-business*

Tabel 4.2 Penggunaan *E-business* dalam Sehari

Tabel 4.3 Jumlah Marketplace



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 kerangka berfikir

Gambar 4.1 Instagram Roti Bakar Bahagia

Gambar 4.2 Facebook Bakso Amanah Pak Ghendut

Gambar 4.3 Tiktok Bakso Bamieta

Gambar 4.4 Promo Aplikasi Whatsaap

Gambar 4.5 Pembayaran Menggunakan Qris

Gambar 4.6 Kegiatan Sosial



## BAB I PENDAHULUAN

### A. Penegasan Judul

Sebagai langkah awal dalam memahami penelitian ini, maka diperlukan penegasan arti dan makna dari setiap istilah dalam judul penelitian ini, penegasan judul ini dilakukan untuk mempermudah dan menghindari kesalahpahaman bagi para pembaca. Adapun judul penelitian ini adalah **“Analisis PeRAN *E-business* Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Meningkatkan Profitabilitas Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada UMKM Kuliner di Kedaton Kota Bandar Lampung)”**.

Adapun istilah-istilah yang perlu diuraikan adalah sebagai berikut:

1. **Analisis** adalah menyelidikan terhadap suatu peristiwa (karangan, perbuatan dan sebagainya) untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya (sebab, musabab, dan duduk perkaranya).<sup>1</sup>
2. **Peran** adalah seperangkat tingkah laku yang diharapkan oleh orang lain terhadap seseorang sesuai kedudukannya dalam, suatu sistem.
3. ***E-business* (*electronic business*)**, diartikan sebagai kegiatan bisnis yang dilakukan secara otomatis dan semiotomatis dengan menggunakan sistem informasi computer. Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi oleh organisasi, individu atau pihak-pihak terkait, dan interaksi eksternal organisasi dengan para pemasok, pelanggan, investor, kreditor pemerintah, serta media massa termasuk penggunaan teknologi informasi untuk mendisain kembali proses internalnya. Agar dapat menjalankan dan mengelola proses bisnis

---

<sup>1</sup> Lukman Ali, ed. *Bahasa dan kesusastraan Indonesia Sebagai Cermin Manusia Indonesia Baru*, (Jakarta: Bina Cipta, 2005), h.84-85.

utama hingga dapat memberikan keuntungan dapat berupa keamanan, fleksibilitas, integrasi, optimasi, efisiensi, atau/ dan peningkatan produktifitas dan profit.<sup>2</sup>

4. **Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)** adalah bagaimana usaha perdagangan yang dikelola oleh perorangan yang merujuk pada usaha ekonomi produktif dengan kriteria yang sudah ditetapkan undang-undang.<sup>3</sup>
5. **Meningkatan** adalah proses, cara, perbuatan, meningkatkan (usaha, kegiatan, dsb.). jadi peningkatan adalah lapisan dari sesuatu yang kemudian membentuk susunan, peningkatan berarti kemajuan, penambahan keterampilan dan kemampuan agar menjadi lebih baik.<sup>4</sup>
6. **Profitabilitas** merupakan suatu kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan atau laba selama periode tertentu.<sup>5</sup>
7. **Perspektif Ekonomi Islam** perspektif adalah suatu Kumpulan atau asumsi maupun keyakinan tentang suatu hal. Islam adalah ilmu pengetahuan yang mempelajari masalah-masalah ekonomi Masyarakat yang diilhami nilai-nilai islam yaitu Al-Qur'an dan *Assunah*.<sup>6</sup>

---

<sup>2</sup> Aris Oesman, "Etika dan Nilai Lingkungan", dalam <http://arisoesman88.blogspot.com/2013/03/E-business-electronic-business.html>. Diakses tanggal 11 November 2018.

<sup>3</sup> UU No 20 Tahun 2008.

<sup>4</sup> *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pusat Bahasa, Departemen Pendidikan Nasional Indonesia)

<sup>5</sup> Ni Putu Nita Septiani dan I Gusti Ngurah Agung Suaryana. "Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Struktur Aset, Resiko Bisnis dan Likuiditas pada Struktur Modal", *E-Jurnal Akuntansi*, vol.22 No.3 (2018), 1689, <http://doi.org/10.24843/EJA.2018.v22.i03.p02>

<sup>6</sup> Sumar'in, *Ekonomi Islam*, cet ke1 (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013).Hlm 11

8. **Studi** sebuah proses interaksi antara peserta didik dengan pendidik dan sumber belajar dalam suatu lingkungan belajar.<sup>7</sup>

## B. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi tidak hanya berpengaruh terhadap kecangihan teknologi itu sendiri, tetapi juga berpengaruh terhadap gaya hidup dan jumlah konsumsi manusia terhadap teknologi tersebut. Kebutuhan manusia akan akses informasi melalui internet, intranet, atau ekstranet semakin meningkat, diimbangi dengan teknologi *search engine* yang semakin canggih. Hal ini juga menyebabkan terjadinya peningkatan terhadap kecepatan perubahan. Pertumbuhan yang cepat dan adanya adopsi teknologi telah memberikan fasilitas terhadap perubahan organisasi. Kemajuan terbaru dalam teknologi komunikasi dan informasi, serta penurunan secara cepat dalam hal biaya komputasi dan komunikasi, telah memungkinkan pengembangan cara-cara baru untuk menciptakan dan memberikan nilai, yang telah menawarkan ruang lingkup untuk penciptaan mekanisme pertukaran dan arsitektur transaksi secara tidak konvensional dan menekankan kemungkinan untuk desain baru mencakup batas bentuk-bentuk organisasi.<sup>8</sup> Saat ini, teknologi internet telah berkembang menjadi sebuah strategi baru yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk meningkatkan dan pengembangan bisnis yang mereka kelola. *E-business* adalah salah satu contoh dari strategi berbasis teknologi internet yang dapat membantu pelaku usaha untuk berkomunikasi dan mendistribusikan barang dan jasanya kepada konsumen. *E-business* sendiri

---

<sup>7</sup> UU No.20 Tahun 2003 “Tentang Sisdiknas pasal 1 ayat 20”.

<sup>8</sup> Tutik Khotimah and Rina Fiati, ‘Peningkatan Keunggulan Kompetitif Pada Umkm Gerabah Melalui Model E-Business’, *Simetris : Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer*, 3.1 (2013), 31 <<https://doi.org/10.24176/simet.v3i1.86>>. diakses pada 11 Desember 2022.



bisa didefinisikan sebagai penggunaan teknologi internet untuk meningkatkan performa dari proses bisnis yang meliputi penjualan dan pembelian produk dan jasa melalui situs web yang melibatkan *stakeholder* seperti konsumen, pemilik usaha, vendor, dan pemasok.

Strategi *E-business* tidak hanya didominasi oleh unit usaha bersekala besar saja. Banyak pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang memulai performa bisnis mereka. Hal tersebut dikarenakan teknologi informasi merupakan salah satu instrumen yang dirasa efektif mampu meningkatkan keunggulan komperatif sebuah unit usaha ditengah persaingan yang begitu ketat. Banyak pelaku UMKM di Negara berkembang di Asia seperti Malaysia Yee-Loong Chong,dkk., dan di Indonesia Rahayu & Day, yang mulai melibatkan strategi *E-business* untuk menunjang proses bisnis mereka. Salah satu strategi *E-business* yang banyak digunakan oleh pelaku UMKM di kedua Negara tersebut adalah *E-business*. Teknologi *E-business* menawarkan kemudahan dalam proses pendistribusian barang, jasa dan informasi ke konsumen dengan cepat dan efektif Lu & Liu. Melalui pemanfaat *E-business*,banyak UMKM yang bisa memperoleh keuntungan strategis seperti terintegrasinya proses bisnis dari sisi internal dan eksternal, bertumbuhnya jangkauan besar yang semakin luas, dan meningkatnya relasi dan komunikasi dengan konsumen Poorangi, dkk., Diharapkan melalui penerapan strategi *E-business*, para pelaku UMKM akan mampu meningkatkan keunggulan dan daya saing mereka di dunia usaha.<sup>9</sup>

Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menangkap peluang dengan sangat baik untuk

---

<sup>9</sup> Yonathan Dri Handarkho and others, 'Penerapan Strategi E-Business Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Dari Usaha Mikro Kecil Menengah Di Indonesia (Studi Kasus Trooper Electronic Yogyakarta)', *Jurnal Buana Informatika*, 8.4 (2017), 201–12 <<https://doi.org/10.24002/jbi.v8i4.1444>>. diakses pada 11 Desember 2022.

mengembangkan usahanya menjadi lebih besar. Alat promosi yang membuat mereka dapat mengenalkan produk dan jasa ke berbagai tempat diseluruh Indonesia bahkan ke internasional. Berbagai kegiatan bisnis kecil sampai besar memanfaatkan perkembangan ini untuk menjalankan usahanya. Banyaknya kompetitor menjadi pertimbangan bagi pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) untuk masuk dalam persaingan yang sangat ketat. Strategi pemasaran dan media yang dapat digunakan untuk bisa meraih pasar yang dituju sehingga volume pendapatan selalu meningkat. Adanya toko *online*, pelaku UMKM dan konsumen bisa melakukan transaksi tanpa harus bertatap muka secara langsung. Hal ini menjadikan transaksi menjadi lebih cepat dan mudah, konsumen cukup menekan tombol klik maka konsumen bisa berbelanja dan memilih barang yang sesuai dengan minatnya. *Online shop* ini dianggap cepat, nyaman dan praktis. Inilah yang menyebabkan banyaknya pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang memutuskan untuk menjadi bisnis *online shop* untuk dapat memenuhi banyaknya minat konsumen.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah masih memiliki berbagai permasalahan dalam proses perkembangannya, secara faktor internal ada pada rendahnya kualitas sumber daya manusia, lemahnya jaringan usaha dan kemampuan penetrasi pasar, kurangnya permodalan, masalah teknologi, serta masalah organisasi, dan manajemen. Selain itu faktor eksternal yang merupakan permasalahan permasalahan berasal dari luar UMKM itu sendiri, tetapi dapat menghambat perkembangan sektor ini adalah iklim usaha belum sepenuhnya kondusif, terbatasnya sarana dan prasarana usaha, implikasi otonomi daerah, implikasi perdagangan bebas, kebijakan pemerintah yang cenderung tidak konsisten dan diskriminatif, dan ekspansi pasar modal.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia bisa dibilang tumbuh sangat pesat. Di tahun 2017, jumlah UMKM di Indonesia telah mencapai 59,2 juta. Untuk saat ini UMKM yang sudah memanfaatkan *platform online* dalam memasarkan produknya mencapai 3,79 juta. Jumlah ini berkisaran 8 persen dari total pelaku UMKM yang ada di Indonesia. Pemerintahan yaitu Kementerian Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (KemenKop UMKM) dan Kementerian Komunikasi dan Informasi (KemKominfo) ingin menumbuhkan jumlah pelaku UMKM yang menggunakan *platform online* dengan membuat program bertajuk 8 juta UMKM *Go Online*. Lewat kerja sama ini, pemerintah berharap dapat mempercepat transformasi UMKM di Indonesia menuju *digital*. Dengan kebijakan pemerintah, UMKM memiliki potensi tumbuh dan berkembang, memiliki pasar yang jauh lebih besar mencapai internasional. Indonesia segara menghadapi era bonus demografi di tahun 2020-2035, akan menimbulkan dampak pesaing yang ketat. Jika, tidak ada dukungan pemangku kebijakan, UMKM akan kalah bersaing dengan pesaing dari luar Indonesia.

Keberadaan UMKM tidak dapat dihapuskan ataupun dihindari masyarakat bangsa ini karena keberadaanya sangat bermanfaat dalam hal pendistribusian pendapatan masyarakat. Selain itu masyarakat mampu penciptakan kreatifitas yang dituangkan dalam karya masyarakat dan mengembangkan unsur-unsur tradisi dan kebudayaan masyarakat setempat. Pada sisi lain UMKM mampu menyerap tenaga kerja dalam skala yang besar sehingga hal ini mampu mengurangi pengangguran yang ada di Indonesia, program pengembangan usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai salah satu *instrument* untuk menaikkan daya beli masyarakat yang dapa akhirnya akan menjadi kutub pengaman dari krisis moneter pengembangan UMKM menjadi sangat strategis dalam menggeakkan perekonomian nasional mengingat

kegiatan usaha hampir mencakup hampir semua lapangan usaha sehingga kontribusi UMKM menjadi sangat besar bagi peningkatan pendapatan perlu untuk di kembangkan karena pengembangan ini akan berpengaruh penting terhadap peningkatan perekonomian masyarakat untuk mencapai kesejahteraan.<sup>10</sup>

Yusuf Al-Qardhawi menyatakan bahwa yang membangun ekonomi islam adalah Ekonomi Islam menghargai nilai harta benda dan kedudukanya dalam kehidupan. Harta merupakan sarana untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan dan membantu melaksanakan kewajiban, seperti sedekah (zakat), haji, dan jihad, serta persiapan untuk memakmurkan bumi.<sup>11</sup> Ekonomi islam memerintahkan manusia untuk berkreasi dan bekerja dengan baik. Islam mengajak kita untuk berusaha dan bekerja. Islam memperingatkan kita dari sikap putus asa dan rasa malas. Allah SWT berfirman dalam Q.S. Al-Mulk ayat 15 :

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

Artinya : “Dialah yang menjadikan bumi untuk kamu yang mudah dijelajahi, maka jelajalah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rejeki-Nya Dan hanya kepada-Nyalah kamu (kembali setelah) dibangkitkan”.

Ayat diatas jelas menjelaskan bahwa Allah SWT memberikan kemudahan bagi setiap manusia untuk mencari rezeki. Allah SWT juga berfirman dalam Q.S. Ar-Ra'd ayat 11 :

---

<sup>10</sup> Feni Dwi Angeraini, Imam Hardjanto, Ainul Hayat, “Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) melalui fasilitas pihak eksternal dan potensi internal”. *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, Vol.1. no. 6, h.1287.

<sup>11</sup> Sukarno Wibowo, Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam* (Bandung : Pustaka Setia, 2003), h.67

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ

Artinya : “sesungguhnya Allah tidak merubah nasib suatu kaum, sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri”.

Islam tidak pernah melarang umatnya untuk menjadi kaya. Dalam sebuah hadist Rasulullah SAW bersabda, *“setiap muslim harus berusaha sekuat tenaga agar keluar dari kemiskinan dan semakin jauh dari kekufuran”* (HR. At-Thabrani). Dari kedua ayat Al-Qur’an dan sebuah hadist diatas dapat disimpulkan bahwa orang islam harus kaya, dan memanfaatkan harta kekayaan tersebut dijalan yang mulia. Kekayaan bukan milik hak sendiri, melainkan ada hak orang lain didalamnya. Dalam berbagai literature islam, tidak ada satupun ayat atau hadist yang melarang umatnya menjadi kaya. Dalam hal ini Sentra Industri Kripik Pisang Bandar Lampung memerlukan adanya perubahan dalam memasarkan produknya, agar produk yang mereka jual dapat mengalami peningkatan nilai produksi. Seiring dengan perkembangannya zaman, pengguna internet di seluruh dunia kian makin bertambah, pemasaran dengan menggunakan *E-business* Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) diharapkan dapat membantu para pelaku usaha dalam meningkatkan usahanya.

Provinsi Lampung memiliki potensi yang besar, dengan kekayaan alam yang berlimpah, tenaga kerja muda dalam jumlah besar dan laju urbanisasi yang cepat. Tercatat pada perekonomian Lampung digerakkan oleh 3 lapangan usaha utama, yaitu : pertanian (30,40%), industry pengolahn (18,91%), perdagangan (11,42%). Lampung telah membuat langkah besar dalam kemajuan sosial dan pengelolaan ekonomi dan sedang berusaha mencapai target berikutnya, yaitu menjadi provinsi berpendapatan menengah pada tahun 2025. Pemantapan sektor ekonomi



digital dan memainkan peran penting bagi Lampung guna mencapai seluruh potensinya.

Perkembangan UMKM di Kota Bandar Lampung terus meningkat. Pada Tahun 2014 jumlah UMKM di Bandar Lampung sejumlah 39.960 penyebaran pada setiap kecamatan yang terdiri dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah menunjukkan bahwa jumlah penyebaran Usaha Mikro adalah yang terbanyak dengan kontribusi sebesar 40% dari Usaha Kecil dan Usaha Menengah. Kecamatan ini adalah pusat pergerakan perekonomian kota Bandar Lampung. Berdasarkan data BI tentang penelitian komoditas usaha unggulan UMKM di Provinsi Lampung (2012), UMKM pada bidang pertanian sebagai sumbangsih terbesarnya. Seiring perkembangan UMKM bidang pertanian di Bandar Lampung, berkembang pula sektor lainnya yaitu informasi, komunikasi dan teknologi. Beberapa dasawarsa terakhir ini perkembangan pada bidang teknologi dan informasi berdampak pada semua aspek kehidupan, pendidikan, sosial, ekonomi, politik, perdagangan, bisnis dan industri pertanian pun mengalami dampaknya. Fenomena ini terlihat pada meningkat dan menjamurnya penggunaan internet di semua kalangan masyarakat. Perkembangan industri pada sebuah Negara sangat menopang pertumbuhan ekonomi, sehingga salah satu strategi yang diambil oleh pemerintah adalah memperdayakan dan menumbuhkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai basis pembangunan ekonomi kerakyatan, sejarah telah menunjukkan bahwa UMKM di Indonesia tetap eksis dan berkembang meski terjadi krisis ekonomi yang telah melanda negeri ini. UMKM menjadi salah satu penopang pertumbuhan ekonomi, tak terkecuali di Kota Bandar Lampung, berikut data UMKM Kota Bandar Lampung :

**Tabel 1.1**  
**Data UMKM Kota Bandar Lampung Per-Kecamatan**

<b>No .</b>	<b>KECAMATAN</b>	<b>USAHA MIKRO</b>	<b>USAHA KECIL</b>	<b>USAHA MENENGAH</b>	<b>JUMLAH UMKM</b>
1	Tanjung Karang Pusat	3.167	893	342	4.402
2	Tanjung Karang Timur	1.713	712	246	2.617
3	Tanjung Karang Barat	1.656	794	241	2.691
4	Kedaton	1.913	845	309	3.067
5	Rajabasa	1.709	714	270	2.693
6	Tanjung Senang	1.487	789	326	2.602
7	Sukarame	1.860	915	267	3.042
8	Sukabumi	1.514	676	316	2.506
9	Panjang	2.125	917	268	3.310
10	Teluk Betung Selatan	1.743	798	301	2.842
11	Teluk Brtung Barat	1.562	654	220	2.436
12	Teluk Betung Utara	2.043	636	291	2.970
13	Kemiling	2.837	856	232	3.925
14	Teluk Betung Timur	1.404	788	301	2.493
15	Enggal	1.672	945	240	2.857
16	Bumi Waras	1.930	686	271	2.887
17	Way Halim	2.200	683	266	3.149
18	Kedamaian	1.857	732	287	2.876
19	Labuhan Ratu	2.121	826	257	3.204
20	Langkapura	1.465	721	261	2.447

*Sumber : Dinas Koperasi dan UKM Kota Bandar Lampung, 2021*

Dari data di atas dapat diketahui jumlah UMKM di Kota Bandar Lampung adalah 53.034. dimana, Usaha Mikro terbanyak ada di Tanjung Karang Pusat yaitu sebanyak 3.167 unit usaha mikro, sedangkan yang paling sedikit ada di Teluk Betung Timur sebanyak 1.405 unit usaha. Usaha Kecil terbanyak terdapat di Enggal sebanyak 945 unit usaha, paling sedikit di Teluk Betung Utara sebanyak 636 unit usaha. Usaha Menengah terbanyak terdapat di Tanjung Karang Pusat sebanyak 342 unit usaha, paling sedikit di Teluk Betung Barat sebanyak 220 unit usaha.<sup>12</sup>

Di wilayah Kedaton banyak UMKM yang sudah menerapkan *E-business* dalam pemasarannya. Dengan adanya *E-business* Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Kedaton Kota Bandar Lampung mampu menjadi solusi bagi pelaku UMKM dan pembeli juga mendapat kemudahan dalam membeli makanan menggunakan Aplikasi. Berdasarkan observasi langsung yang dilakukan peneliti di lapangan, banyak UMKM yang sudah menggunakan media online dari awal pandemi covid-19 karena sangat berdampak pada saat pandemi berlangsung. Pendapatan sangat menurun drastis. Lalu, para pelaku UMKM mulai mempromosikan dagangannya melalui *online*. Selain memanfaatkan teknologi, pelaku UMKM juga dituntut untuk memasarkan produk secara sungguh-sungguh dengan melakukan pemasaran produk menggunakan *E-business* dan memanfaatkan media sosial untuk memudahkan konsumen secara langsung dan dapat menekan biaya promosi. Penggunaan aplikasi memberi peluang untuk memperluas jangkauan pasar dan menjadi media penting untuk memperluas jangkauan pasar dan

---

<sup>12</sup> Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandar Lampung, 'Statistik Sektorial Kota Bandar Lampung Tahun 2022', *Dinas Komunikasi Dan Informatika*, 2022, 57–66  
<[https://bandarlampungkota.go.id/new/dokumen/573-STATISTIK SEKTORAL KOTA BANDAR LAMPUNG TAHUN 2022-min \(1\).pdf](https://bandarlampungkota.go.id/new/dokumen/573-STATISTIK_SEKTORAL_KOTA_BANDAR_LAMPUNG_TAHUN_2022-min(1).pdf)>.

menjadi media penting untuk berkomunikasi dengan pelanggan.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penelitian ini akan melakukan survey yang dilakukan kepada beberapa UMKM Kuliner yang ada di Kecamatan Kedaton Kota Bandar Lampung yang menggunakan *E-business* sebagai sarana pemasaran dan penjualan menunjukkan ada perbandingan antara sebelum dan sesudah menggunakan *E-business*. Dengan diharapkan dapat membantu mengatasi masalah profitabilitas, serta peningkatan jumlah pelanggan sehingga UMKM Kuliner dapat berkembang sebagaimana yang diharapkan. Maka dari itu berdasarkan hal yang telah dipaparkan, maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Analisis Peranan *E-business* Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Meningkatkan Profitabilitas Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada UMKM Kuliner di Kedaton Kota Bandar Lampung)”**.

### **C. Identifikasi dan Batasan Masalah**

Dari uraian Latar Belakang Masalah yang telah dipaparkan di atas maka masalah yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut :

1. Pengungkapan terhadap kurangnya pengetahuan transformasi digital untuk UMKM baik secara teoritis dan implementasi menyebabkan ketertinggalan informasi issue mutakhir mengenai keberlanjutan pertumbuhan dan membuat UMKM belum kompetitif.
2. UMKM harus memanfaatkan *E-business* tersebut agar dapat bersaing dengan UMKM lain dan bisa saja dengan perusahaan yang lebih besar untuk membantu dalam meningkatkan profitabilitas.

Agar pembahasan tidak meluas dari topik utama yang sudah ditetapkan penulis, maka batasan masalah yang diambil dalam penelitian ini adalah :

1. Fokus penelitian ini terletak pada pengkajian tentang peranan *E-business* Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam meningkatkan profitabilitas.
  2. Penelitian ini hanya meneliti Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang ada di Bandar Lampung.
- Penelitian ini hanya meneliti peran *E-business* Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam meningkatkan profitabilitas.

#### **D. Fokus dan Subfokus Penelitian**

Berdasarkan identifikasi dan batasan masalah diatas, maka fokus penelitian ini adalah membahas mengenai pengaruh penggunaan *E-business* Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) terhadap peningkatan Profitabilitas. Dengan subfokus penelitian sebagai berikut :

1. Peran E-bussines Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam meningkatkan profitabilitas.
2. Upaya untuk mengetahui pengaruh sesudah dan sebelum menggunakan E-bissines Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam meningkatkan profitabilitas.

#### **E. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana perkembangan profitabilitas Usaha Mikro Kecil dan Menengah UMKM sebelum dan sesudah mengenal metode menggunakan peran *E-business*?
2. Bagaimana peran *E-business* Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam peningkatan Profitabilitas?
3. Bagaimana peran *E-business* Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam profitabilitas menurut perspektif ekonomi islam?



## F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah penggunaan peran *E-business* Usaha Mikro Kecil dan Menengah sebelum dan sesudah dalam meningkatkan profitabilitas.
2. Untuk mengetahui apakah peran *E-business* Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam peningkatan profitabilitas.
3. Untuk mengetahui peran *E-bussines* Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam meningkatkan profitabilitas menurut perspektif ekonomi islam

## G. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis  
Secara teoritis manfaat penelitian ini adalah untuk menambah literature atau referensi dan menambah ilmu pengetahuan penulis serta pembaca mengenai ilmu peran *E-business* Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).
2. Manfaat Praktis
  - a. Bagi pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah untuk memberikan saran dan masukan yang bermanfaat mengenai peran *E-business* Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam meningkatkan Profitabilitas.
  - b. Bagi peneliti, menambah ilmu dan pengetahuan serta informasi yang digunakan dalam penelitian ini.

Bagi penelitian lanjutan, sebagai referensi yang dapat memberikan perbandingan.

## H. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Dalam melaksanakan Penelitian, terdapat penelitian yang terkait untuk dijadikan sebagai referensi. Pokok permasalahan ini yaitu melihat kedudukan penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya. Tujuan dari tinjauan pustaka ini adalah agar fokus penelitian yang dilakukan ini bukan pengulangan dari sebelumnya melainkan melihat sisi lain dari penelitian ini.

1. Benny Yohan (2016) “Analisis Potensi Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Pusat Kebudayaan dan Olahraga Wayhalim Kota Bandar Lampung”. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dan dinamis secara deskriptif dengan menggunakan hasil dan observasi fisik serta survey menggunakan kuisioner yang diberikan kepada pelaku UMKM, masyarakat dan pengunjung di PKOR Wayhalim Kota Bandar Lampung.
2. Novitri Eka Yunita (2017) “Analisis Potensi UMKM di OOPS! Pujasera Wayhalim Kota Bandar Lampung dalam Perspektif Ekonomi Islam”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan melalui metode wawancara dengan manajer, UMKM, dan pengunjung yang berjumlah 26 orang responden di lingkungan OOPS! Pujasera Wayhalim Kota Bandar Lampung. Dari hasil penelitian ini bahwa potensi UMKM yang ada di OOPS! Pujasera Wayhalim Kota Bandar Lampung sebagaimana dapat dilihat pada matrik SWOT, OOPS! Pujasera Wayhalim Kota Bandar Lampung dan para UMKMinya memiliki strategi. Manajer OOPS! Pujasera Wayhalim dan para eksternal dan internal usaha yang mereka jalani. Potensi yang dimiliki para UMKM OOPS! Pujasera

Wayhalim Kota Bandar Lampung dapat dikembangkan lagi lewat kerja keras dan usaha manajer dana para UMKM Oops! Pujasera Wayhalim Kota Bandar Lampung. Strategi kelangsungan usaha Oops! Pujasera Wayhalim Kota Bandar Lampung dilihat dari pelayanan, pengetahuan, dan pengalaman agar dapat lebih baik lagi dan harus belajar lebih banyak lagi dibidang kuliner agar dapat meningkatkan potensi dan mempertahankan kelangsungan usaha kuliner yang ada di Oops! Pujasera Wayhalim Kota Bandar Lampung.

3. Lusia Tria Hatmanti Hutami dan Barnetta Diansepti Maharani (2018) “Analisis Perkembangan Penelitian UMKM di Indonesia”. Penelitian ini adalah untuk menjelaskan serta menganalisis perkembangan penelitian terkait Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang ada di Indonesia pada rentang periode 2014 sampai dengan tahun 2018. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptip *time series research statistic*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan peningkatan yang signifikan pada penelitian terkait UMKM dari tahun 2014 sampai dengan tahun 2018.
4. Helmita (2022) “Peran Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Kripik Pisang Oleh-oleh Khas Lampung Pada UMKM Kripik Pisang Didi”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimanakah strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan penjualan kripik pisang oleh-oleh khas lampung. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif, informan dalam penelitian ini adalah owner UMKM Kripik

Pisang Didi dan 4 orang karyawan serta 30 konsumen UMKM Kripik Pisang Didi. Teknik pengumpulan menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran menggunakan media WhatsApp, mulut ke mulut masih harus di tingkatkan lagi dengan menambah strategi promosi yang memanfaatkan media sosial misalnya Instagram, Tiktok, dll.

5. Rahmad Ramadhan Adji dan Selfia Alke Mega (2022) "Analisis Strategi Pemasaran UMKM Di Kota Bandar Lampung Sebagai Strategi Bertahan Selama Masa Pandemi". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana peran strategi pemasaran sebagai strategi bertahan UMKM di Kota Bandar Lampung selama masa pandemi Covid-19. Desain Penelitian yang akan dipakai oleh peneliti ialah dengan pendekatan kualitatif. Metode kualitatif dipakai ialah agar dapat memperoleh data serta informasi secara alamiah dan kaya, dan juga dapat mencari tahu secara mendalam terhadap permasalahan yang diteliti. Berdasarkan hasil dari analisis SWOT, total perhitungan IFAS sebesar 3,55 dan EFAS sebesar 2,86 dari hasil tersebut diperoleh hasil bahwa UMKM di Kota Bandar Lampung pada Matriks Internal-Eksternal berada pada posisi Sel 1 (konsentrasi melalui integrasi vertikal). Dan, posisi UMKM di Kota Bandar Lampung pada Diagram Analisis SWOT berada pada posisi Kuadran 1 yaitu pertumbuhan dengan strategi agresif (Growth Oriented Strategy).

6. Yuni Afandrianti Maulida dan Habiburahman (2022) “Analisis Strategi Kripik Pisang Di Era Pandemi Covid-19 (Studi Pada UMKM Kripik Pisang Sumber Rezeki)”. Tujuan survei untuk menggambarkan taktik pemasaran pada era pandemi covid-19 di UKM Kripik Sumber Rezeki di Setra Kripik Pisang Gang PU Kota Bandar Lampung. Survei memakai metode survey kualitatif, informan pada survei yaitu pemilik usaha Kripik Sumber Rezeki Gg. Pekerjaan umum Kota Bandar Lampung serta 2 pesaing menggunakan tool sama serta tak jauh secara geografis. Analisis data memakai analisis SWOT. Sesuai akibat analisis SWOT, UKM Kripik Sumber Rezeki menggunakan taktik SO sebab berada di kuadran 1 yaitu menggunakan memanfaatkan kekuatan buat menangkap peluang ada, menggunakan memanfaatkan UKM Kripik Sumber Rezeki buat mempertinggi kualitas produk, buat menarik kosumen supaya pembeli pada jumlah banyak, menjaga loyalitas pelanggan buat mempertinggi penjualan serta laba banyak pelanggan, bekerja sama dengan baik menggunakan pemasok, serta menjaga pengelolaan keuangan baik.
7. Siti Amelia, Muhammad Iqbal Fasa dan Suharto (2022) “Pengaruh Implementasi Etika Bisnis, Konsep Produksi Dan Distribusi Pada UMKM Terhadap Profitabilitas Dalam Perspektif Ekonomi Islam”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana impementasi etika bisnis islam, konsep produksi, dan distribusi bagi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) untuk menghasilkan profitabilitas. Tujuan dari penelitian ini adalah



untuk mengetahui bagaimana konsep Islam etika bisnis, konsep produksi, dan distribusi pemrosesan. Lalu bagaimana implementasinya untuk usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dimana hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai resume dari model untuk usaha kecil dan menengah (UMKM) lainnya tentang etika bisnis islam, konsep produksi, dan distribusi yang baik bagi profitabilitas. Penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian deskriptif kualitatif yang menggunakan studi kepustakaan dan resume hasil penelitian sebelumnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan menerapkan etika bisnis islam dalam proses produksi dan distribusi maka akan menghasilkan profitabilitas yang baik bagi usaha kelas dan menengah (UMKM). Para pelaku usaha mikro kecil dan menengah juga dapat diketahui bahwa usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang dipelajari telah memenuhi standar konsep produksi dan distribusi dalam islam dan menghasilkan profitabilitas dengan baik.

8. Muh Chusnul Saifudin (2019) “peranan usaha mikro kecil dan menengah dalam meningkatkan kesejahteraan perekonomian masyarakat perspektif islam”. Dalam memenuhi kebutuhan hidup didunia dan akhirat agar menjadi sejahtera, masyarakat yang memiliki kemampuan dan teliti melihat potensi diri serta dapat mengidentifikasi lingkungan, dapat menemukan peluang dan membuka dan membuka peluang usaha bagi masyarakat. Usaha yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan hidup tersebut agar

menjadi sejahtera diantaranya dengan melakukan Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Keberadaan (*existence*) dan keberlangsungan (*continuity*) hidup, tingkat kesejahteraan sebagai indikator yang dapat digunakan yaitu sebagai berikut mulai dari pendapatanya, permukiman (Tempat Tinggal, Pendidikan dan Kesehatan, dimana dari tingkat tersebut keluarga yang dapat memenuhi kebutuhan hidup dan memberikan kebutuhan sosial bisa di katakan Sejahtera, sedangkan dalam persepektif islam pemenuhan kesejahteraan manusia yang mencakup kebutuhan dharuriyah, hajiyat, dan tahsiniyat”.

9. Siska Yuli Anita (2022). “Analisis strategi bersaing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di masa pandemic Covid-19 dalam Persepektif Etika Bisnis Islam (Studi pada pelaku UMKM Kripik Pisang di Jl. ZA. Pagar Alam)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi bersaing yang dapat dilakukan oleh UMKM kripik pisang mengetahui bagaimana bersaing dengan UMKM kripik pisang berdasarkan perspektif etika bisnis islam. Tipe ini jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan, dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa observasi, dokumentasi, dan studi literature. Jumlah sampel adalah 32 responden. Menggunakan analisis SWOT (kekuatan, kelemahan, opportunity, threat) sebagai alat analisis. Hasil penelitian UMKM kripik pisang di UMKM Centra Jl. ZA Pagar Alam Kota Bandar Lampung memiliki potensi untuk terus berkembang. Dengan hasil analisis SWOT

yang berada pada kuadran I yaitu strategi agrsif sehingga dapat dilakukan oleh UMKM kripik di tengah pandemi covid-19 yaitu dengan kekuatan internal yang memanfaatkan yang ada peluang. Kekuatan yang bisa dimanfaatkan di masa pandemi saat ini adalah produk-produk yang ditawarkan oleh UMKM aktor yang sudah terkenal di masyarakat. Selain itu, para pemilik usaha kripik UMKM juga memilikinya strategi yang sesuai dengan etika bisnis islam yaitu amanah, fathonah, tabligh, shiddiq.

10. Firman Happy, Achmad Tubagus Surur, Hendri Hermawan Adinugraha. “prospek bisnis dan pemberdayaan UMKM dalam perspektif ekonomi islam: studi kasus pada usaha permen jahe fadhilah”. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan strategi pengembangan melalui variabel SDA, SDM, pemasaran, modal dan teknologi pada saat usaha kecil menengah sektor industri oleh-oleh khas pekalongan di kecamatan Buaran, Kabupaten Pekalongan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM Permen Jahe Fadhilah di Kelurahan Sapungarut Gang 14 tersebut memiliki Kontribusi dalam keberdayaan yang sangat penting bagi kesejahteraan masyarakat serta menambah pendapatan masyarakat sekitar sehingga dapat mencukupi kebutuhan sehari-hari seperti pangan, maupun kebutuhan lainnya seperti tempat tinggal, kesehatan keluarga, dan kebutuhan akan pendidikan anak-anak mereka.

Terlihat dari hasil penelitian diketahui dari orang informan yaitu mengalami peningkatan pemberdayaan dalam kesejahteraan masyarakat.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya. Hal yang membedakan adalah :

1. Penelitian ini berusaha menemukan inovasi baru dalam sebuah penelitian terbaru dengan membahas tentang penggunaan E-bussines Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).
2. Setelah ditemukan keunggulan penggunaan E-bussines kemudian dilakukan dengan melihat perkembangan profitabilitas.

## **I. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang bertujuan untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang dan interaksi lingkungan suatu unit baik individu, kelompok lembaga atau masyarakat.<sup>13</sup> Penelitian lapangan dilakukan dengan menggali data yang bersumber dari lokasi atau lapangan penelitian yang berada di UMKM Kuliner di Kedaton Kota Bandar Lampung

### **2. Sifat penelitian**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan penelitian secara kualitatif, yakni penelitian kualitatif deskriptif yaitu data yang dihasilkan adalah berupa kata-kata, tulisan atau lisan yang bersumber dari orang-orang yang diteliti. Selain itu juga, penelitian kualitatif deskriptif juga merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengumpulkan

---

<sup>13</sup> Roimanson Panjaitan, *Metodologi Penelitian, Jusuf Aryani Learning*, 2017.

informasi-informasi dengan status gejala menurut apa adanya pada saat penelitian dilakukan.<sup>14</sup> Data yang dikumpulkan bersifat deskriptif sehingga tidak bermaksud menguji hipotesis, membuat prediksi, maupun mempelajari implikasi.<sup>15</sup> Adapun pendekatan kualitatif dalam penelitian ini dimaksudkan agar peneliti dapat mengetahui dan menggambarkan secara jelas sesuai data dan fakta yang terjadi dilapangan tentang bagaimana pengembangan E-bussines Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) terhadap profitabilitas.

### 3. Populasi dan Sampel

#### a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.<sup>16</sup> Populasi merupakan keseluruhan jumlah subjek yang akan diteliti oleh seorang peneliti. Populasi penelitian dapat dibedakan menjadi populasi "*finit*" dan populasi "*infini*". Populasi finit adalah suatu populasi yang jumlah anggota populasi secara pasti diketahui, sedangkan populasi Infinit adalah suatu populasi yang jumlah anggota populasi tidak dapat diketahui secara pasti. Populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda alam yang lain. Populasi juga bukan hanya sekedar jumlah yang ada pada objek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau objek itu. Adapun populasi dari penelitian ini adalah UMKM Kuliner

---

<sup>14</sup> Suharsimi Arikunto, Manajemen Penelitian, (Jakarta : PT Rhineka Cipta, 2003), hlm, 309

<sup>15</sup> Saifudin Azwar, Metode Penelitian, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2007), hlm. 7

<sup>16</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. hal 56

di Kedaton Kota Bandar Lampung yang berjumlah 120 UMKM Kuliner yang menggunakan aplikasi digital yang di ambil dari aplikasi *Gofood, Grabfood, dan Shopeefood*.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka penelitian dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Dalam penelitian ini merujuk pada teori Suharsini Arikunto yang mana petunjuk dalam pengambilan sampel antara lain:

1) Apabila jumlah subjek yang digunakan kurang dari 100, lebih baik di ambil setengah sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi.

2) Jika jumlah subyek yang dijadikan populasi besar atau lebih dari 100, maka dapat diambil antara :

a) 10-15%

b) 20-25%

c) Atau lebih, tergantung pada Kemampuan peneliti dilihat dari segi waktu, tenaga dan dana. Sempit luasnya wilayah pengamatan dari setiap subjek, karna hal itu menyangkut banyak sedikitnya data.<sup>17</sup>

Melihat jumlah dari populasi objek penelitian lebih dari 100 maka diterapkan jumlah sampel sebesar 15% yaitu UMKM yang menggunakan *E-business* di Bandar Lampung

---

<sup>17</sup> Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta : Bina Aksara, 2011).



berjumlah  $120 \times 15\% = 18$  UMKM Sampel dalam penelitian ini merupakan UMKM yang menggunakan *E-business* di Kecamatan Kedaton Kota Bandar Lampung.

Teknik yang digunakan peneliti adalah teknik *Purposive sampling*. *Purposive sampling* yakni dengan cara menentukan sampel yang memiliki kriteria yang lebih bisa menggambarkan keadaan dalam penelitian yang dimaksud, menjalankan usahanya melalui media digital, seperti menggunakan aplikasi *Gofood*, *Grabfood*, dan *Shopeefood*.

#### 4. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah subjek darimana data diperoleh.

Data dari penelitian ini diperoleh dari beberapa sumber yaitu :

##### a. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari responden atau objek yang diteliti.<sup>18</sup> Data primer yang dimaksud adalah data-data yang penulis peroleh secara langsung dengan melakukan observasi dan wawancara mendalam terhadap pihak yang berkaitan dengan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kedaton Kota Bandar Lampung

##### b. Data Skunder

Data skunder merupakan data yang ditetbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengelolanya<sup>19</sup> dalam penelitian ini penlulis mendapatkan data skunder dengan mengutip

---

<sup>18</sup> Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi* (Jakarta : Erlangga, 2003), h.8

<sup>19</sup> Soeratno dan Lincolin Arsyiad, *Metodologi Penelitian : Untuk Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta : UUP STIM YKPN, 2008), H.71

literature dari buku-buku yang berhubungan dengan penelitian dan data-data dari UMKM Kuliner di Kedaton yang terdaftar pada *Gofood*, *Grabfood*, dan *Shopeefood*.

## 5. Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini penulis menggunakan metode-metode sebagai berikut :

### a. Observasi

Metode observasi adalah metode yang digunakan untuk mengamati, dengan meliputi pemusatan perhatian terhadap suatu objek dengan menggunakan seluruh indra.<sup>20</sup> Jadi observasi merupakan suatu penyelidikan yang dilakukan secara sistematis dan sengaja diadakan dengan menggunakan alat indra terutama mata terhadap kejadian-kejadian yang sedang berlangsung dan dapat di analisis pada kejadian itu terjadi. Dibandingkan metode survey metode observasi lebih efektif. Metode observasi yang digunakan adalah non partisipan observasi yang artinya adalah peneliti tidak ikut serta secara langsung dalam kegiatan yang sudah dilaksanakan, peneliti hanya pengamat saja kegiatan yang sedang berjalan.<sup>21</sup>

### b. Wawancara

Metode wawancara adalah proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dala mana dua orang atau lebih bertatap muka mendengar secara langsung

---

<sup>20</sup> Suharsimi Arikunto, prosedur penelitian suatu pendekatan praktek (Jakarta : Rineka Cipta, 2002), h.145

<sup>21</sup> Prof. DR. Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung : Alfabeta 2012), h.204

informasi-informasi atau keterangan-keterangan. Wawancara dapat dilakukan secara struktural maupun tidak terstruktur, dan dapat dilakukan melalui tatap muka (face to face) maupun dengan menggunakan media online. Dalam proses ini penulis melakukan interview tujuannya adalah untuk mendapatkan data informasi yang valid dan holistic sehingga kebenaran hasil penelitian dapat diukur langsung dari informan. Dengan menggali informasi dan data yang akurat yang diajukan kepada pemilik UMKM di Kedaton Kota Bandar Lampung.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mengumpulkan sejumlah besar fakta dan data yang tersimpan yang berbentuk dokumentasi. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, catatan harian atau karya-karya monumental dan seseorang. Adapun kegiatan dokumentasi digunakan untuk mendapatkan data pendukung dalam melengkapi data-data pada dokumen-dokumen, catatan harian, perpustakaan dan arsip yang ada pada UMKM Kuliner di Kedaton yang terdaftar pada *Gofood*, *Grabfood*, dan *Shopeefood* Bandar Lampung.

6. Analisis dan pengelolaan data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis interaktif. Model ini ada 4 komponen analisis, yaitu : pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. “Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data kedalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan

tempat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang di sarankan oleh data”.<sup>22</sup>

a. Pengumpulan data

Pengumpulan data yaitu mengumpulkan data di lokasi dengan melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan menentukan fokus serta pendalaman data pada proses pengumpulan berikutnya.

b. Reduksi data

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Seperti telah dikemukakan, semakin lama peneliti ke lapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

c. Data Display (penyajian data)

Setelah data di reduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplay data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, menyatakan “*the most frequent form of display data for qualitative research data in the past has been narrative text*” yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.

d. Kesimpulan (*verification*)

---

<sup>22</sup> Meleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (2004:280-281)

Langkah selanjutnya dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat dan 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 ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan kredibel.

Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.

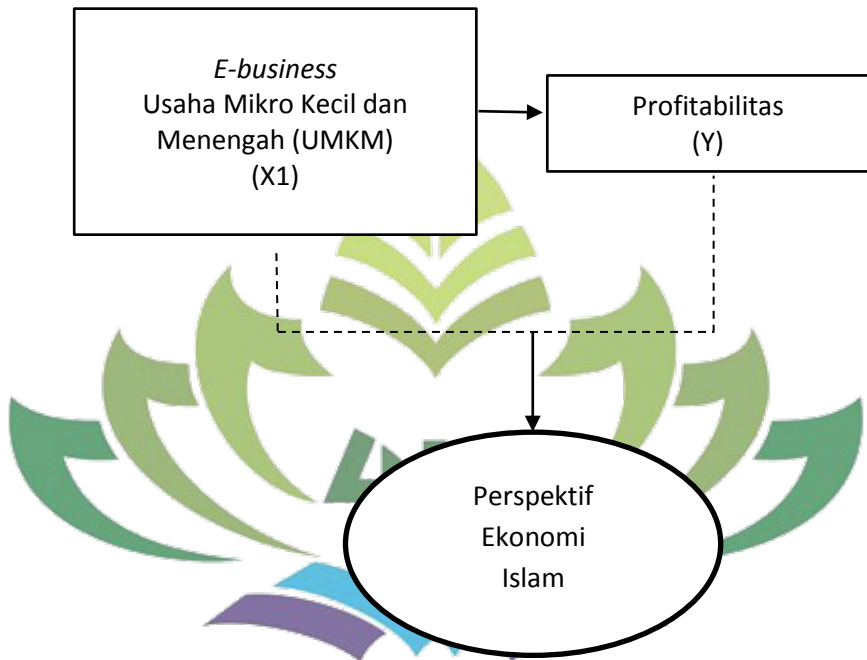
## **J. Kerangka Berfikir**

### **1. Kerangka Berfikir**

Kerangka pikir merupakan sintesa tentang hubungan antara variabel yang disusun dari berbagai teori yang telah dideskripsikan. Berdasarkan teori-teori yang telah dideskripsikan, selanjutnya dianalisis secara kritis dan sistematis, sehingga menghasilkan sintesis secara kritis dan

sistematis, sehingga menghasilkan sintesa tentang hubungan antar variabel yang diteliti.<sup>23</sup>

**Gambar 1.1**  
**Kerangka Berpikir**



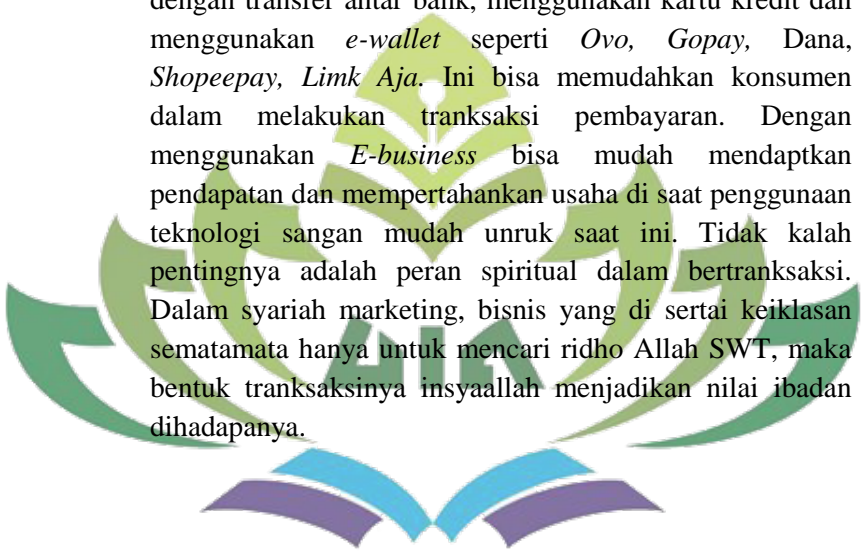
Kerangka Pikir merupakan identifikasi dari teori-teori yang dijadikan sebagai landasan berfikir untuk mendeskripsikan kerangkaan teori yang digunakan untuk mengkaji permasalahan peneliti. Dalam penelitian ini menggunakan variabel independen yang terdiri dari *E-business* Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) (X<sub>1</sub>)

<sup>23</sup> Lijan Poltak Sinambela, *Metode penelitian kuantitatif: untuk bidang ilmu administrasi, kebijakan public, Ekonomi, Sosiologi, Komunikasi, dan ilmu sosial lainnya*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), 55.



akan mempengaruhi variabel dependen terkait yaitu profitabilitas.

Para pelaku UMKM Kuliner dituntut dapat menggunakan *E-business* dengan cara memanfaatkan media sosial sebagai media penjualan secara *online*. Seperti berjualan di Aplikasi *gofood*, *grabfood*, *maximfood*, *shopeefood*. Media sosial juga sebagai media pemasaran secara online dengan aplikasi *Instagram*, *Facebook*, dan *Tiktok* guna menjangkau konsumen ini juga mengurangi biaya promosi. Melakukan pembayaran secara digital dengan transfer antar bank, menggunakan kartu kredit dan menggunakan *e-wallet* seperti *Ovo*, *Gopay*, *Dana*, *Shopeepay*, *Limk Aja*. Ini bisa memudahkan konsumen dalam melakukan transaksi pembayaran. Dengan menggunakan *E-business* bisa mudah mendapat pendapatan dan mempertahankan usaha di saat penggunaan teknologi sangat mudah unruk saat ini. Tidak kalah pentingnya adalah peran spiritual dalam bertransaksi. Dalam syariah marketing, bisnis yang di sertai keiklasan sematamata hanya untuk mencari ridho Allah SWT, maka bentuk transaksinya insyaallah menjadikan nilai ibadah dihadapanya.



## BAB V PENUTUPAN

### A. Simpulan

1. Dari hasil penelitian saat ini rata-rata UMKM sudah menggunakan peran *E-business* dalam menjual dan ada beberapa UMKM menggunakan *E-business* sebelum adanya pandemi Covid-19. UMKM mengandalkan penjualan online karena penjualam offline sepi pembeli di saat covid-19 tetapi untuk saat ini yang sudah terbebas dari covid-19 penjualan mengalami penurunan maka dari itu pelaku UMKM sangat memanfaatkan peran *E-business* untuk saat ini, ada UMKM yang sudah menggunakan pengembangan *E-business* dari awal mula memulai UMKM ada juga yang baru menggunakan disaat pandemi covid-19 lalu.
2. Peran *E-business* dalam meningkatkan profitabilitas UMKM dikecamatan Kedaton sudah mulai berkembang mulai dari digital marketing, penjualan secara online dan sistem pembayaran digital. UMKM sudah menggunakan media digital dalam pemasaran dengan cara mempromosikan lewat Aplikasi *Facebook*, *Instagram*, dan *Tiktok*. Penjualan online yang digunakan menggunakan aplikasi *Gofood*, *Shopeefood*, *Grabfood*. Sistem pembayaran yang digunakan menggunakan *Cash*, *Ovo*, *Gopay*, *Shopeepay*, *LinkAja*, *Qris* dan *Dana*. *E-business* mampu meningkatkan nilai jual dari produk yang diproduksi sehingga mampu meningkatkan pendapatan dan mengembangkan usaha UMKM Kuliner di Kecamatan Kedaton yang dimiliki para pelaku usaha.
3. Dalam perspektif ekonomi islam pelaku UMKM di Kecamatan Kedaton sudah menerapkan *E-business* sesuai dengan ajaran islam. Seperti menerapkan Larangan *Maysir* (unsur perjudian), Larangan *Gharar*

(tindakan penipuan), Larangan melakukan hal Haram, Larangan *Dzalim* (sesuatu yang merugikan orang lain), Larangan Ikhtikar (penimbunan barang), Larangan Riba. Pembayaran yang dilakukan secara digital tidak mengandung maysir, tidak mendorong israf (pengeluaran berlebihan/pemborosan), tidak digunakan dalam transaksi objek haram. Pendapatan yang didapatkan ada sebagian yang dipakai untuk kegiatan sosial seperti sedekah anak yatim, sedekah ke fakir miskin, dan membagikan sembako untuk masyarakat tidak mampu.

## **B. Rekomendasi**

Berdasarkan Hasil Penelitian, Penelitian memberi saran sebagai berikut :

1. Bagi para UMKM di Kecamatan Kedaton diharapkan terus meningkatkan kemampuan dengan memberikan inovasi terbaru bagi produk usaha yang dijualnya dan diharapkan pemilik usaha dapat meningkatkan penjualan dengan pendekatan kepada pelanggan dengan cara personal branding.
2. Kepada peneliti selanjutnya diharapkan lebih fokus memberikan perhatian dengan memberikan dampingan dan penyuluhan tentang *E-business* di Kecamatan Kedaton bagi pemilik Usaha Mikro Kecil dan Menengah agar mampu mengikuti perkembangan zaman. UMKM harus memiliki kemampuan dalam memanfaatkan *E-business* di era digitalisasi dimana akan memberikan penjelasan mengenai produk dan harga melalui media sosial. Pelaku usaha juga harus berkembang dalam berpengetahuan *E-business* agar tidak tertinggal dan mampu mempunyai inovasi kreatif dalam usahanya.

## DAFTAR RUJUKAN

### Referensi Buku

A.John Pearc dan Ricard B. Robinson, edisi 10 *strategic, magement* (strategi manajemen) formula, implementasi, dan pengadaan, (Jakarta selatan, salemba empat,2002),h.202

A.John Pearce II dan B. Robinson, edisi 10 strategi manajemen (manajemen strategi), formula implementasi dan pengendalian, (Jakarta Selatan, salemba4, 2002),h.200

A.Karim Asiwaman, ekonomi mikro islam edisi keempat, (Jakarta : raja grafindo persada 2015), h.2

Anoraga Pandji, *Ekonomi Islam Kajian Makro dan Mikro*, (Yogyakarta : PT. Dwi Chandra Wacana 2010), h. 32

Arikunto Suharsimi, prosedur penelitian suatu pendekatan praktek (Jakarta : Rineka Cipta, 2002), h.145

Apriliani, Izza Mahdiana, Noir Primadona Purba, Lantun Paradhita Dewanti, Heti Herawati, and Ibnu Faizal, 'Penguatan Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Melalui Undang-Undang Pengembangan Dan Penguatan Sektor Keuangan', *Citizen-Based Marine Debris Collection Training: Study Case in Pangandaran*, 2.1 (2021), 56–61

Arfan, Nadia, and Hurriah Ali Hasan, 'Penerapan Digital Marketing Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mirko Kecil Dan Menengah', *Iltizam Journal of Shariah Economic Research*, 6.2 (2022), 212–24

Ayodya, Wulan, *UMKM 4.0 Stategi UMKMmemasuki Era Digital*, ed. by Dionis Putri (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2021)

Edwin Nasution, Mustafa, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam* (Jakarta: Kencana Penada Media Group, 2017)

Fauziah, Ika Yunita, and Abdul Kadir Riyadi, 'IYF AKR\_Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif.Pdf', 2014, p. 2

Panjaitan, Roimanson, *Metodologi Penelitian, Jusuf Aryani Learning*, 2017

Samuelson, *Ilmu Makro Ekonomi*, Edisi Ketu (Jakarta: PT Media Edukasi, 2004)

Sinuraya, Mada Syahputra, ‘Opini Masyarakat Tentang Bisnis Kuliner Online (Studi Kasus Di Kota Medan)’, 2020

Syahatah, Husei, *Pokok-Pokok Pikiran Akuntansi Islam* (Jakarta: Akbar Media Eka Sarana, 2001)

Wibowo Sukarno, Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam* (Bandung : Pustaka Setia, 2003), h.67

Widhi Agung Kurniawan dan Zahra Puspitaningtyas, *Merode Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Pandiva Buku, 2018), 66

Yakub Herman. “Kajian Tentang Perkembangan *E-business* Terhadap Praktik Bisnis”. *CommIT*, vol.4 no.2 (2010) :86-89.

Yunia Ika Fauzia, Abdul Kadir Riyadi, “Prinsip Dasar Ekonomi Islam”, (Jakarta : prenadamedia grup, 2014),h.9

#### Referensi Jurnal

Ardiansyah dan Olivia Tjioener, “*Profitabilitas Usaha Setra Kripik Pisang*”, *Jurnal Dinamika Manajemen (JDM)* Vol. 3 No. 2, 2012, h.36

Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandar Lampung, ‘Statistik Sektorial Kota Bandar Lampung Tahun 2022’, *Dinas Komunikasi Dan Informatika*, 2022, 57–66  
<[https://bandarlampungkota.go.id/new/dokumen/573-STATISTIK\\_SEKTORIAL\\_KOTA\\_BANDAR\\_LAMPUNG TAHUN 2022-min \(1\).pdf](https://bandarlampungkota.go.id/new/dokumen/573-STATISTIK_SEKTORIAL_KOTA_BANDAR_LAMPUNG_TAHUN_2022-min(1).pdf)>

Fajriyah, N., & Wijayanti, T., 'Strategi Pemasaran Berbayar (Paid Marketing) Pada Platform Media Sosial: Sebuah Studi Literatur.', *Jurnal Informatika Mulawarman*, 14(1), 1-9., 14.1 (2019), 1–9

Handarkho, Yonathan Dri, Timothy Ryan Suryanto, Findra Kartika Sari Dewi, and Eddy Julianto, 'Penerapan Strategi E-Business Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Dari Usaha Mikro Kecil Menengah Di Indonesia (Studi Kasus Trooper Electronic Yogyakarta)', *Jurnal Buana Informatika*, 8.4 (2017), 201–12 <<https://doi.org/10.24002/jbi.v8i4.1444>>

Khotimah, Tutik, and Rina Fiati, 'Peningkatan Keunggulan Kompetitif Pada Umkm Gerabah Melalui Model E-Business', *Simetris : Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer*, 3.1 (2013), 31 <<https://doi.org/10.24176/simet.v3i1.86>>

Lucyantoro, Bagas Ilham, and Moch Rizaldy Rachmansyah, 'Penerapan Strategi Digital Marketing, Teori Antrian Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Di MyBCA Ciputra World Surabaya)', *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 5.1 (2017), 38–57

Ma, Qingxiong, and Liping Liu, 'The Technology Acceptance Model', *Journal of Organizational and End User Computing*, 16.1 (2004), 59–72 <<https://doi.org/10.4018/joeuc.2004010104>>

Marsuni, N S, and R Rismawati, '... Cost Analysis of Business Activities Development At the Business Development Center (P2B) State Islamic University of Makassar', *Jurnal Ekonomi Balance*, 14 (2018), 129–36 <<https://journal.unismuh.ac.id/index.php/jeb/article/view/2065>>

Rani, Puspa, and Diana Rahmawati, 'ANALISIS PENERAPAN E-BUSINESS STUDI KASUS PADA PT. SINAR MAS AGRO RESOURCES AND TECHNOLOGY (SMART), Tbk', *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia*, 6.2 (2008), 52–59 <<https://doi.org/10.21831/jpai.v6i2.933>>



Syifa S Mukrima, 'Tinjauan Pustaka Tinjauan Pustaka',  
*Convention Center Di Kota Tegal*, 4.80 (2017), 6–32  
<[http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/10559/BAB II.pdf?sequence=6&isAllowed=y](http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/10559/BAB%20II.pdf?sequence=6&isAllowed=y)>

Watmah, Sri, Siti Fauziah, and Nuraeni Herlinawati, 'Identifikasi Faktor Pengaruh Penggunaan Dompert Digital Menggunakan Metode TAM Dan UTAUT2', *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 6.2 (2020), 261–69  
<<https://doi.org/10.31294/ijse.v6i2.8833>>

