

**ANALISIS PENGGUNAN MEDIA E-COMMERCE DALAM MENDUKUNG
PERKEMBANGAN USAHA MENURUT PERSPEKTIF MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
(Studi kasus pada Toko Angel Bukittinggi)**

Sri Rahayu¹, Sandra Dewi²

¹ Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

Sryr90056@gamil.com

² Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

sandradewi@uinbukittinggi.ac.id

Abstrak

Toko Angel Bukittinggi yang merupakan salah satu toko pakaian wanita. Dimana sekarang belanja dikenal di berbagai kalangan, dan di pasar Bukittinggi saat ini sedikit, masih ada dari beberapa mereka yang belum memanfaatkan media e-commerce dalam pemasaran didasarkan kurangnya pemahaman dalam penjualan online dan lebih berfokus kepada reseller dan pembelian langsung. Dan terjadinya penurunan tingkat penjualan pada media marketplace dimana marketplace kurang diminati oleh kalangan masyarakat pada sekarang ini. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif yaitu penelitian yang data-datanya berupa kata-kata (bukan angka) yang berasal dari wawancara, catatan laporan, dokumen dan lainnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya penurunan penjualan di Toko Angel dikarenakan kurangnya minat masyarakat pada media marketplace tentunya pemilik usaha dapat mengadakan penawaran diskon, dan mengadakan give away besar-besaran, hal tersebut dapat menjadi perhatian dan juga minat beli pelanggan kepada Toko Angel. Pada Toko Angel telah memanfaatkan media e-commerce tetapi beberapa pelaku usaha belum memanfaatkan media tersebut dikarenakan pelaku tersebut lebih berfokus kepada penjualan dalam bentuk skala yang besar. Toko Angel telah menerapkan berbagai langkah yang mencerminkan prinsip-prinsip dalam bisnis syariah, seperti kejujuran, transparansi, dan keadilan dalam setiap transaksi. Penggunaan media e-commerce dapat mendukung perkembangan usaha di masa yang akan datang dikarenakan pelanggan lebih tertarik menggunakan media e-commerce, karena dengan pembelian di media e-commerce pelanggan merasa lebih mudah tanpa perlu mendatangi toko

Kata kunci: *Media ecommerce, perkembangan usaha, manajemen bisnis syariah*

Abstract

Angel Bukittinggi Shop which is one of the women's clothing stores. Where now shopping is known in various circles, and in the Bukittinggi market at this time a little, there are still some of them who have not utilized e-commerce media in marketing based on a lack of understanding in online sales and are more focused on resellers and direct purchases. And there is a decline in the level of sales in the marketplace media where the marketplace is less in demand by the community today. The research method used is qualitative, namely research whose data is in the form of words (not numbers) which come from interviews, report notes, documents and others. The results of the

study showed that there was a decline in sales at Angel Shop due to the lack of public interest in the marketplace media, of course business owners can hold discount offers, and hold big giveaways, this can be a concern and also customer buying interest in Angel Shop. Angel Shop has utilized e-commerce media but some business actors have not utilized the media because the actors are more focused on sales in large scale. Angel Shop has implemented various steps that reflect the principles of sharia business, such as honesty, transparency, and fairness in every transaction. The use of e-commerce media can support business development in the future because customers are more interested in using e-commerce media, because by purchasing on e-commerce media, customers feel it is easier without having to come to the store

Keywords: E-commerce media, business development, sharia business management

I. Pendahuluan

Dalam era sekarang teknologi informasi semakin berkembang pesat ke segala bidang dan juga pada kehidupan manusia. Tentunya Perkembangan teknologi internet ini di dukung dari adanya kemajuan dibidang teknologi, telekomunikasi dan komputer. Internet juga dapat memudahkan pelaku bisnis untuk memperoleh berbagai macam informasi untuk perkembangan bisnisnya. Informasi yang diperoleh melalui internet dalam menunjang aktivitas bisnis yang dilakukan sangat banyak dan harus dilakukan penyaringan untuk memperoleh informasi yang tepat dengan usaha yang telah dijalankan.

Teknologi informasi merupakan teknologi yang dimanfaatkan dalam menciptakan, mengubah, menyimpan dan menggunakan berbagai macam informasi dalam berbagai bentuk dari penggunaan media teknologi yang berkembang pesat pada saat ini menjadikan suatu perusahaan dapat memasuki pasar global. Penggunaan media teknologi informasi dalam mengembangkan dan menjalankan usaha yang dimiliki di kenal juga dengan istilah e-commerce.

E-commerce bagi suatu perusahaan memberikan banyak kemudahan dalam usaha yang dijalankan. Penggunaan media e-commerce tentunya memudahkan pelaku usaha dalam melakukan pemasaran produk. Pemasaran menggunakan media e-commerce dapat memberikan pangsa pasar yang luas dan peluang melakukan ekspor yang besar.

Perkembangan e-commerce menyebabkan banyaknya pengembangan yang terjadi pada industri dan menciptakan peluang kerja yang banyak memanfaatkan teknologi. Perkembangan media e-commerce yang semakin terkenal di indonesia dapat dilihat dari banyaknya online shop yang digunakan bagi pelaku usaha, seperti, shoppee, Tiktok shop, Lazada, Tokopedia, Marketplace dan banyak lainnya, menjadikan masyarakat indonesia tergiur dalam melakukan konsumsi atau melakukan pembelian secara online. Disamping terkenalnya penggunaan aplikasi belanja online, banyak sekali kemudahan uang diperoleh dengan melakukan pembelian online tersebut.

Penggunaan media online dalam berbelanja tentunya menjadi terkenal di berbagai kalangan, sehingga banyak masyarakat Indonesia tertarik berbelanja secara online, dengan berbelanja online tentunya menghemat energi, dan juga menghemat uang, karena berbelanja di online shop banyak sekali voucher gratis ongkir dan potongan harga yang diberikan.

Toko Angel yang merupakan salah satu toko pakaian wanita yang berada di jalan Gurun Aua, Kubang Putih, Kec Banuhampu, Kota Bukittinggi, Sumatra Barat, yang mana Toko Angel ini mempunyai cabang yang bertempat di Blok E lantai 3 los D6 No. 7 Tanah Abang, Jakarta Pusat.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah saya lakukan kepada pemilik Toko Angel para pelaku usaha yang berada di Bukittinggi biasa memasarkan produknya secara langsung yang berupa grosiran atau eceran, serta di lihat dari kondisi pasar saat ini yang sepi serta sedikit transaksi yang terjadi. Namun ada dari pelaku usaha di Bukittinggi yang telah menggunakan media e-commerce sebagai media pemasaran dan pemanfaatan media sosial dalam promosi produknya. Di Bukittinggi mayoritas pelaku usaha menjual berbagai bentuk jenis pakaian, dari pakaian anak-anak hingga dewasa, pakaian dalam dan juga berbagai jenis kain untuk berbagai kebutuhan.

Di Bukittinggi banyak pedagang yang menjual produknya secara grosiran dan eceran kepada pelaku usaha lainnya. Ada beberapa diantara mereka sebagai pemasok untuk pelaku usaha online, namun mereka sendiri tidak memanfaatkan online shop dalam pemasaran produknya. Dimana hal ini menjadi salah satu fakta sedikitnya pelaku pasar Bukittinggi yang memanfaatkan media e-commerce dalam pemasarannya. Namun dilihat dari kondisi pada saat ini yang sepi dan sedikit transaksi yang terjadi, serta kalangan muda pada saat ini sudah dimudahkan dengan adanya berbagai online shop untuk berbelanja tanpa perlu harus keluar rumah. Dilihat dari situasi tersebut media online dengan menjadi contoh untuk dapat memasarkan produk yang mereka jual di tengah transaksi langsung yang sedikit dan juga jangkauan pasarnya yang menjadi lebih luas dan membuat peluang transaksi yang semakin kuat.

Dilihat dari fenomena dimana sekarang ini belanja dikenal di berbagai kalangan, dan di Toko Bukittinggi sekarang ini sangat sepi, dan masih ada dari beberapa mereka yang belum memanfaatkan media e-commerce dalam pemasaran didasarkan kurangnya pemahaman dalam penjualan online dan lebih berfokus kepada reseller mereka dan para mahasiswa. Berdasarkan wawancara yang saya dapatkan dari pemilik Toko Angel Grosir, dari sekitar 4 pedagang toko pakaian yang berada di jalan Gurun Aua, Kubang Putih, Kecamatan Banuhampu, Kota Bukittinggi sekitar 2 diantaranya telah menggunakan media pemasaran online. Yang mana mereka telah memanfaatkan media e-commerce yaitu dengan memanfaatkan aplikasi media

online, dan juga promosi serta penjualan melalui media tiktok, instagram, dan Marketplace .Salah satu diantaranya 2 usaha yang memanfaatkan pemasaran online, menjual pakaian dengan target mahasiswa atau para kaum muda milineal. Toko ini bernama Toko Angel Bukittinggi yang berada di Jalan Gurun Aua, Kubang Putih, Kec Banuhampu, Kota Bukittinggi, Sumatra Barat.

Tingkat Penjualan Toko Angel

No	Tahu	Tingkat	Kenaikan\penurunan	
	n	Penjualan	Σ	%
1.	2021	Rp2.000.00	-	-
2.	2022	Rp1.500.000	Rp500.000.0	33,3
3.	2023	Rp3.500.00	Rp2.000.000	5
Total		Rp7.000.000	Rp2.500.00	92,3

Sumber: hasil observasi wawancara

Pada tahun 2022 terjadi penurunan pendapatan dari tahun sebelumnya dikarenakan pada tahun 2022 sudah banyak peminat penggunaan media belanja online dikarenakan terjadinya perubahan gaya belanja masyarakat. Masyarakat juga dimudahkan dengan adanya media belanja dikarenakan banyak promo yang tersedia pada halaman belanja online. Toko Angel Grosir memulai untuk promosi dan memasarkan produknya secara online dengan menggunakan media tiktok, dimana saat ini tiktok sangat terkenal bagi kalangan remaja atau milineal. Pemanfaatan media tiktok sebagai media promosi dan pemasaran tentunya membuka aliran pendapatan tambahan sebesar data berikut:

Tingkat Penjualan dengan Media Pemasaran Online Tiktok Shop

No	Tahu	Tingkat	Kenaikan/penurunan	
		Penjualan	Σ	%
1.	2021	Rp	-	-
2.	2022	Rp	Rp	-9,37
3.	2023	Rp	Rp	5,88
Total		Rp	Rp50.000.0	-3,49

Sumber: Hasil observasi wawancara

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat pendapatan yang diperoleh Toko Angel Grosir dari penjualan online menggunakan media online Tiktok shop adalah Rp 320.000.000 – Rp350.000.000 per tahunnya.Artinya dapat dikatakan bahwasanya penjualan menggunakan media tiktok shop berjalan dengan stabil.

Tingkat Penjualan dengan Media Pemasaran Online Instagram

No	Tahun	Tingkat	Kenaikan/penuru	
		Penjualan	Σ	%
1.	202	Rp	-	-
2.	202	Rp	Rp125.000.0	-50

3.	202	Rp	Rp	9,09
	Tot	Rp	Rp150.000.0	59,09

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat pendapatan yang diperoleh Toko Angel Grosir dari penjualan online menggunakan media online instagram adalah Rp 250.000.000 – Rp 375.000.000 pertahunnya. Artinya dapat dikatakan bahwasanya penjualan menggunakan media Instagram terjadi sedikit penurunan tapi masih bisa dikatakan stabil.

Tingkat Penjualan dengan Media Pemasaran Online Marketplace

No	Tahun	Tingkat Penjualan Rp	Kenaikan/penurunan	
			Σ	%
1.	2021	Rp	-	-
2.	2022	Rp	Rp265.000.	-
3.	2023	Rp	Rp	-92,8
	Total	Rp	Rp330.000.	-289

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat pendapatan yang diperoleh Toko Angel Grosir dari penjualan online menggunakan media Marketplace adalah Rp70.000.000 – Rp 400.000.000 per tahunnya. Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa terjadi penurunan yang sangat signifikan pada tingkat penjualan Angel Grosir menggunakan media Marketplace. Penurunan ini disebabkan oleh berkurangnya minat pengguna marketplace, terutama dikalangan remaja, yang lebih memilih untuk beralih ke tiktok shop dan instagram. Peralihan ini menunjukkan bahwa marketplace semakin kurang diminati sebagai sarana untuk berinteraksi dan berbelanja, sementara tiktok shop dan instagram semakin menjadi pilihan utama bagi general muda sekarang.

Data Penjualan Sebelum Menggunakan Media E-commerce dan Sesudah Menggunakan Media E-commerce.

No	Tahun	Sebelum Menggunakan Media E-Commerce	Sesudah Menggunakan Media E-Commerce
1	2021	Rp 875.000.000	Rp 1.125.000.000
2	2022	Rp 795.000.000	Rp 705.000.000
3	2023	Rp 2.815.000.000	Rp 685.000.000
4	Total	Rp 4.485.000.000	Rp 2.515.000.000

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa penjualan Toko Angel mengalami peningkatan yang signifikan setelah mereka mulai memanfaatkan media e-commerce. Pada tahun 2021, Toko Angel mulai beralih ke platform digital untuk memasarkan produk mereka. Keputusan tersebut terbukti sangat menguntungkan, terutama di tengah kondisi pandemi COVID-19 yang mempengaruhi banyak sektor ekonomi. Dengan memanfaatkan e-commerce, Toko Angel dapat menjangkau lebih banyak pelanggan dan memperluas pasar tanpa harus bergantung sepenuhnya pada metode penjualan tradisional.

Pada tahun 2021 tersebut telah mengubah kebiasaan belanja banyak orang, di mana lebih banyak konsumen memilih untuk berbelanja secara online demi menghindari kerumunan dan meminimalisir risiko yang dapat memberikan peluang bagi Toko Angel untuk meningkatkan penjualan melalui platform digital. Dengan adanya peningkatan jumlah pembeli yang lebih memilih berbelanja secara online, Toko Angel berhasil memanfaatkan tren tersebut, yang berdampak positif pada kinerja penjualannya di tahun 2021.

Pada tahun 2022 dan 2023, penjualan di platform marketplace mengalami penurunan yang sangat signifikan. Hal ini disebabkan oleh berkurangnya minat pelanggan terhadap marketplace, terutama karena di platform tersebut tidak tersedia banyak diskon yang menarik. Selain itu, generasi milenial yang merupakan salah satu segmen pasar utama juga mulai mengurangi penggunaan marketplace karena mereka merasa kurang tertarik dengan pengalaman belanja di sana.

Sebaliknya, banyak pelanggan yang beralih ke TikTok Shop, sebuah platform e-commerce yang kini semakin populer. Di TikTok Shop, pelanggan menemukan berbagai tawaran diskon yang lebih menarik, yang membuat mereka lebih memilih untuk berbelanja di sana daripada di marketplace tradisional. Perubahan ini berdampak langsung pada penurunan penjualan di marketplace, karena semakin banyak orang yang lebih memilih platform lain yang menawarkan keuntungan lebih besar seperti diskon.

Dari latar belakang diatas dan hasil observasi dan wawancara yang telah saya lakukan di Toko Angel Grosir dalam usaha yang dimiliki dalam penelitian saya yang berjudul **Analisis Penggunaan Media E-commerce Dalam Mendukung Perkembangan Usaha Menurut Perspektif Manajemen Bisnis Syariah (Studi Kasus: Toko Angel Bukittinggi).**

II. Kajian Pustaka

A. Perkembangan Teknologi dalam Ekonomi

Perkembangan digital ekonomi di Indonesia tentunya memiliki potensi yang amat besar dalam pembangunan ekonomi di Indonesia, dengan lebih

melihat berbagai dampak dalam pembangunan ekonomi digital.¹ Ekonomi digital tentunya mempunyai dampak yang positif terhadap pengguna media social yang saat ini telah dilengkapi dalam pengumpulan informasi dan transaksi secara digital di berbagai aplikasi internet. Pembuat utama dalam pemanfaatan perkembangan ekonomi digital tentunya akan melakukan kegiatan produksi dan pemasaran secara terus menerus dengan menggunakan pasar digital yang luas.²

B. E- commerce

E-commerce adalah suatu jenis dari mekanisme bisnis yang dilakukan secara elektronik yang memfokuskan pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan jaringan internet (teknologi berbasis jaringan digital) sebagai pertukaran barang dan atau jasa melewati kendala ruang dan waktu.³ Jenis- jenis Transaksi E-commerce antara lain 1) Business to business E-Commerce (B2B E-Commerce) 2) Business to consumer (B2C E-Commerce) 3) Business to Consumer (C2C) 4) M-commerce Lokal E-commerce.⁴

Beberapa kelebihan yang dapat diperoleh dengan penjualan menggunakan system E-Commerce adalah sebagai berikut: 1) Aliran pendapatan. Aliran pendapatan baru yang memungkinkan lebih menjanjikan yang tidak bisa di system transaksi tradisional. 2) Market Exposure. Pangsa pasar dengan keunggulan teknologi yang digunakan E-Commerce tentu dengan mudah mematahkan pangsa pasar untuk menetapkan strategi. 3) Biaya operasional. Jika secara konvensional akan membutuhkan banyak karyawan untuk melayani hingga akan mengeluarkan biaya yang lebih untuk membayar karyawan yang dipekerjakan. Selain itu mengurangi biaya-biaya yang berhubungan dengan kertas seperti pencetakan laporan sehingga dapat meningkatkan pendapatan. 4) Jangkauan Lebar. Melebarkan jangkauan yaitu dapat menjangkau keseluruhan sisi dunia. 5) Bagi masyarakat umum mengurangi populasi dan pencemaran lingkungan. Maksudnya adalah konsumen tidak perlu menambah padatnya arus lalu lintas untuk berbelanja

Sedangkan kekurangan dari menggunakan e-commerce adalah sebagai berikut : 1) Pencurian informasi rahasia yang berharga. Gangguan yang timbul bisa menyingkap semua informasi rahasia tersebut kepada pihak-pihak yang tidak berhak dan dapat mengakibatkan kerugian yang besar. 2) Gangguan

¹ E. Y. Nasution, Perkembangan Transaksi Bisnis E-commerce terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia, *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah*, Vol. 3, No. 2 tahun 2020, hal 506-519.

² Asnawi, Kesiapan Indonesia Membangun Ekonomi Digital Di Era Revolusi Industri 4.0 Syantax Literate: *Jurnal Ilmiah Indonesia*, Vol. 7, No. 1 tahun 2022, hal 398-413

³ Edwin Agung Wibowo, *Pemanfaatan Teknologi E-commerce Dalam Proses Bisnis Equilibra*, vol. 1 No. 1 tahun 2014, hal 98

⁴ Alexander Wirapraja dan Handy Aribowo, *Pemanfaatan E-commerce sebagai Solusi Inovasi dalam Menjaga Sustainability Bisnis*, Vol. 7 No. 1 tahun 2018, hal 66-72

layanan. Kehilangan kesempatan bisnis karena gangguan pelayanan. Kesalahan ini bersifat kesalahan non-teknis seperti aliran listrik tiba-tiba padam. 3) Penggunaan akses ke sumber oleh pihak yang tidak berhak. Misalkan seorang hacker yang berhasil membobol sebuah system perbankan. Setelah itu dia memindahkan sejumlah rekening orang lain ke rekening pribadi. 4) Meningkatkan individualisme, pada perdagangan elektronik seseorang dapat bertransaksi dan mendapat barang/jasa yang diperlakukan tanpa bertemu dengan siapapun. 5) Terkadang menimbulkan kekecewaan, apa yang dilihat di layar monitor computer kadang berbeda dengan apa yang dilihat secara kasar mata.

C. Berdasarkan Perspektif Manajemen Bisnis Syariah

Manajemen Islam adalah perilaku yang terkait dengan nilai-nilai keimanan dan ketauhidan.⁵ Secara umum terdapat beberapa prinsip dasar dalam bisnis syari'ah, namun dalam tulisan ini penulis akan membahas tujuh prinsip bisnis syari'ah, yaitu: Prinsip tauhid, Prinsip Kenabian, Prinsip Kemaslahatan, kesukarelaan, keadilan, persaudaraan, kebebasan dan tanggung jawab.

D. Indikator Perkembangan Usaha

Indikator pengembangan usaha menurut Agustina meliputi:

- a. Peningkatan pendapatan: Peningkatan pendapatan adalah kemampuan suatu usaha dengan seluruh modal yang bekerja didalamnya untuk menghasilkan laba selama periode tertentu.
- b. Peningkatan jumlah pelanggan : Pelanggan adalah setiap orang yang memakai barang dan jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain dan tidak untuk di perdagangkan.
- c. Peningkatan kualitas produk: Merupakan suatu pengelolaan kualitas atau mutu produk yang dilaksanakan perusahaan untuk menciptakan produk yang di inginkan oleh konsumen.
- d. Peningkatan kualitas SDM : Usaha yang memiliki kualitas SDM yang baik, maka juga akan berdampak pada performa dan kemajuan usaha.⁶

E. Indikator Keberhasilan Penggunaan E-commerce dalam Pengembangan Usaha

Beberapa faktor keberhasilan dengan menggunakan media elektronik, sebagai berikut :⁷ 1) pilihan dan Nilai (*Selection and Value*) 2) Kinerja dan

⁵ Risma Ayu Kinanti, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Jawa Barat: CV media sains indonesia :2022), hal.1-2

⁶ Agustina, *Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan UMKM*, (Bandung: Pustaka Belajar, 2016), 47.

⁷ Edwin Agung Wibowo, *Pemanfaatan Teknologi E-commerce dalam Proses Bisnis Equilibria*, Vol. 1 No. 1 tahun 2014, hal 105

- Pelayanan 3) Tampilan dan Rasa 4) Iklan dan Intensif 5) Perhatian personal
6) Keamanan dan Keandalan

III. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field resarch*) Penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif. Penelitian ini dilakukan pada Toko Angel Grosir yang beralamat di Kubang putih, kecamatan Banuhampu, Sumatra Barat dengan sumber data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data ini dilakukan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan teknik analisis data model interaktif.

IV. Hasil Dan Pembahasan

A. Hasil Penelitian

1. Keberhasilan penggunaan e-commorce dalam perkembangan usaha

a. Pilihan dan Nilai

Toko Angel Grosir memiliki produk yang beragam dan target pasar yang jelas yaitu pedagang grosir dengan menggunakan media pemasaran online melalui media tiktok, instagram, dan marketplace agar mudah menjangkau target pasar

b. Kinerja dan pelayanan

Toko Pakaian Angel Grosir dikelola oleh lima orang, yang masing-masing memiliki peran penting dalam operasional toko. Pemasaran dilakukan baik secara langsung di toko maupun secara online lewat whatsapp untuk pelanggan langganan.

a. Tampilan produk

Toko Angel Grosir ini sudah menerapkan cara yang sangat baik dengan menampilkan produk asli yang jelas, baik untuk pembelian online maupun langsung.

b. Iklan dan intensif

Toko Angel Grosir ini telah menggunakan media sosial seperti Instagram dan tiktok untuk mempromosikan produk dengan cara memposting produk terbaru setiap minggunya.

c. Perhatian personal

Toko Angel Grosir ini telah memberikan perhatian khusus kepada pelanggan yang bertanya melalui live tiktok atau Instagram, dengan membantu mereka membuat pilihan setelah melihat ulasan produk.

d. Hubungan dengan komunitas

Toko Angel Grosir ini memiliki hubungan yang baik dengan kedua pihak penting, yaitu pemasok dan jasa pengiriman.

e. Keamanan dan keandalan

Toko Angel Grosir telah mengalami kerugian akibat penipuan dari pembeli, yang tentu menjadi kendala besar dalam pemasaran online.

2. Penggunaan media e-commerce dalam mendukung perkembangan usaha menurut perspektif manajemen bisnis syariah

Dalam melakukan pemasaran online atau menggunakan media e-commerce tentunya harus sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Toko Angel Grosir ini mengutamakan kejujuran dan transparansi dalam penjualan.

3. Indikator perkembangan usaha

a. Peningkatan penjualan

Tantangan yang dihadapi dalam meningkatkan penjualan yaitu persaingan yang ketat dan perubahan tren.

b. Peningkatan jumlah pelanggan

Toko Angel ini menggunakan strategi melalui platform e-commerce dalam menarik lebih banyak pelanggan untuk meningkatkan jumlah pelanggan.

c. Peningkatan kualitas produk

Cara Toko Angel menentukan standar kualitas untuk meningkatkan kualitas produknya yaitu dengan cara memahami apa yang dibutuhkan pelanggan dan mengumpulkan umpan balik dari pelanggan.

d. Peningkatan kualitas SDM

Dalam meningkatkan kualitas SDM Pemberian wewenang dan tanggung jawab lebih kepada karyawan dapat meningkatkan rasa percaya diri dan komitmen mereka terhadap pekerjaan, sehingga mereka merasa memiliki peran penting dalam kesuksesan toko. Namun, beberapa karyawan yang diberi tanggung jawab tambahan kurang fokus, yang menyebabkan penurunan kinerja mereka.

B. Pembahasan

1. Analisis Keberhasilan Penggunaan E-commerce yang Diterapkan dalam Mendukung Perkembangan Usaha

a. Pilihan dan Nilai

Dalam pilihan dan nilai yang dilakukan Toko Angel Grosir dapat di analisis bahwa nilai sebuah produk itu di lihat dari kualitas, bahan, model, dan kerapian nya. Nilai pada produk juga bisa kita lihat dari harga yang ditawarkan. Dimana harga akan menentukan seberapa bernilai dan berkualitaskah produk tersebut. Angel grosir ini selalu memperhatikan kualitas produknya dan bahan apa yang digunakan dalam pembuatan prodak serta Toko Angel Grosir harus memperhatikan trend-trend yang berkembang di masyarakat agar dapat meningkatkan pendapat.

Untuk menghadapi penurunan penjualan karena minimnya minat beli pelanggan, maka usaha yang dapat dilakukan oleh Toko Angel Grosir adalah memaksimalkan penggunaan media pemasaran online khususnya pada marketplace seperti shopee, tiktok shop, dengan cara menawarkan garansi yang cepat dan tepat waktu, memberikan diskon, voucher, dan give away untuk menarik minat beli pelanggan.

b. Kinerja dan pelayanan

Kinerja di Toko Angel Grosir terlihat dari bagaimana mereka membagi tugas dengan jelas di antara pengelola. Pengelolaan pemasaran dilakukan langsung di Toko Angel Grosir dan juga melalui pemesanan melalui WhatsApp yang berhubungan langsung dengan pelanggan setia (langganan). Hal ini menunjukkan adanya pembagian kerja yang terorganisir dengan baik antara pengelola angel grosir yang bertugas di lapangan dan yang bertanggung jawab atas komunikasi dengan pelanggan melalui platform digital. Penggunaan platform seperti TikTok shop, Instagram, dan marketplace untuk melakukan live streaming menunjukkan upaya pengelola untuk memanfaatkan tren digital untuk menarik pelanggan dan meningkatkan penjualan secara efektif.

Pelayanan di Toko Angel Grosir ini juga menunjukkan perhatian yang serius terhadap kebutuhan pelanggan. Toko Angel Grosir tidak hanya memberikan pelayanan langsung di toko, tetapi juga melayani pemesanan melalui WhatsApp dengan pengelolaan yang cepat dan efisien. Meskipun demikian, dari wawancara tersebut terlihat bahwa ada dua orang yang bertanggung jawab untuk pengiriman pesanan yang dilakukan secara online, yang menandakan adanya perhatian pada kecepatan pengiriman barang kepada pelanggan akan tetapi ketika pesanan online di Toko Angel Grosir banyak, pengiriman menjadi menumpuk dan menyebabkan karyawan kurang teliti, yang akhirnya berujung pada kesalahan dalam pengiriman. Untuk menghadapi hal tersebut maka Toko Angel Grosir ini harus menambahkan karyawan pengiriman pada pemesanan online, Dengan menambah jumlah karyawan pengiriman, Toko Angel Grosir dapat memastikan bahwa setiap pesanan ditangani dengan lebih cepat. Ini akan mengurangi waktu tunggu pelanggan dan memastikan bahwa pengiriman dilakukan tepat waktu. Ketika ada lebih banyak orang yang terlibat dalam proses pengiriman, setiap pesanan akan diproses secara lebih efisien.

c. Tampilan Produk

Tampilan produk yang ditampilkan oleh Toko Angel Grosir merupakan aspek penting dalam membangun kepercayaan dan kenyamanan bagi konsumen dalam proses memilih dan membeli produk. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Toko Angel Grosir, dapat dilihat bahwa mereka sangat memperhatikan kualitas tampilan produk, baik secara online maupun di toko fisik. Ini menunjukkan pemahaman yang baik terhadap pentingnya visualisasi produk dalam meningkatkan daya tarik dan mengurangi ketidakpastian pelanggan.

Pemilik Toko Angel Grosir menyatakan bahwa mereka selalu menampilkan produk yang "*benar-benar real*" atau sesuai dengan kondisi sebenarnya. Hal ini bertujuan untuk menghindari kekecewaan pelanggan yang mungkin timbul jika produk yang diterima tidak sesuai dengan yang diharapkan. Menampilkan produk yang nyata sangat penting, terutama dalam bisnis online, di mana pelanggan tidak dapat melihat produk secara fisik. Dengan menampilkan gambar produk yang akurat dan representatif, pelanggan dapat memiliki gambaran yang lebih jelas tentang apa yang akan mereka beli.

Pemilik toko menyebutkan bahwa setiap produk difoto satu per satu dan kemudian digunakan sebagai katalog. Ini menunjukkan komitmen untuk memberikan visual produk yang jelas dan menarik. Foto yang diambil secara langsung diambil dari produk yang ada di toko (bukan foto stok atau hasil editan), yang memberi pelanggan gambaran yang lebih realistis. Permasalahan yang dihadapi oleh Toko Angel Grosir ini adalah ketidakjelasan ukuran pada produk yang ditawarkan. Hal ini membuat pelanggan merasa kesulitan saat memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka, terutama dalam memilih pakaian. Ketika ukuran tidak tercantum dengan jelas atau tidak ada panduan ukuran yang akurat, pelanggan bisa merasa ragu dan kebingungan apakah produk tersebut akan pas dan nyaman saat dipakai. Masalah ini dapat menyebabkan ketidakpuasan pelanggan, bahkan meningkatkan kemungkinan pengembalian barang, yang pada akhirnya dapat memengaruhi reputasi toko dan proses penjualan. Untuk menghadapi permasalahan tersebut tentunya Toko Angel Grosir perlu menyediakan panduan ukuran yang lengkap dan mudah dipahami. Panduan ini harus mencakup pengukuran rinci seperti lingkaran dada, pinggang, pinggul, panjang baju, dan panjang celana, serta penjelasan cara mengukur tubuh

dengan benar. Informasi ini juga harus mudah diakses di setiap halaman produk.

d. Iklan Dan Intensif

Pemilik Toko Angel Grosir menyebutkan bahwa mereka menggunakan Instagram, TikTok, dan marketplace sebagai media untuk mempromosikan produk. Ini menunjukkan bahwa Toko Angel Grosir mengikuti tren pemasaran digital yang sangat relevan dengan audiens saat ini. Media sosial dan marketplace merupakan platform yang sangat efektif dalam menjangkau pelanggan potensial, terutama di kalangan generasi muda yang aktif di platform-platform tersebut. Dimana Instagram dan TikTok ini menawarkan banyak fitur visual yang memungkinkan Toko Angel untuk menampilkan produk mereka secara menarik melalui foto, video, dan stories. Instagram dan TikTok dapat memfasilitasi promosi produk dengan cara yang lebih personal dan menarik, seperti melakukan live streaming atau menggunakan influencer untuk menarik perhatian audiens. Dengan melakukan promosi secara terus-menerus, Toko Angel Grosir dapat memastikan adanya aliran pelanggan yang terus-menerus dan meningkatkan penjualan secara berkelanjutan. Meskipun Toko Angel Grosir terus melakukan promosi di platform digital, jumlah pemirsa atau pengunjungnya tetap rendah. Hal ini disebabkan karena frekuensi promosi yang tidak cukup untuk menjangkau audiens yang lebih besar atau mempertahankan perhatian mereka. Penting Toko Angel Grosir ini untuk menemukan keseimbangan antara tidak terlalu jarang dan tidak terlalu sering dalam memposting konten.

Untuk mengatasi hal tersebut, Toko Angel Grosir dapat menentukan hari dan jam yang tepat untuk memposting, berdasarkan waktu ketika pelanggan paling aktif di platform digital.

e. Perhatian Personal

Toko Angel Grosir ini memberikan perhatian personal kepada pelanggan baik sebelum maupun setelah pembelian. Perhatian ini diberikan melalui berbagai saluran komunikasi, termasuk live streaming di TikTok dan Instagram, serta respon setelah pembelian produk, baik secara langsung melalui live maupun melalui platform lainnya. Pendekatan ini menunjukkan pentingnya layanan pelanggan yang responsif dan personal dalam membangun hubungan yang lebih erat dengan pelanggan.

Keunggulan Live Streaming di TikTok dan Instagram memungkinkan pemilik Toko Angel Grosir untuk menunjukkan produk secara langsung, memberi penjelasan, dan menjawab pertanyaan

pelanggan secara real-time. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan Toko Angel Grosir karena mereka dapat melihat produk lebih dekat dan mendapatkan informasi langsung dari penjual.

Dengan demikian, Toko Angel Grosir ini juga kesulitan menangani terlalu banyak pertanyaan dan permintaan dalam melakukan live di platform digital yang mengganggu kualitas layanan. Hal ini menyebabkan keterlambatan dalam memberikan respon, atau pelanggan merasa tidak dilayani dengan baik. Untuk mengatasi hal tersebut tentunya Toko Angel Grosir dapat memperkuat tim *customer service* untuk menangani volume pertanyaan yang lebih tinggi, agar respon menjadi cepat.

f. Hubungan Dengan Komunitas

Toko Angel Grosir ini menjaga hubungan baik dengan berbagai pihak yang terkait, seperti jasa pengiriman dan pemasok. Hal ini menunjukkan bahwa Toko Angel Grosir memiliki pendekatan yang baik dalam membangun hubungan dengan komunitas terkait yang mendukung kelancaran operasional usaha. Pemilik Toko Angel Grosir menyebutkan bahwa mereka bekerja sama dengan berbagai jasa pengiriman seperti JNT, JNE, SiCepat, dan lainnya. Kerja sama ini sangat penting dalam memastikan bahwa produk yang dibeli oleh pelanggan dapat sampai dengan aman dan tepat waktu. Hubungan yang baik dengan jasa pengiriman dan pemasok memungkinkan Toko Angel Grosir untuk memberikan pelayanan yang efisien dan juga dapat menciptakan pelanggan loyal yang tidak hanya kembali membeli produk, tetapi juga merekomendasikan Toko Angel Grosir kepada orang lain.

Memiliki hubungan yang baik dengan berbagai jasa pengiriman memungkinkan Toko Angel Grosir untuk memilih opsi pengiriman yang tepat sesuai kebutuhan pelanggan, baik dari segi kecepatan maupun biaya. Hal ini dapat meningkatkan kepuasan pelanggan karena mereka dapat memilih jasa pengiriman yang sesuai dengan preferensi mereka. Kerja sama dengan banyak jasa pengiriman juga dapat memberikan keuntungan bagi pelanggan karena mereka memiliki lebih banyak pilihan pengiriman, yang bisa disesuaikan dengan lokasi atau waktu yang diinginkan. Dengan demikian, Toko Angel Grosir ini bisa memenuhi berbagai kebutuhan pelanggan yang berbeda.

Meskipun Toko Angel Grosir bekerja sama dengan berbagai jasa pengiriman dan pemasok, terkadang masalah keterlambatan pengiriman dari pihak jasa kirim dan Ketidakjelasan dalam komunikasi

dengan pemasok bisa menyebabkan masalah dalam pengiriman barang yang tidak sesuai atau kualitas produk yang buruk dapat terjadi. Hal ini dapat menyebabkan ketidakpuasan pelanggan karena pesanan tidak sampai tepat waktu dan juga bisa mengganggu proses penjualan dan mempengaruhi hubungan dengan pelanggan.

Untuk mengatasi hal tersebut Toko Angel Grosir dapat memastikan komunikasi yang baik dan teratur dengan jasa pengiriman untuk memantau status pengiriman dan juga Toko Angel Grosir dapat menetapkan komunikasi yang lebih jelas dan terstruktur dengan pemasok untuk menghindari kesalahan pengiriman atau kualitas barang yang tidak sesuai.

g. Keamanan Dan Keandalan

Toko Angel Grosir mengungkapkan bahwa mereka pernah mengalami kerugian sebesar 13 juta rupiah yang disebabkan karena adanya penipuan dari pembeli dalam pemasaran online. Ini menunjukkan bahwa Toko Angel Grosir menghadapi tantangan dalam menjaga keamanan transaksi online, yang sangat penting untuk melindungi usaha dari kerugian finansial. Pentingnya perlindungan terhadap transaksi online dimana penipuan dalam pemasaran online salah satu risiko besar yang harus dihadapi oleh bisnis yang bergantung pada platform digital. Toko Angel Grosir mungkin kurang memiliki sistem proteksi yang kuat terhadap penipuan, yang bisa menyebabkan kerugian besar.

Tentunya Toko Angel Grosir ini harus dapat menerapkan kebijakan verifikasi identitas atau alamat yang lebih ketat sebelum transaksi dikirimkan, untuk mengurangi risiko penipuan.

Dalam keandalan Toko Angel Grosir juga menghadapi persaingan yang sangat ketat dalam dunia pemasaran online. Untuk menarik perhatian pelanggan, mereka secara rutin memperbarui etalase produk mereka. Namun, pasar online sangat kompetitif, sehingga sulit untuk mempertahankan posisi yang kuat tanpa adanya inovasi dan konsistensi dalam usaha mereka. Pemasaran online saat ini penuh dengan kompetisi, dengan banyak toko yang menawarkan produk serupa atau bahkan lebih murah. Jika tidak ada keunggulan kompetitif yang jelas, Toko Angel Grosir dapat kesulitan untuk menarik perhatian pelanggan baru atau mempertahankan pelanggan lama.

Untuk menghindari hal tersebut tentunya Toko Angel Grosir ini harus menyediakan produk dengan kualitas atau fitur khusus yang lebih baik dibandingkan pesaing. Contohnya Toko Angel Grosir dapat meluncurkan koleksi pakaian “*Limited Edition*” dengan desain dari

desainer terkenal, yang hanya tersedia di toko mereka dan tidak bisa ditemukan di toko lain.

2. Analisis Perkembangan Usaha Menurut Perspektif Manajemen Bisnis Syariah

- a. Kesesuaian produk dengan harga dan kualitas produk (prinsip keadilan)

Pemilik Toko Angel Grosir telah memastikan bahwa produk yang dijual sesuai dengan harga dan kualitas yang dijanjikan kepada konsumen. Jika kualitas produk tidak sesuai dengan harga yang ditawarkan, hal ini bisa membuat pelanggan merasa dirugikan dan tidak puas. Ini bertentangan dengan prinsip syariah yang menekankan pentingnya keadilan dalam setiap transaksi.

- b. Transparansi (prinsip kejujuran)

Pemilik Toko Angel Grosir mengatakan bahwa jika ada produk dengan kualitas yang kurang bagus, mereka akan memberitahu pelanggan agar pelanggan tidak merasa tertipu oleh Toko Angel Grosir. Ini merupakan langkah yang sangat penting dan mencerminkan prinsip kejujuran dalam Islam. Dalam jual beli yang sesuai dengan syariah, kejujuran harus dijaga agar tidak ada penipuan, baik dalam hal kualitas produk maupun harga.

Kejujuran yang dilakukan oleh Toko Ange Grosir dapat membantu membangun kepercayaan pelanggan. Dalam bisnis syariah tentunya kepercayaan ini sangat lah penting, karena transaksi tidak hanya dinilai dari segi materi saja tetapi juga dari hubungan yang dibangun antara penjual dan pembeli.

- c. Prinsip kebebasan dan tanggung jawab

Toko Angel Grosir sudah bertanggung jawab dalam menjual produk mereka. Mereka memastikan bahwa barang yang dijual aman, berkualitas, dan sesuai dengan deskripsi yang diberikan kepada pelanggan. Selain itu, Toko Angel juga memberikan informasi yang jelas dan jujur tentang produk yang mereka tawarkan. Jika ada barang yang cacat atau tidak sesuai, mereka juga siap menerima pengembalian barang. Semua ini sudah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, yang menampilkan kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab

3. Analisis indikator perkembangan usaha

- a. Peningkatan pendapatan

Pemilik Toko Angel menyebutkan bahwa mereka menghadapi persaingan yang sangat ketat , baik dari toko lain yang sudah mapan maupun dari bisnis online . Hal ini menggambarkan bahwa

pasar grosir semakin padat dengan pemain lama yang telah lebih dulu membangun reputasi serta pelanggan setia, serta adanya ancaman dari bisnis online yang semakin berkembang pesat.

Dampak penjualan bagi Toko Angel ini tentunya toko yang sudah mapan memiliki kesadaran merek dan loyalitas pelanggan yang kuat. Hal ini membuat pelanggan cenderung memilih untuk berbelanja di tempat yang sudah mereka kenal, yang dapat mengurangi pangsa pasar Toko Angel. Bisnis online menawarkan kenyamanan berbelanja dari rumah, berbagai pilihan produk, serta harga yang kompetitif, yang sering kali sulit untuk dijual oleh toko.

Cara menghadapinya tentunya Toko Angel perlu berinovasi dalam penawaran produk dan layanan pelanggan. Misalnya, menawarkan produk-produk yang lebih unik atau langka, atau memberikan layanan pelanggan yang lebih personal dan responsif. Memberikan pengalaman berbelanja lebih baik di toko, seperti menyediakan layanan pengantaran atau program loyalitas, bisa menarik lebih banyak pelanggan.

b. Peningkatan jumlah pelanggan

Berdasarkan wawancara dengan pemilik Toko Angel Grosir di Bukittinggi, strategi yang diterapkan untuk menarik lebih banyak pelanggan adalah dengan memanfaatkan platform e-commerce seperti TikTok Shop, Instagram, dan marketplace. Strategi ini menggambarkan upaya penyesuaian dengan tren digital yang sedang berkembang pesat dan memberikan kemudahan akses bagi konsumen untuk membeli produk secara online.

Penggunaan TikTok Shop memungkinkan Toko Angel untuk menjangkau audiens yang lebih muda, yang cenderung lebih aktif berbelanja secara online. Toko Angel perlu memastikan bahwa konten video yang dibuat cukup menarik dan kreatif untuk dapat menarik perhatian audiens dan mendorong mereka untuk membeli produk.

Toko Angel sudah memanfaatkan influencer marketing, di mana produk mereka dipromosikan oleh influencer yang memiliki banyak pengikut. Cara ini membantu meningkatkan kepercayaan dan penyebaran produk, serta memberikan kesempatan bagi pelanggan untuk berinteraksi langsung dengan toko. Namun, meskipun sudah menggunakan cara ini, jumlah penonton masih tetap rendah. Solusinya yaitu tentunya Toko Angel perlu mengevaluasi hasil setiap kampanye influencer. Lihat jenis

konten apa yang memberikan hasil terbaik dan lakukan perbaikan berdasarkan data yang ada.

Dengan memanfaatkan TikTok, Instagram, dan marketplace, Toko Angel ini dapat menjangkau pelanggan dari berbagai daerah dan bahkan internasional, yang sebelumnya sulit dijangkau hanya melalui toko. Ini dapat memberi kesempatan untuk memperluas pasar dan meningkatkan volume penjualan pada Toko Angel.

c. Peningkatan kualitas produk

Pemilik Toko Angel mengungkapkan bahwa memahami kebutuhan dan harapan pelanggan merupakan langkah pertama dalam upaya peningkatan kualitas produk. Pelanggan memiliki preferensi yang berbeda-beda terkait dengan produk yang mereka inginkan, baik dari segi kualitas, desain, harga, maupun fungsionalitas produk.

Pendekatan Toko Angel ini sangat tepat karena semakin baik sebuah bisnis memahami apa yang diinginkan oleh pelanggan, semakin besar kemungkinannya untuk memberikan produk yang sesuai dengan harapan mereka. Dengan demikian, pelanggan akan merasa puas dan cenderung menjadi pelanggan setia.

Salah satu cara yang diterapkan Toko Angel untuk mendapatkan informasi mengenai harapan pelanggan adalah dengan mengumpulkan umpan balik melalui survei atau percakapan langsung . Pengumpulan umpan balik melalui berbagai saluran seperti survei atau percakapan langsung membantu Toko Angel mendapatkan data yang lebih kaya tentang keinginan dan keluhan pelanggan. Hal tersebut memberikan wawasan yang sangat berharga dalam proses perbaikan kualitas produk. Menariknya, percakapan langsung juga memungkinkan Toko Angel untuk menciptakan hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan, yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan .

d. peningkatan kualitas SDM

Pemilik Toko Angel percaya bahwa dengan memberikan karyawan lebih banyak wewenang dan tanggung jawab , mereka akan merasa lebih terlibat dalam proses pengambilan keputusan dan berperan lebih besar dalam kesuksesan Toko Angel. Memberikan wewenang yang lebih besar kepada karyawan dapat memotivasi mereka untuk bekerja lebih baik, karena mereka merasa diakui dan dihargai. Dengan adanya tanggung jawab yang lebih besar, karyawan juga akan merasa lebih terikat dan akan

bekerja lebih keras untuk mencapainya. Selain itu juga dapat meningkatkan kepemilikan pekerjaan di kalangan karyawan, yang merupakan faktor penting untuk mencapai kinerja yang optimal.

Meskipun memberikan wewenang dan tanggung jawab yang lebih besar dapat memberikan manfaat, pemilik Toko Angel juga mencatat bahwa banyak karyawan yang kurang fokus, yang menyebabkan penurunan kinerja. Ketika karyawan diberi tanggung jawab lebih, mereka mungkin merasa persahabatan dan tidak tahu harus memulai dari mana, yang bisa menyebabkan penurunan fokus. Terlebih lagi, jika tidak ada pengawasan atau arahan yang jelas, karyawan mungkin menjadi bingung dalam menjalankan tugas mereka. Hal ini dapat menyebabkan penurunan kinerja dan bahkan mengurangi kepercayaan diri mereka seiring dengan ketidakmampuan mereka memenuhi ekspektasi yang diberikan.

Untuk mengatasinya tentunya Toko Angel dapat menetapkan tujuan yang lebih jelas dan spesifik untuk setiap karyawan. Hal tersebut dapat membantu mereka untuk memahami dengan lebih baik apa yang diharapkan dari mereka, dan memotivasi mereka untuk tetap fokus pada tugas-tugas utama yang mendukung kesuksesan Toko Angel.

V. Kesimpulan

Toko Angel Grosir dan analisis permasalahan diatas maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa Toko Angel memanfaatkan e-commerce dengan baik untuk mendukung perkembangan usahanya, baik dalam aspek pemilihan produk, pelayanan, tampilan produk, iklan, maupun perhatian personal terhadap pelanggan. Mereka menjaga kualitas produk, memberikan harga yang terjangkau, dan selalu memperhatikan tren yang berkembang untuk menarik minat pelanggan.

Dari perspektif manajemen bisnis syariah, Toko Angel Grosir telah mengimplementasikan prinsip-prinsip syariah yang sesuai dengan ajaran Islam, seperti kejujuran dalam menyampaikan informasi produk dan keadilan dalam harga dan kualitas produk. Hal ini menciptakan kepercayaan dan loyalitas dari pelanggan. Selain itu, perhatian personal dan pemanfaatan media digital yang efektif memperkuat hubungan dengan pelanggan, meskipun mereka harus mengatasi tantangan terkait ketidakjelasan ukuran produk dan persaingan pasar yang ketat.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, *Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan UMKM*, (Bandung: Pustaka Belajar, 2016), 47.
- Alexander Wirapraja dan Handy Aribowo, *Pemanfaatan E-commerce sebagai Solusi Inovasi dalam Menjaga Sustainability Bisnis*, Vol. 7 No. 1 tahun 2018, hal 66-72
- Asnawi, *Kesiapan Indonesia Membangun Ekonomi Digital Di Era Revolusi Industri 4.0 Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, Vol. 7, No. 1 tahun 2022, hal 398-413
- E. Y. Nasution, *Perkembangan Transaksi Bisnis E-commerce terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia*, *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah*, Vol. 3, No. 2 tahun 2020, hal 506-519.
- Edwin Agung Wibowo, *Pemanfaatan Teknologi E-commerce Dalam Proses Bisnis Equilibria*, vol. 1 No. 1 tahun 2014, hal 98
- Edwin Agung Wibowo, *Pemanfaatan Teknologi E-commerce dalam Proses Bisnis Equilibria*, Vol. 1 No. 1 tahun 2014, hal 105
- Risma Ayu Kinanti, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Jawa Barat: CV Media Sains Indonesia :2022), hal.1-2.