



Peran E- Commerce Dalam Meningkatkan Pendapatan Penjualan Dalam Perspektif Islam

Hofifah¹, Abd Aziz², Abd Ghafur³

Univesitas Islam Zainul Hasan Genggong Probolinggo indonesia^{1,2,3}

hofifah0909@gmail.com¹, abdaaziz@gmail.com², abdgghafur1987@gmail.com³

Received: 29 Mei 2022; Revised: 5 Juni 2023; Published: 14 Juni 2023

Abstrack

Electronic commerce is a term that is often used today for transactions online or related to the Internet. In another opinion, e-commerce is a form of media for distributing, buying, marketing, and selling goods or services through internet electronic systems. The development of e-commerce - commerce cannot be separated from the growth rate of the Internet because e-commerce is under the Internet network. The rapid growth of the internet has made a new change in people's lives and the internet has made the internet an effective medium for business people to sell their various products. This research is a type of qualitative research, using a case study approach (Case Study), in this study using several stages in data collection in the field, namely describing existing data, and in the form of data that describes in detail, the purpose of this study is to find out how the role of e-commerce in increasing sales revenue and e-commerce in an Islamic perspective. The results of this study are that the role of e-commerce in increasing sales revenue is very important for sales and of course, transactions carried out in accordance with Islam.

Keywords: *E-commerce, Income, Islamic perspective*

Abstrak

Electronic commerce merupakan suatu istilah yang sering di gunakan saat ini untuk bertransaksi secara online atau yang berhubungan dengan internet, Dalam pendapat yang lain e-commerce adalah suatu bentuk media penyebaran, pembelian, pemasaran, penjualan barang ataupun jasa yang melalui sistem elektronik internet, Perkembangan e-commerce tak lepas dari laju pertumbuhan internet karna e-commerce berada di bawah jaringan internet. Pertumbuhan internet yang semakin pesat membuat suatu perubahan baru di kehidupan masyarakat dan dengan adanya internet ini membuat internet menjadi salah satu media yang efektif bagi para pelaku usaha untuk menjual berbagai macam produk mereka., Penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif, menggunakan pendekatan studi kasus (Case Study), dalam penelitian ini menggunakan beberapa tahapan dalam pengambilan data di lapangan yaitu mendeskripsikan data yang ada, dan berupa sebuah data yang menggambarkan secara rinci, tujuan penelitian ini Untuk mengetahui bagaimana peran e-commerce dalam meningkatkan pendapatan penjualan dan e-commerce dalam perspektif islam. Hasil dari penelitian ini bahwa peran e-commerce dalam meningkatkan pendapatan penjualan sangat penting terhadap penjualan dan tentunya transaksi yang di lakukan sesuai dengan Islam.

Keywords: *E-commerce, pendapatan, perspektif Islam*

PENDAHULUAN

Seiring dengan kemajuan teknologi di Indonesia, terjadi berbagai macam perubahan kebiasaan dalam berbagai aspek kehidupan. Dengan peningkatan teknis ini, manusia dan kelompok masyarakat saling berkomunikasi dalam berbagai aktivitas kehidupan, termasuk



aktivitas jual beli, berkat berbagai kemajuan peralatan yang digunakan untuk teknologi informasi dan komunikasi. Masyarakat dapat merasakan semua kenyamanan yang kita miliki berkat teknologi, termasuk kemudahan dalam menggunakan internet.

Suatu transaksi penjualan, pembelian, pemesanan, pembayaran, atau pemasaran produk dan jasa yang memanfaatkan barang elektronik melalui digital atau telekomunikasi data dikenal sebagai perdagangan elektronik (E-Commerce), terkadang disebut sebagai belanja online. (Sara & Fitriyani, 2020).

bahwa bentuk transaksi selain itu juga dapat dilakukan secara global, dengan menggunakan internet dan seperti sekarang ini yang sudah banyak muncul platform-platform e-commerce yang diharapkan dapat digunakan dengan baik oleh para pelaku usaha melihat berbagai keuntungannya yang bisa digunakan oleh para pelaku bisnis di segala macam sektor.

E-commerce mengacu pada pembelian dan penjualan produk atau layanan melalui internet. Menurut Blu et al., kekuatan e-commerce memungkinkan untuk menghilangkan hambatan geografis karena transaksi sekarang dapat dilakukan di mana saja, kapan saja, dan tanpa batas waktu berkat munculnya media online (Blut et al., 2015).

E-commerce merupakan bagian dari jaringan internet, sehingga laju pertumbuhannya tidak dapat dipisahkan dari internet. Ekspansi internet yang eksplosif telah membawa perubahan baru dalam kehidupan masyarakat, dan sejak keberadaannya, internet telah berkembang menjadi saluran yang kuat bagi para pengusaha untuk memasarkan berbagai barang mereka. Keberadaan e-commerce menghasilkan Transaksi elektronik yang dilakukan secara online dengan memanfaatkan jaringan media internet biasa disebut dengan "online electronics" atau "e-commerce".

Menurut Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI) Nomor 05/DSN-MUI/IV/2000, jual beli salam diartikan sebagai jual beli barang dengan melakukan pemesanan dan membayar harga terlebih dahulu. dengan persyaratan tertentu.

(Purkon, 2014).

Terbukti dari penjelasan di atas bahwa berbisnis online diperbolehkan asalkan prosedur dan caranya mengikuti syariat yang berlaku. Karena fakta bahwa transaksi internet dan media sosial terjadi secara virtual daripada secara langsung, gagasan kejujuran menjadi sangat rentan. Dengan kata lain, vendor dan pembeli harus benar-benar jujur dan transparan satu sama lain. Karena tahap pemesanan pasti akan dimasukkan dalam perusahaan internet. Penjual dan pembeli pada akhirnya akan menggunakan keterbukaan tersebut sebagai saluran komunikasi untuk menghindari kekecewaan yang biasanya diakibatkan oleh kurangnya kejujuran antara kedua belah pihak.

Toko Zalimach yang pertama kali berdiri pada tahun 2020 dan berlokasi di desa Kalibuntu, kecamatan Kraksaan, kabupaten Probolinggo, provinsi Jawa Timur ini merupakan salah satu contoh dari sekian banyak pemilik usaha yang memanfaatkan media e-commerce sebagai tempat menjual produknya. Awalnya hanya Hanya menjual secara offline yang dilakukan di toko zalimach ini, namun dengan berkembangnya internet, pemilik kini

juga melakukan penjualan online. Toko Zalimach melakukan penjualan aktif di sejumlah toko online, antara lain Facebook, WhatsApp, dan Shopee. Pemilik bisnis memahami bahwa menggunakan e-commerce untuk menjual barangnya lebih menguntungkan. Sebagian besar barang yang dijual dibeli oleh pelanggan di e-commerce, dan kenaikan penjualan sesuai dengan pertumbuhan tren yang sekarang

Dengan segala macam kemudahan membuat muncul masalah apakah transaksi e-commerce yang di jalankan ini sudah sesuai syariah di zalimach shop, dan apakah e-commerce ini dapat meningkatkan pendapatan penjualan. Dari berbagai pemaparan di atas peneliti tertarik untuk meneliti mengenai bagaimana e-commerce dalam perspektif islam, dan apakah peran e-commerce ini dapat meningkatkan pendapatan penjualan pada zalimach shop. Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka akan diteliti mengenai “Peran E-Commerce Dalam Meningkatkan Pendapatan Penjualan Dalam perspektif Islam”

KAJIAN LITERATUR

Secara hukum, e-commerce mengacu pada penggunaan situs web, aplikasi seluler, dan akses internet untuk transaksi komersial. Transaksi antar individu dan antar perusahaan juga disertakan. E-commerce memiliki arti yang cukup luas dan seringkali mencakup layanan untuk distribusi, penjualan, pembelian, pemasaran, dukungan purna jual, dan layanan produk. Sistem elektronik seperti internet atau jaringan komputer lainnya digunakan untuk semua operasi ini. E-commerce, yang melibatkan penjualan barang dan jasa melalui internet, diperkirakan akan semakin penting karena aktivitas domestik diliberalisasi dan semakin terintegrasi dengan pasar dunia (Wirapraja & Aribowo, 2018).

E-commerce juga dikenal sebagai perdagangan elektronik, beberapa definisi telah diberikan. E-commerce, menurut Martin et al., adalah penggunaan TI untuk melakukan operasi komersial antara dua perusahaan atau lebih. atau bisnis yang melayani satu atau lebih pengguna akhir secara online (Novita & Triadi, 2022).

E-commerce, seperti dapat dilihat, adalah sarana untuk menghubungkan pembeli dan penjual yang terlibat dalam transaksi komersial secara elektronik. E-commerce memiliki setidaknya enam efek menguntungkan pada bagaimana perusahaan beroperasi. Enam efek termasuk meningkatkan kontrol atas barang, menurunkan biaya, meningkatkan rantai pasokan, membantu bisnis dalam menjaga hubungan yang lebih baik dengan konsumen, dan membantu bisnis dalam menjaga hubungan yang lebih baik dengan pemasok (Lucky et al., 2020).

E-commerce adalah sebuah marketplace yang merupakan salah satu jenis e-commerce yang kini berkembang pesat di Indonesia. Pada sebuah website, marketplace berfungsi sebagai tempat bertemunya pembeli dan produsen. Gagasan e-commerce sekarang memungkinkan harga diturunkan, yang akan menghasilkan peningkatan volume penjualan dan biaya pengiriman, pemasaran, dan pengoperasian yang lebih murah. Dengan meningkatnya dukungan WiFi dan pengembangan jaringan dari penyedia yang lebih baik, gagasan e-commerce menjadi sangat mudah dalam segala macam transaksi serta dapat menghemat waktu dan ruang (Saputro, 2020).



Elektronik Commerce atau E-Commerce di bagi berdasarkan sifat transaksinya menjadi beberapa jenis, yaitu:

1. (B2B), bisnis-ke-bisnis
2. (B2C), bisnis ke konsumen
3. (C2C) Pelanggan ke Pelanggan
4. (C2B), atau konsumen ke bisnis,
5. (B2G), atau bisnis ke pemerintah,
6. (C2A) sebagai alternatif, pelanggan-ke-administrasi
7. (O2O) Online-to-Offline

E-commerce memiliki beberapa keunggulan dibanding ritel tradisional, termasuk kemampuan untuk mempersingkat jaringan distribusi. Bisnis dapat meningkatkan produktivitas dan efisiensi dengan mempersempit jaringan distribusi e-commerce. Karakteristik berikut harus ada dalam setiap penggunaan teknologi e-commerce:

1. Dapat diakses dari mana saja (di mana-mana), yaitu, perusahaan harus berusaha untuk mengubah struktur organisasi sektor ini dengan menciptakan strategi pemasaran baru dan memperluas basis pelanggan mereka. Salah satu strategi mungkin memperluas lini produk perusahaan sambil mengurangi biaya operasional yang terkait dengan penjualan untuk meningkatkan efisiensi operasi industri.
2. Jangkauan luas (jangkauan global), yang dicapai dengan membuat konten dengan tingkat penetrasi pasar yang lebih tinggi sehingga dapat diakses tidak hanya di lokal tertentu tetapi juga di lokasi lain.

Salah satu jenis mu'amalah yang diatur dalam Islam adalah jual beli. E-commerce pada hakekatnya adalah paradigma transaksi jual beli, berdasarkan bentuknya. Namun, karena memerlukan inovasi teknis, itu termasuk dalam pembelian dan penjualan modern.

Jual beli dalam islam untuk kebutuhan manusia dan mempermudah kesulitan mereka, namun demikian harus sesuai dengan jual beli secara islam yaitu bermuamalah yang beriringan dengan syariat yang ada.

Dalam Istilah bahasa Arab ba'I adalah untuk menukar satu barang dengan barang lainnya. Jual beli dijelaskan oleh mazhab Hanafiyah sebagai pertukaran harta (mal) dengan harta dengan cara tertentu. Pertukaran aset ini memerlukan transfer barang-barang yang tak ternilai, beberapa di antaranya dapat digunakan. Berdasarkan dalil-dalil yang terdapat dalam Al-Qur'an, Al-Hadits, dan Ijma' Ulama, secara khusus dimaksudkan bahwa Sighat atau ungkapan Ijab dan Qabul al-bai merupakan akad yang sah. Berikut dalil-dalil (dari dasar syariah) yang mendukung penggunaan akad jual beli: QS.An-nisa 29. Allah berfirman:

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

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kalian saling memakan (mengambil) harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan sukarela di antara kamu”

Ayat ini berbicara tentang perdagangan batil atau transaksi muamalah. Menurut ayat ini, umat Islam tidak boleh memakan kekayaan orang lain karena keserakahan. Kesombongan ini mungkin menunjukkan banyak hal berbeda dalam konteks ini. Melakukan transaksi ekonomi yang bertentangan dengan syara', seperti transaksi berbasis riba (bunga), transaksi spekulatif (maisir, judi), atau transaksi yang bersifat gharar (ada ketidakpastian/risiko dalam transaksi), antara lain adalah diantara mereka.

Akad salam dapat dilihat sebagai proses awal pembelian uang, setelah itu penjual diwajibkan untuk menyediakan produk atau barang yang dibeli kepada pembeli yang berhak mendapatkan barang tersebut. Salah satu bentuk jual beli yang kebal dari larangan menjual produk yang bukan milik penjual atau barang yang tidak ada adalah akad salam. Akad salam dapat dikategorikan sebagai jual beli barang terutang yang diputuskan dengan menawarkan harga sebagai gantinya (Salwa, 2021).

E-Commerce memiliki kemiripan dengan bai' as-salam yaitu mengenai syarat- syarat transaksi serta ada penangguhan barang untuk sebuah pembayaran, jika pada akad as-salam di lakukan secara tatap muka untuk pelaksanaan sighat, berbeda dengan melalui e-commerce yang di lakukan secara online atau via chatting. Transaksi e-commerce di perbolehkan dalam islam dengan ketentuan bebas dari riba, gharar, maisir. oleh sebab itu jika di hubungkan dengan sistem pembayaran pada e-commerce, tidak di sarankan untuk memakai kartu kredit agar terhindar dari riba (Kurniawati, 2019).

Secara umum bai' as-salam di devinisikan sebagai suatu upaya mempertukarkan suatu nilai (uang) sekarang dengan suatu barang tertentu yang masih dalam kepemilikan orangnya, dan akan diserahkan kemudian. Artinya dalam transaksi bai' (jual beli) berupa barang tertentu antara penjual dan pembeli sesuai harga pokok dan di tambah nilai keuntungan yang sudah di sepakati di awal yang penyerahan barangnya tersebut di lakukan di kemudian hari dan sementara pembayarannya di lakukan di awal.

Terbukti dari penjelasan di atas bahwa berbisnis online diperbolehkan asalkan prosedur dan caranya mengikuti syariat yang berlaku. Ilustrasi lain dari aplikasi bisnis online yang sesuai syariah adalah perlunya semua penjualan dan pembelian didokumentasikan secara akurat dan jujur, serta setiap hutang. Karena penjual dan pembeli melakukan bisnis secara online daripada secara langsung, gagasan kejujuran sangat rentan dalam situasi ini (Aisyah Mutiara_G74215047(1)).

METODE PENELITIAN

Creswell mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai proses penelitian ilmiah yang lebih menitikberatkan pada pemahaman masalah manusia dalam konteks sosial dengan menyajikan gambaran yang menyeluruh dan kompleks, melaporkan perspektif yang mendalam dari sumber informasi, dan melakukan penelitian dalam setting yang alami tanpa campur tangan pihak luar.

Menggunakan pendekatan studi kasus (Case Study), Dalam penelitian ini bersifat penelitian lapangan yang menggunakan studi kasus pada sebuah toko online shop yang terletak di desa kalibuntu kecamatan kraksaan kabupaten probolinggo dan dalam penelitian



ini menggunakan beberapa tahapan dalam pengambilan data di lapangan yaitu mendeskripsikan data yang ada, dan berupa sebuah data yang menggambarkan secara rinci, Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara, pengamatan dan dokumentasi pada obyek penelitian sehingga menimbulkan sebuah data yang valid dan rinci, peneliti akan melakukan penelitian dan mencari data-data deskriptif tentang peran E-commerce dalam meningkatkan pendapatan penjualan dalam perspektif islam studi kasus toko zalimach shop.

Sumber Data

1. Sumber Data primer

Dalam penelitian ini sumber data utama adalah pemilik toko Zalimach yang melakukan wawancara dan observasi langsung terhadap pemilik dan pembeli yang melakukan aktivitas transaksi e-commerce beserta dokumentasinya. Data primer adalah informasi yang dikumpulkan langsung dari lapangan dan berupa sumber asli bukan melalui perantara media.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sebuah data dari sumber yang memberikan data untuk melengkapi sumber data primer. Data sekunder yang di gunakan disini adalah data yang di ambil dari mengutip dari berbagai macam konsep yang terdiri dari pengambilan literatur baik berupa buku, jurnal, majalah, Koran,internet atau karya tulis ilmiah lainnya atau menggunakan dokumen tertulis, gambar, foto-foto atau benda-benda lain yang bersangkutan dengan yang di teliti.

Teknik Pengumpulan Data

Secara teoritis dalam pengumpulan data Tiga metode dapat digunakan untuk penelitian kualitatif: observasi, wawancara, dan dokumentasi. peneliti menggunakan dua jenis metode penelitian untuk memperoleh sebuah data-data yang di butuhkan, yaitu:

1. Observasi

Pengamatan ini digunakan untuk mempelajari kegiatan yang terjadi di objek kajian lokasi penelitian. Untuk mendapatkan data yang lebih tepat dan terorganisir, penulis menggunakan pengamatan sebagai pendekatan penelitian, berkeliling langsung ke lapangan dan melihat langsung hal tersebut (Margono, 2014).

2. Wawancara

Dialog dengan aspek-aspek tertentu membentuk wawancara. Pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan pewawancara (interviewee) yang memberikan tanggapan atas pertanyaan melakukan pertukaran ini. (135) Lexy J. Moleong Penelitian ini menggunakan wawancara terbuka dimana responden didorong untuk berbicara secara bebas oleh peneliti.

Teknik Analisis Data

Pengumpulan data secara metodis dari wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dikenal sebagai analisis data. Informasi tersebut kemudian dikategorikan, dibagi menjadi

beberapa unit, pola ditemukan, informasi yang paling penting dipilih, dan kesimpulan dibuat dengan cara yang jelas bagi Anda dan orang lain (Sugiyono, 2017).

Teknik analisa data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yaitu dengan pemaparan dan gambaran dengan sebuah uraian dalam penelitian yang di dapat oleh peneliti. Data yang di dapat dari penelitian ini adalah dari hasil wawancara beberapa orang yang terkait di lokasi peneliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil dari penelitian ini bahwa peran e-commerce pada zalimach shop dapat meningkatkan pendapatan penjualan , e-commerce memiliki banyak peran salah satunya memberikan kemudahan komunikasi, kemudahan pemasaran, modal minim dan efisiensi waktu. di zalimach shop di fokuskan dalam meningkatkan jumlah pembeli, sehingga dapat meningkatkan penjualan sebagaimana yang di katakan owner zalimach shop yang bernama salima wawancara yang di lakukan pada 2 januari 2023 sebagai berikut:

“Dengan hadirnya berbagai macam media sosial ini sangat berpengaruh besar terhadap penjualan sehingga bisa meningkatkan pendapatan tak banya itu sekarang zalimach shop sudah mulai banyak di kenal orang berkat penggunaan e-commerce, konsumen dapat langsung memesan barang melalui e-commerce yang ada hal ini tentu sangat memudahkan saya sebagai owner tentu juga untuk para konsumen”

Dari pernyataan yang di sampaikan langsung oleh salima owner zalimach shop dapat di simpulkan bahwa peran e-commerce ini sangat berpengaruh terhadap pendapatan penjualan, karna sangat mudahnya mengakses internet pada saat ini dan dengan kecanggihan ini tentu sangat membantu para pelaku usaha online shop.

Pemilik selalu mengutamakan pelayanan prima kepada pelanggan, sehingga selama proses penjualan, jika pembeli telah menerima metode pembayaran yang diminta—ada yang berupa COD (cash on delivery) atau transfer—pemilik selalu menangani secara langsung. Karena kebahagiaan pelanggan adalah faktor utama dalam menentukan kinerja perusahaan, toko Zalimach secara konsisten menerima umpan balik yang baik dari pelanggan berkat penerapan kejujuran dalam praktik penjualan. Zalimach Shop tidak pernah gagal untuk menyenangkan kliennya saat mengoperasikan perusahaan internetnya. Selain itu, Zalimach tidak pernah mempromosikan gharar, penipuan, atau barang yang meragukan dalam metode bisnis onlinenya.

Zalimach shop menjual berbagai macam fashion dan berbagai macam kebutuhan lain seperti kebutuhan retail dan barang barang yang sedang viral seperti mainan anak kecil, zalimach shop juga menyediakan berbagai macam aksesoris. zalimach shop aktif berjualan menggunakan beberapa marketplace, seperti Facebook ,WhatsApp dan shopee.

Menurut pengakuan dari pemilik zalimach shop wawancara pada tanggal 2 januari 2023 sebagaimana berikut:

“ Penjualan yang dilakukan melalui e-commerce memiliki cakupan pembeli yang sangat luas hingga sampai melakukan pengiriman sampai ke luar kota. Selain itu, pelanggan yang dimiliki oleh



zalimach shop sendiri didominasi oleh konsumen dari e-commerce dari pada penjualan secara offline”

Salah satu manfaat menjalankan bisnis melalui media online dalam hal ini adalah pasar memiliki dampak yang signifikan dalam meningkatkan penjualan. Mengingat cakupan pasar pengunjung e-commerce terbilang luas, tidak heran jika penjualan yang dilakukan melalui channel ini berkembang secara signifikan. Tabel penjualan berikut membandingkan penjualan online dan offline pada tahun 2022, dari Januari hingga Desember. Penjualan online lebih beragam daripada penjualan offline, dimana pelanggan hanya mereka yang dapat melihat produk secara fisik.

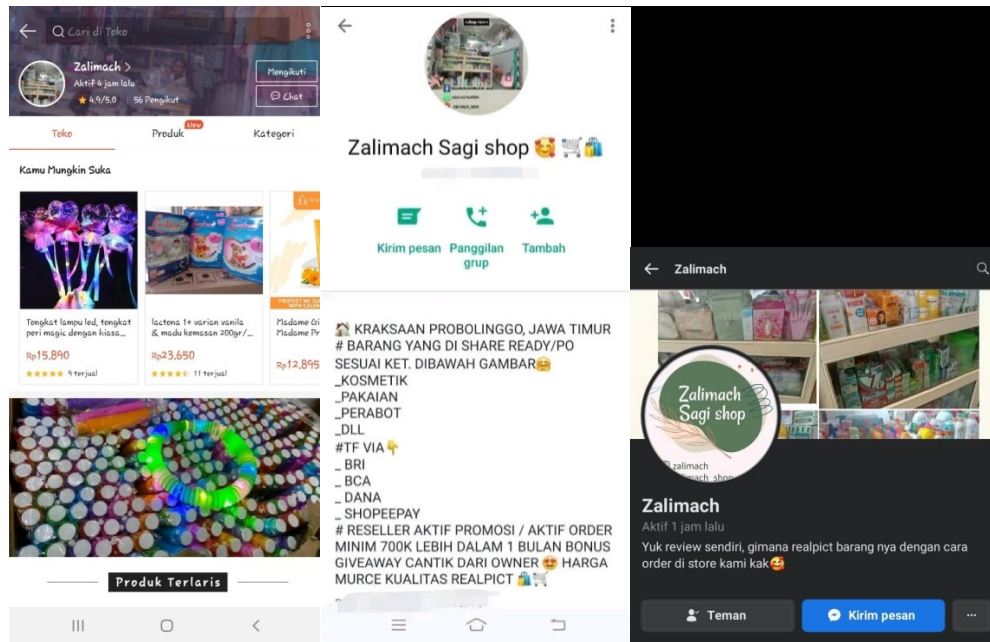
Bulan	Offline(Pcs)	Online(Pcs)	Jumlah
Januari	20	90	110
Februari	30	120	150
Maret	15	130	145
April	40	140	180
Mei	35	125	160
Juni	30	120	150
Juli	25	170	195
Agustus	50	130	180
September	20	145	165
Oktober	60	125	185
November	15	135	150
Desember	45	165	210

Tabel 1. Penjualan zalimach shop

(Sumber: Data Olah, 2023)

Dari data tabel di atas menunjukkan bahwa penjualan zalimach shop mengalami peningkatan di penjualan online di banding dengan penjualan offline. terlihat sangat signifikan dengan penjualan online, karna dengan *e-commerce* ini penjualan menjadi terus mengalami peningkatan sehingga hal tersebut tentu sangat menguntungkan dalam meningkatkan pendapatan penjualan.

Berikut ini adalah beberapa e-commerce yang di pakai transaksi oleh zalimach shop. Seperti shopee,facebook dan whatsapp bussines.



1.1 gambar akun e-commerce

Pembahasan

Toko Zalimach menggunakan perdagangan elektronik (E-Commerce) yang tentunya sesuai dengan syariat Islam. E-Commerce memungkinkan pemilik bisnis untuk melakukan transaksi dengan cara yang menjunjung tinggi Islam sambil tetap bersaing secara etis dan bertanggung jawab dengan pelanggan dan barang yang mereka jual. Contohnya termasuk menjaga kualitas produk, memberikan informasi produk yang akurat, dan memberikan kebebasan kepada pelanggan untuk melakukan pembelian yang mereka sukai. Tentunya, bisnis yang dijalankan sesuai dengan hukum syariah harus mengikuti enam proses khusus. Yaitu sebagai berikut:

1. Niat Tulus Mengharap Ridha Allah SWT
2. Profesional
3. Jujur dan Amanah
4. Etika Muslim harus diutamakan
5. Tidak melanggar syariah
6. Ukhuwah Islamiyah (Ghafur & Syuhri, 2022).

Zalimach shop menggunakan transaksi yang sesuai syariah dimana di zalimach shop menggunakan beberapa ketentuan yang sesuai syariah salah satunya ialah:

1. Niat Ikhlas Mengharap Ridho Allah agar usaha yang di jalankan mendapat keridhoan dari allah pemilik selalu mengedepankan keridhoan.
2. Profesional pemilik selalu berusaha profesional dalam melayani pembeli seperti jika barang ready maka pembeli akan segeradi hubungi begitupun sebaliknya jika barang belum ready maka segera di informasikan kepada para konsumen.



3. Jujur dan Amanah hal ini tentu menjadi hal yang harus di utamakan kepada para konsumen dimana pemilik zalimach shop akan memberikan spesifikasi produk dengan benar dan jujur agar pelanggan tidak kecewa serta selalu amanah dalam setiap pembelian.
4. Mengedepankan Etika Seorang muslim pemilik selalu mendahulukan salam sebelum percakapan di mulai.
5. Tidak Melanggar Prinsip Syariah pemilik zalimach shop akan selalu memastikan barang yang di jual halal dan tidak riba serta tidak mengandung maisir dan gharar.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Suatu transaksi penjualan, pembelian, pemesanan, pembayaran, atau pemasaran produk dan jasa yang memanfaatkan barang elektronik melalui digital atau telekomunikasi data dikenal sebagai perdagangan elektronik (E-Commerce), terkadang disebut sebagai belanja online. E-commerce merupakan bagian dari jaringan internet, sehingga laju pertumbuhannya tidak dapat dipisahkan dari internet. Ekspansi internet yang eksplosif telah membawa perubahan baru dalam kehidupan masyarakat, dan sejak keberadaannya, internet telah berkembang menjadi saluran yang kuat bagi para pengusaha untuk memasarkan berbagai barang mereka. Dari segi pangsa pasar, keberadaan e-commerce menumbuhkan persaingan yang sehat di antara pemilik usaha, baik pemilik usaha kecil maupun besar. Selain itu, e-commerce memudahkan konsumen dan penjual, memungkinkan penjual untuk meningkatkan penjualan mereka.

Saran

Bagi para pelaku bisnis e-commerce hendaknya memberikan pelayanan yang bagus dan sesuai dengan dengan ajaran islam agar para konsumen merasa puas dalam pelayanannya sehingga dalam transaksi e-commerce ini dapat terus meningkatkan pendapatan penjualan bagi para produsen.

REFERENSI

Aisya Mutiara_G74215047(1).

Blut, M., Frennea, C. M., Mittal, V., & Mothersbaugh, D. L. (2015). How procedural, financial and relational switching costs affect customer satisfaction, repurchase intentions, and repurchase behavior: A meta-analysis. *International Journal of Research in Marketing*, 32(2), 226–229.

Ghafur, A., & Syuhri, S. (2022). ENTREPRENUERSHIP PERSPEKTIF ISLAM. *Ar-Ribhu: Jurnal Manajemen Dan Keuangan Syariah*, 3(1), 74–84.

Kurniawati, A. D. (2019). Transaksi E-Commerce dalam Perspektif Islam. *El Barka: Journal of Islamic Economics and Business*, 2(1), 90–113.

- Lucky, P., Irawan, T., Prilianti, K. R., & Timur, J. (2020). Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah (UKM) Melalui Implementasi E- Commerce di Kelurahan Tlogomas. 09(01), 33–44.
- Margono, S. (2014). Metodologi Penelitian Pendidikan. Rineka Cipta.
- Novita, W., & Triadi, Y. (2022). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang. Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis, 4(1), 152–161.
- Purkon, A. (2014). Bisnis Online Syariah. PT Gramedia Pustaka Utama. <https://books.google.co.id/books?id=nKFLDwAAQBAJ>
- Salwa, Y. (2021). Analisis Implementasi Akad Salam Pada Perusahaan Hope Apparel Clothing Di Kabupaten Jombang. OIKONOMIKA: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Keuangan Syariah, 2(2), 22–32.
- Saputro, P. D. (2020). Pemanfaatan E-Commerce Business To Consumer (B2C) Marketplace Untuk Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm). JKIE (Journal Knowledge Industrial Engineering), 7(1), 1–10.
- Sara, K. D., & Fitryani, F. (2020). Peran Kewirausahaan Dan E-Commerce Terhadap Perkembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Dalam Perspektif Islam. Jurnal EMA, 5(2), 66–76.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Alfabeta.
- Wirapraja, A., & Aribowo, H. (2018). Pemanfaatan E-Commerce Sebagai Solusi Inovasi Dalam Menjaga Sustainability Bisnis. Teknika, 7(1), 66–72.
- Salima. (2 Januari 2023). Wawancara pribadi.

