BAB II

KAJIAN TEORI

A. E-Commerce

1. Pengertian *E-Commerce*

E-Commerce merupakan suatu sistem atau paradigma baru dalam dunia bisnis, menggeser paradigma perdagangan tradisional menjadi *electronic commerce* yaitu dengan memanfaatkan teknologi *ICT (Information and Communication Technology),* atau dengan kata lain teknologi internet. Definisi *e- commerce* secara umum yaitu proses membeli, menjual, baik dalam bentuk barang, jasa ataupun informasi yang dilakukan melalui media internet.[8]

Menurut Karmawan (Jauhari) *e-commerce* adalah suatu jenis dari mekanisme bisnis secara elektronik yang memfokuskan diri pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet (teknologi berbasis jaringan digital) sebagai medium pertukaran barang atau jasa baik antara dua buah institusi (*business to business*) dan konsumen langsung (*business to consumer*), melewati kendala ruang dan waktu yang selama ini merupakan hal-hal dominan.[9]

2. Karateristik *E-Commerce*

[8] Sri Haryanti, Tri Irianto, "Rancangan Bangun Sistem Informasi E-Commerce untuk Usaha Fashion Studi Kasus Omah Mode Kudus" dalam *Jurnal Speed Sentra Penelitian Engineering da Edukasi,* Vol. 3 (1), Novemeber 2011, h. 10.

[9] Jaidan Jauhari, "Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dengan Memanfaatkan E-Commerce" dalam *Jurnal Sistem Informasi*, Vol.2 (1), April 2010, h .159-168.

Dari berbagai definisi yang ditawarkan dan dipergunakan oleh berbagai kalangan, terdapat kesamaan dari setiap definisi tersebut. Kesamaan ini menunjukkan bahwa *e-commerce* memiliki karakteristik:

a. Terjadinya transaksi antara kedua belah pihak.
b. Adanya pertukaran barang, jasa atau informasi.
c. *Internet* merupakan *medium* utama dalam proses atau mekanisme perdagangan tersebut.

3. Jenin-Jenis *E-Commerce*

Perkembangan[10] *e-commerce* di Indonesia memang sangat berkembang pesat. *E-commerce* adalah aplikasi belanja *online* yang menyediakan berbagai macam produk. Saat ini *website e-commerce* memang sudah banyak berkembang di Indonesia. Berikut di antaranya:

a. B2B (*Business to Business*)

Jenis *e-commerce* yang menggunakan model business to business biasanya mencakup barang penjualan ataupun jasa elektonik yang dilakukan antar-perusahaan. Biasanya para distributor atau produsen mengirimkan ke toko-toko yang menjual barang sesuai dengan produk mereka. Contoh *e-commerce* yang menerapkan model *business to business* adalah Ralali.com dan juga Elevenia.

b. B2C (*Business to Consumer*)

[10] Elly Muningsih, "*Facebook Commerce ~ E-Commerce Pada Media Sosial Facebook Yang Modern Dan Populer*", Jurnal Bianglala Informatika Vol. Ii No. 1, Maret 2014, h. 48.

Maksud dari jenis *e-commerce* populer ini adalah bisnis ke konsumen yang terakhir. Biasanya konsumen terakhir itu adalah masyarakat atau perorangan langsung. Contoh *e-commerce* yang menerapkan model bisnis ini adalah Traveloka, Blibli, dan juga Lazada.

c. C2C (*Consumer to Consumer*)

Konsumen ke konsumen biasanya mencakup semua perdagangan elektronik, baik barang ataupun jasa yang dilakukan antar-konsumen. Contoh *e-commerce* terpopuler yang menerapkan model bisnis ini adalah Bukalapak, Tokopedia, dan Shopee.

d. Toko *Online* di Media Sosial

E-commerce di Indonesia yang menyediakan bentuk bisnis ini adalah *facebook* dan instagram. Keuntungan dari bentuk ini adalah dari segi pemanfaatan banyaknya konsumen yang berasal dari sosial media tersebut sehingga mencakup jangkauan yang luas, mulai dalam satu daerah, luar daerah, hingga luar negeri, dan juga kemudahan dalam pembuatannya.

Berjualan di media sosial seperti *Facebook* ataupun Instagram bukan suatu hal yang baru lagi di Indonesia. Seiring pesatnya perkembangan inovasi media sosial, setiap orang memang berlomba-lomba berjualan lewat media sosial sebagai lapak mereka.

4. Peluang Penggunaan *E-Commerce*

E-commerce yang sudah mulai diakui oleh pelaku usaha, tetap harus ada strategi perdagangan internet yang tentu memiliki peran penting, seperti penelitian pasar, layanan pelanggan sebelum dan sesudah penjualan, analisis biaya manfaat, dan pengambilan atas inventasi (ROI).[11]

Berikut ini adalah poin-poin yang dapat menjadikan *e-commerce* sebagai sebuah peluang yang sangat menjanjikan terutama dalam hal transaksi penjualan dalam dunia digital:[12]

a. Memperluas area pemasaran produk.
b. Meningkatkan merk (*brand*).
c. Biaya hosting web (*domain*) yang jauh lebih murah daripada biaya sewa toko dalam bentuk fisik, hal ini berarti dapat menurunkan tingkat biaya operasional.
d. Kemudahan dalam hal pemesanan produk karena bisa dilakukan kapanpun dan dimanapun oleh masing-masing konsumen.
e. Kemudahan dalam hal pembayaran tanpa perlu menggunakan uang tunai, melainkan pembayaran transfer via ATM (*Automatic Teller Machine*), menggunakan bantuan pihak ketiga, maupun penggunaan kartu kredit.
f. Kemudahan dalam akses memperoleh informasi produk tanpa perlu mendatangi lokasi toko.
g. Meningkatkan *value chain* (mata rantai pendapatan).

---

[11]Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2012), h. 221.

[12]Elly Muningsih, "*Facebook Commerce ~ E-Commerce Pada Media Sosial Facebook Yang Modern Dan Populer*", Jurnal Bianglala Informatika Vol. Ii No. 1, Maret 2014, h. 48.

h. *Revenue Stream* (aliran pendapatan) baru yang mungkin lebih menjanjikan yang tidak bisa ditemui di sistem transaksi tradisional.

i. Dapat meningkatkan *market exposure* (pangsa pasar).[13]

j.

5. Kelemahan *E-Commerce*

Meskipun *e-commerce* merupakan sistem yang menguntungkan karena dapat mengurangi biaya transaksi bisnis dan dapat memperbaiki kualitas pelayanan terhadap para pelanggan. Namun demikian, bukan berarti tidak terdapat kelemahan dalam sistem *e-commerce* itu sendiri. Berikut ini adalah poin-poin yang menjadi kelemahan dalam sistem *e-commerce* terutama dalam penerapannya di Indonesia.[14]

a. Munculnya modus kriminal atau tindak kejahatan baru yaitu penipuan *online* yang juga sangat marak beberapa tahun terakhir ini.

b. Masih terdapat perbedaan yang signifikan dalam hal infrastruktur teknologi dan transportasi, jika membandingkan kota-kota besar dengan kota-kota kecil di berbagai wilayah Indonesia.

c. Kepercayaan konsumen khususnya terhadap penggunaan teknologi *e-commerce* di Indonesia.

d. Pencurian informasi rahasia yang berharga. Gangguan yang timbul bisa menyingkap semua informasi rahasia tersebut kepada pihak-pihak

---

[13] Dewi Irmawati, "*Pemanfaatan E-Commerce Dalam Dunia Bisnis*", Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis – ISSN: 2085-1375 Edisi Ke-VI, November 2011, h. 110.

[14]Asep Saefullah, Himawan, Dan Sugeng Santoso, "*Analisa Dan Perancangan Sistem Informasi Penjualan Online (E-Commerce) Pada Cv Selaras Batik Menggunakan Analisis Deskriptif*" *Scientific Journal Of Informatics* Vol.1 No. 1, Mei 2014, h. 58-59.

yang tidak berhak dan dapat mengakibatkan kerugian yang besar bagi si korban.

e. Penggunaan akses ke sumber oleh pihak yang tidak berhak. Misalkan seorang peretas program (*hacker)* yang berhasil membobol sebuah sistem perbankan lalu memindahkan sejumlah rekening orang lain ke rekeningnya sendiri.[15]

6. Cara Memulai Bisnis Dengan *E-Commerce*

Membangun dan mengembangkan bisnis *e-commerce* adalah pengalaman yang sangat menyenangkan, dan tentu saja, Anda bisa mendapatkan potensi keuntungan yang besar dari bisnis ini. Menjadi pengusaha baru di dunia *e-commerce* memang menantang, karena Anda mungkin akan menjumpai banyak hal baru.

Namun terkadang, banyak pengusaha pemula yang terlalu bersemangat pada hal-hal yang sebenarnya salah atau keliru, dan akhirnya membuat bisnis *e-commerce* mereka tidak berkembang. Maka dari itu, jika Anda baru saja memulai bisnis *e-commerce,* Anda perlu menyimak beberapa tips menjalankan bisnis *e-commerce* bagi pemula.

a. Lakukan eksprimen sebanyak mungkin

Untuk menjadi benar-benar berhasil, Anda harus melakukan banyak eksperimen, terutama dalam beriklan. Buatlah berbagai macam iklan

[15]Dewi Irmawati, "*Pemanfaatan E-Commerce Dalam Dunia Bisnis*", Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis – ISSN: 2085-1375 Edisi Ke-VI, November 2011, h. 110.

untuk setiap produk yang Anda tawarkan. Lakukan uji coba terhadap beberapa *copy,* format, atau gambar.

Bereksperimen dengan iklan pada akhirnya akan mendatangkan *leads* dan mendorong terjadinya konversi atau penjualan. Setelah Anda menemukan jenis iklan yang menguntungkan, selanjutnya Anda bisa bereksperimen di situs *web* Anda.

Banyak orang yang fokus untuk meningkatkan *website* mereka terlebih dahulu. Namun, Anda tidak akan tahu bagaimana pengunjung merespon fitur-fitur tertentu di *website* toko *online* Anda. Jadi, hindarilah membuat asumsi tentang pelanggan Anda. Terimalah fakta bahwa Anda mungkin salah tentang fitur apa yang benar-benar bekerja. Anda tidak akan tahu kebenaran sampai Anda melihat datanya.

b. Jangan mengambil keuntungan terlebih dahulu

Setelah Anda berhasil memperoleh keuntungan, Anda mungkin ingin menyimpan keuntungan tersebut. Namun, jika Anda ingin bisnis semakin berkembang, urungkan niat itu. Hal yang perlu Anda lakukan adalah menginvestasikan kembali keuntungan tersebut ke dalam bisnis Anda. Prinsipnya, uang harus menghasilkan uang. Gunakan uang dari keuntungan bisnis Anda untuk iklan.

Sebagai permulaan, cobalah untuk membuat beberapa iklan dengan dana minimum. Tujuannya adalah untuk menemukan iklan dan produk mana yang paling banyak mendapatkan respon dari audiens. Setelah Anda menemukan jenis iklan dan produk terbaik, mulailah untuk

menginvestasikan keuntungan Anda lebih banyak lagi. Dengan menginvestasikan kembali keuntungan selama beberapa bulan, bisnis Anda akan tumbuh semakin besar dan berkelanjutan.

c. Berkomitmen dan konsisten pada jadwal

Saat memulai bisnis *e-commerce,* Anda harus membuat jadwal yang konsisten, sehingga audiens Anda akan tahu kapan harus mengecek *website* Anda. Misalnya, jika Anda menambahkan produk baru setiap minggu, katakanlah hari Senin, maka Anda harus menambah produk baru setiap hari Senin di setiap minggunya. Jika Anda kehilangan komitmen dan konsistensi, maka secara bertahap, Anda akan mulai kehilangan loyalitas dari konsumen Anda.

d. Bagun jaringan anda sejak awal

Setelah Anda memiliki nama domain toko *online* Anda, mulailah untuk membangun jaringan dengan audiens potensial. Anda bisa memulainya dengan posting di media sosial untuk menumbuhkan basis audiens, sehingga ketika Anda *launching* toko *online,* Anda memiliki audiens yang siap membeli produk Anda.

Setelah toko *online* Anda diluncurkan, Anda bisa mulai mengumpulkan *email list* dan membangun *referral traffic*. Dengan melakukan ini sejak hari pertama, Anda akan menumbuhkan basis audiens Anda dengan lebih cepat. Dengan fokus pada media sosial, *email list,* dan *referral,* Anda tidak perlu lagi menghabiskan banyak uang untuk iklan dalam jangka panjang, karena Anda bisa

mempromosikan produk atau konten Anda melalui saluran Anda sendiri.

7. Ayat Al-Quran Tentang *E-Commerce*

Dalam kajian muamalah, akad *e-commerce* dapat *diqiyaskan* denganhukum *as-salam* atau *salaf.* Akad pada wilayah ini dilakukan terlebih dahulu, lalu barang diserahkan pada waktu berikutnya. Menurut Haris Faulidi, cikal bakal *e-commerce* pada masa Nabi, yang ditandai dengan surat Al-Baqarah ayat 282:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُسَمًّى فَاكْتُبُوهُ

Artinya : "Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya".[16]

Kemunculan ayat ini memang dapat bermakna ganda. Pertama, tentang hutang-piutang yang wajib dicatatkan. Kedua, karena maraknya transaksi *salaf (as-salaf)* yang biasa berkembang pada waktu itu. Hadist riwayat Bukhari yang menguatkan indikasi terjadinya jual-beli *salaf* sebagai berikut: " Barang siapa yang melakukan *salaf*, hendaklah melakukannya dengan takaran, timbangan, dan batas waktu yang jelas."

Dengan begitu, secara sederhana dapat disimpulkan bahwa transaksi *as-salaf* sangat diperbolehkan dalam hukum islam, dengan hukum dasar

[16] Q.S Al-Baqarah (2) : 282

adanya kejelasan dan kepentingan bersama (*maslahat*). Unsur lain yang juga diperbolehkan secara *syara'* jika hukum asal terhadap sesuatu diperbolehkan, kecuali ada *illat* yang dapat mempengaruhi hukum asal. *Illat* yang dimaksud, misalnya jika *e-commerce* tidak terdapat adanya jaminan kepercayaan untuk saling merelakan, maka illat tersebut dapat merubah hukum asal.[17]

Masalah ini dalam kajian muamalah disebut sebagai *as-salam* dan terbagi menjadi dua jenis, antara lain:

a. Jual beli *salaf*. Metode ini dikenal dengan memberikan uang terlebih dahulu, setelah itu barang akan diserahkan kemudian. Jual-beli dengan metode ini terdapat asumsi bahwa tempat penyerahan barang diketahui masing-masing pihak.
b. Jual beli *istisna*. Pada dasarnya jika ditilik bentuk tempat penyerahan barang, hampir mirip dengan *salaf*. Perbedaan yang mencolok adalah pada saat penyerahan uang sebagai alat tukar, yang diserahkan kemudian hari, setelah barang pesanan diantarkan.

B. Pendapatan

1. Pengerian Pendapatan

Pendapatan merupakan uang yang diterima oleh seseorang atau perusahaan dalam bentuk gaji (*wages*), upah (*salaries*), sewa (*rent*), bunga

[17] Badru Zaman, "Mencegah Mudharat Dalam Transaksi Elektronik (Perspektif Hukum Islam)", (Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2010), h. 44.

(*interst*), laba (*profit*) dan sebagainya, bersama-sama dengan tunjangan pengangguran, uang pensiun dan sebagainya. Pendapatan masyarakat adalah penerimaan dari gaji atau balas jasa dari hasil usaha yang diperoleh individu atau kelompok rumah tangga dalam satu bulan dan digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari2 sedangkan pendapatan dari usaha sampingan adalah pendapatan tambahan yang merupakan penerimaan lain dari luar aktivitas pokok atau pekerjaan pokok. Pendapatan sampingan yang diperoleh secara langsung dapat digunakan untuk menunjang atau menambah pendapatan pokok.[18]

penerimaan yang dinilai dengan satuan mata uang yang dapat dihasilkan seseorang atau suatu bangsa dalam periode tertentu. Reksoprayitno mendefinisikan "Pendapatan (*revenue*) dapat diartikan sebagai total penerimaan yang diperoleh pada periode tertentu". Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah sebagai jumlah penghasilan yang diterima oleh para anggota masyarakat untuk jangka waktu tertentu sebagai balas jasa atau faktor- faktor produksi yang telah disumbangkan.

2. Jenis-jenis Pendapatan

Menurut Kusnadi pendapatan dapat diklasifikasikan menjadi dua yaitu:

a. Pendapatan Operasional

Pendapatan operasional adalah pendapatan yang timbul dari penjulan barang dagangan, produk atau jasa dalam periode tertentu dalam rangka

[18] Imsar, Analisis Produksi dan Pendapatan Usahatani Kopi Gayo (Arabika) Kabupaten Bener Meriah (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sumatera Utara, 2018), h. 19.

kegiatan utama atau yang menjadi tujuan utama perusahaan yang berhubungan langsung dengan usaha (operasi) pokok perusahaan yang bersangkutan.

b. Pendapatan Non Operasional

Pendapatan non operasional adalah pendapatan yang diperoleh perusahaan dalam periode tertentu, akan tetapi bukan diperoleh dari kegiatan operasional utama perusahaan.

Untuk keperluan manajerial, pendapatan dapat dikelompokkan menjadi beberapa jenis, sebagai berikut:

1) Pendapatan total, yaitu seluruh pendapatan dari penjualan, seperti pendapatan total yang berarti hasil perkalian dari jumlah unit terjual dengan harga jual per unit.
2) Pendapatan rata-rata, yaitu pendapatan rata-rata dari setiap unit penjualan. Oleh karena itu, maka pendapatan rata-rata dapat juga dirumuskan sebagai hasil bagi dari pendapatan total dengan jumlah unit yang terjual.
3) Pendapatan tambahan atau penerimaan marginal yaitu pendapatan yang didapat untuk setiap tambahan satu unit penjual produksi.

3. Sumber-Sumber Pendapatan

Suatu perusahaan untuk mendapatkan keuntungan yang besar harus mempunyai pendapatan yang memadai. Pendapatan diperoleh dari beberapa sumber yaitu:

a. Pendapatan Intern

Pendapatan yang diperoleh dari para anggota atau juga pemegang saham (modal awal) atau semua yang bersangkutan dengan perusahaan itu sendiri.

b. Pendapatan Ekstern

Pendapatan yang diperoleh dari pihak luar yang berperan atau tidaknya dalam kelancaran kegiatan perusahaan. Pendapatan ini juga bisa berasal dari bunga bank dan lain-lain.

c. Hasil usaha

Pendapatan yang diperoleh perusahaan dari hasil aktivasi atau kegiatan perusahaan seperti pendapatan jasa dari aktivasi yang dilakukan.

4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan

Pendapatan seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain:

a. Modal

Modal usaha adalah uang yang dipakai sebagai pokok (induk) untuk berdagang, melepas uang, dan sebagainya, yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu yang menambah kekayaan. Menurut Bambang Riyanto, modal usaha adalah ikhtisar neraca suatu perusahaan yang menggunakan modal konkrit dan modal abstrak. Modal konkrit dimaksudkan sebagai modal aktif sedangkan modal abstrak dimaksudkan sebagai modal pasif.[19]

[19] Nenden Rilla Artistiana, *Bisnis Patiseri yang Menggiurkan,* (Bandung: Penerbit Duta, 2019), h. 38.

b. Pasar

Pasar adalah tempat dimana menjual barang dan jasa-jasa yang telah dihasilkan, serta tempat fisik dimana pembeli dan penjual berkumpul untuk membeli dan menjual barang. Para ekonom mendeskripsikan pasar sebagai sekumpulan pembeli dan penjual yang bertransaksi atas suatu produk atau kelas produk tertentu.[20]

c. Lama usaha

Lama usaha adalah lamanya seseorang menekuni usaha yang dijalankan. Lama usaha dapat diartikan sebagai berapa lama waktu yang sudah dijalani pedagang dalam menjalankan usaha. Lama usaha menentukan pengalaman, semakin lama seorang pelaku bisnis menekuni bidang usaha perdagangan maka semakin meningkat pula pengetahuan mengenai perilaku konsumen atau perilaku pasar. Jadi, semakin lama usaha maka semakin baik kualitas usaha tersebut.[21]

d. Lokasi

Lokasi usaha merupakan faktor pemicu munculnya biaya yang signifikan, sehingga lokasi dapat digunakan untuk menyusun strategi bisnis atau sebaliknya menghancurkan sebuah usaha. Ketika usaha sudah diputuskan akan beroperasi di suatu lokasi tertentu, maka

[20] Wulan Ayodya, *UMKM 4.0*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2020), h. 115.

[21] Faristin Firdausiyah, "Pengaruh Modal Usaha dan Lama Usaha terhadap Pendapatan Pedagang Wisata Menara Kudus", (Skripsi Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Syarif Hidayatullah, 2018), h. 24.

konsekuensinya biaya-biaya yang muncul akibat dipilihnya lokasi tersebut harus ditanggung pemilik usaha.[22]

e. Jam kerja

Jam kerja merupakan durasi waktu para pedagang mulai dari membuka usaha sampai menutupnya, dalam satuan jam.[23] Menurut Noicholason, jam kerja adalah bagian salah satu teori yang terdapat dalam ekonomi mikro, teutama pada teori penawaran tenaga kerja yaitu ketersediaannya seorang individu untuk bekerja dengan tujuan agar memperoleh penghasilan. Semakin banyak jam kerja dikorbankan maka produktivitas akan semakin banyak dan pendapatan yang didapat akan semakin meningkat.[24]

5. Ayat Al-Quran Tentang Pendapatan

Pendapatan merupakan bagian yang penting dalam membentuk kesejahteraan. Dampak dari pendapatan bukan saja pada aspek ekonomi tetapi juga aspek sosial dan politik. Oleh karena itu islam memberi perhatian lebih terhadap pendapatan dalam masyarakat. Maka islam memperhatikan bebagai sisi dari perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhannya, misalnya dalam jual beli, hutang piutang, dan sebagainya.

---

[22] Eko Nur Fu'ad, "Pengaruh Pemilihan Lokasi terhadap Kesuksesan Usaha Berskala Mikro/Kecil di Komplek Shopping Centre Jepara" dalam *Jurnal Ekonomi dan Manajemen,* Vol. 30 (1) : 0854-1442, Januari 2015, h. 59.

[23] Puji Yuniarti, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang di Pasar Tradisional Cinere Depok" dalam *Jurnal Sekretari dan Manajemen,* Vol. 3 (1) : 2550-0805, Maret 2019, h. 168.

[24] Muhammad Ammar Allam, "Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima (PKL) di Pasar Sunday Morning (Sunmor) Purwokerto" dalam *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi,* Vol.21 (02), 2019, h. 4.

Berikut ini merupakan ayat pendapatan dalam Al-Qur'an surah An-Nahl

ayat 114:

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ إِنْ كُنْتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

Artinya: "Maka makanlah yang halal bagi kamu lagi baik dari rezeki yang telah diberikan oleh allah kepadamu dan syukurilah nikamt allah, jika kamu hanya menyembah kepadanya.[25]

[25] Q.S An-Nahl (16) : 114.