

**PERAN E-COMMERCE TERHADAP PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL
MENENGAH (UMKM)
(STUDI DI TOKO EMHA SABLON DESA KETAPANG BARAT)**

Moh. Rodiaminollah, Ismail, Lu'lu' Nurul Qomariyah
Institut Agama Islam Nazhatut Thullab Sampang, IAIN Madura
Email: rodiamin07@gmail.com, LailatulKodariyah2000@gmail.com

Abstrak

Ekonomi merupakan salah satu sumber ketahanan hidup dalam waktu jangka panjang, dalam kata lain ekonomi adalah sebagai sandang pangan dan papan sebagai pemenuhan hidup yang berkelanjutan. Ekonomi menjadi salah satu kegiatan atau ilmu yang mengatur dalam tatanan keuangan masyarakat baik individu maupun kelompok. Seiring dengan dinamika zaman ekonomi semakin hari semakin berkembang yakni karena adanya alat pendukung seperti e-commerce. Berdasarkan hal tersebut, maka ada beberapa permasalahan yang menjadi kajian pokok dalam penelitian ini, yaitu: Pertama, bagaimana implementasi e-commerce terhadap Toko EMHA Sablon. Kedua, bagaimana peran e-commerce terhadap pengembangan di Toko EMHA Sablon. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Pertama, implementasi e-commerce pada Toko EMHA Sablon telah terapkan pada system pemasaran produk dan jasa, penjualan, pembelian, dan system transaksinya. Kedua, dampak implementasi e-commerce pada Toko EMHA Sablon adalah pertumbuhan produksi, pertumbuhan penjualan, dan pertumbuhan laba.

Kata Kunci : Ekonomi, E-commerce, Pengembangan Usaha

PENDAHULUAN

Seiring perkembangan zaman dan teknologi, internet menjadi salah satu media elektronik yang memberikan pengaruh besar dengan perubahan kultur di masyarakat sehari-hari. Hal ini dibarengi dengan semakin membaiknya infrastruktur dan aplikasi pendukung yang modern. Begitu juga gaya hidup dan perilaku masyarakat untuk mendayagunakan internet sebagai media elektronik yang praktis dan menunjang aktivitas sehari-hari.

Peran penting elektronik adalah sebagai salah satu wadah untuk mengembangkan suatu usaha dimana usaha tersebut dipasarkan secara online di internet yang sangat membantu pengusaha mikro kecil dan menengah dalam meningkatkan laba usahanya.

Penjualan secara online ada banyak fasilitas seperti WA, Facebook, Instagram dll. Itu merupakan fasilitas yang masih bergantung pada internet dan dikatakan dengan e-commerce yang sesuai dengan judul penelitian yaitu "Peran E-Commerce Terhadap Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Dalam Ekonomi Bisnis Islam Di Toko Emha Sablon Desa Ketapang Barat".

E-commerce adalah Electronic Commerce, merupakan kumpulan teknologi, aplikasi, dan bisnis yang menghubungkan perusahaan atau perseorangan sebagai konsumen untuk melakukan transaksi elektronik, pertukaran barang, dan pertukaran informasi melalui internet atau televisi, www, atau jaringan komputer lainnya. Kegiatan e-commerce ini merupakan

aplikasi dan penerapan dari e-bisnis (E-Business) yang berhubungan dengan transaksi komersial.¹

E-Commerce merupakan suatu sistem atau paradigma baru dalam dunia bisnis, yang 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 : “Proses membeli, menjual, baik dalam bentuk barang, jasa ataupun informasi yang dilakukan melalui media internet”.²

Electronic commerce (EC) merupakan konsep baru yang bisa digambarkan sebagai proses jual-beli barang atau jasa dengan menggunakan World Wide Web Internet atau proses jual beli atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan informasi.³

Terdapat kelebihan atau peluang dan kekurangan dalam Penggunaan e-commerce ini. Berikut ini adalah poin-poin yang dapat menjadikan e-commerce sebagai sebuah peluang yang sangat menjanjikan terutama dalam hal transaksi penjualan dalam dunia digital:⁴

1. Menambah pelanggan (jumlah penduduk Indonesia yang mencapai 240 juta orang);
2. Memperluas area pemasaran produk;
3. Meningkatkan merk (brand);
4. Biaya hosting web (domain) yang jauh lebih murah daripada biaya sewa toko dalam bentuk fisik, hal ini berarti dapat menurunkan tingkat biaya operasional;
5. Kemudahan dalam hal pemesanan produk karena bisa dilakukan kapanpun dan dimanapun oleh masing-masing konsumen;
6. 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;
7. Kemudahan dalam akses memperoleh informasi produk tanpa perlu mendatangi lokasi toko.

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 perhatian penulis dalam melihat berbagai kelemahan yang terdapat dalam sistem e-commerce terutama dalam penerapannya di Indonesia :

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

¹ Patar tambunan, Apa yang dimaksud e-commerce, (<http://bpka.jogjaprovo.go.id>), diakses tanggal 24 februari 2022, pukul 22:50

² Sri Haryanti, Tri Irianto, “Rancang Bangun Sistem Informasi E-Commerce Untuk Usaha Fashion Studi Kasus Omah Mode Kudus” Jurnal SpeedSentra Penelitian Engineering dan Edukasi, Vol.3 No.1 (November 2011), hlm.10

³ I Gusti Made Karmawan, “Dampak Peningkatan Kepuasan Pelanggan Dalam Proses Bisnis E- Commerce Pada Perusahaan Amazon.com” ComTech, Vol. 5 No.2 (Desember 2014), hlm.749

⁴ Himawan, Asep Saefullah 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), hlm. 58-59

2. Pembajakan kartu kredit yang dilakukan oleh para peretas (black hacker) yang menerobos masuk ke dalam jaringan sistem server perbankan, maupun para merchant online.
3. Hukum yang belum secara jelas mengatur tentang e-commerce dan perdagangan digital.
4. Masih terdapat perbedaan yang signifikan dalam hal infrastruktur teknologi dan transportasi, jika membandingkan kota-kota besar dengan kota-kota kecil di berbagai wilayah Indonesia.
5. Kepercayaan konsumen khususnya terhadap penggunaan teknologi e-commerce di Indonesia.
6. Tidak bisa melihat barang belanja online akan membuat pelanggan tidak bias melihat barang produk atau jasa secara langsung. Itulah kenapa ada pelanggan yang tidak punya jual beli di e-commerce.
7. Resiko besar kelemahan e-commerce yang merupakan karena adanya implikasi dari poin diatas adalah mempunyai resiko yang besar. Terutama jika melalui website e-commerce yang tidak menjamin suatu keamanan, seperti instagram, whatsapp, dan facebook.
8. Persaingan harga kelemahan lain dari e-commerce adalah tingginya persaingan antar toko, baik itu berupa harga produk ataupun yang lainnya.⁵

Bisnis merupakan suatu aktivitas yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang untuk menyediakan barang dan jasa dengan tujuan memperoleh keuntungan. Sedangkan etika adalah komponen pendukung para pelaku bisnis terutama dalam hal kepribadian, tindakan dan prilakunya, etika disebut juga sebagai rambu-rambu dalam suatu kelompok masyarakat akan dapat membimbing dan mengingatkan anggotanya kepada suatu tindakan yang terpuji yang harus dipatuhi dan harus dijalankan.⁶

Fokus penelitian ini diantaranya, terkait implementasi e-commerce pada usaha di Toko EMHA Sablon Ketapang Barat dan peran e-commerce terhadap pengembangan pada usaha di Toko EMHA Sablon Ketapang Barat.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif deskriptif. dengan metode ini nantinya akan mencari data deskriptif tentang peranan E-commerce dalam mengembangkan sebuah usaha mikro kecil menengah (UMKM) di toko emha sablon desa ketapang barat, penelitian ini akan membutuhkan pendekatan penelitian kualitatif untuk mendeskripsikan data hasil penelitian, membutuhkan pengamatan dalam proses pengimplementasian dan peningkatan laba yang di peroleh oleh pelaku usahanya. Lokasi dalam penelitian ini adalah Toko EMHA Sablon di Desa Ketapang Barat Kecamatan Ketapang Kabupaten Sampang. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis data model Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga tahapan diantaranya: reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

⁵ Ibnu, "Pengertian Jenis Kelebihan dan Kelemahan E-commerce", <https://accurate.id/bisnis-ukm/e-commerce-adalah/> (diakses pada 27 juni 2022, pukul 11.35).

⁶ Fakhry Zamzam Hafis Aravik, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta; Deepublish, 2020), hlm. 1

PEMBAHASAN

1. Analisis Data Implementasi E-commerce pada Toko Emha Sablon

Berdasarkan hasil penelitian terhadap informan yang merupakan salah satu karyawan Toko Emha Sablon bagian pemasaran yang menerapkan e-commerce terhadap penjualan produk dan jasanya. Peneliti menemukan beberapa hal yang harus dibahas terkait implementasi e-commerce di toko tersebut. Sehingga dapat mendorong pertumbuhan perekonomian UMKM khususnya di Toko Emha Sablon Desa Ketapang Barat.

Dalam implementasi ini pihak karyawan Toko Emha Sablon sebagai tim pemasaran. Dalam memasarkan produk dan jasa ini harus mempunyai beberapa media social seperti WA, FB, dan Instagram karena nanti pemasarannya akan dipasarkan melalui ecommerce tersebut. Dalam pemasarannya tidaklah rumit mereka hanya menggunakan metode Upload hasil Produk dan Jasa kemudian memberikan caption yang menarik sehingga calon konsumen tertarik dengan adanya himbuan tersebut baik itu di WA, FB, dan Instagram. Dan dalam hal ini ada beberapa yang perlu peneliti bahas yaitu :

a. Pemasaran barang dan jasa

Dalam hal ini pemilik toko serta bagian pemasaran yang ada di Toko tersebut melakukan kegiatan pemasaran produk dan jasa melalui e-commerce WA, Facebook, dan Instagram. Dan ini jelas sekali dan sesuai dengan apa yang di temukan oleh peneliti bahwa Toko EMHA Sablon benar benar menerapkan e-commerce terhadap pemasaran produk dan jasanya, sesuai dengan dokumentasi diatas.

b. Penjualan

Berdasarkan hasil wawancara yang ditemukan oleh peneliti mengenai penjualan di Toko EMHA Sablon bahwa pada system penjualannya yaitu menggunakan e-commerce sebagai media penjualannya baik di WA, Facebook, dan Instagram, dan ini dibuktikan dengan hasil wawancara diatas.

c. Pembelian

Dalam hal pembelian ini Toko EMHA Sablon telah menerima permintaan produk dan jasa melalui jaringan internet atau melalui e-commerce, hal ini nsesuai dengan apa yang telah diperoleh oleh peneliti melalui wawancara dan dokumentasi yang telah didapatkan. Hal ini dibuktikan dengan hasil penemuannya berupa wawancara dan dokumentasi diatas.

d. Transaksi

Selanjutnya, peneliti menganalisis kemudahan dalam bertransaksi yang ditawarkan e-commerce pada penjualan atau penawaran produk dan jasa Toko Emha Sablon Ketapang Barat. berdasarkan penelitian yang dilakukan, terdapat informan yang mengatakan bahwa e-commerce mempermudah mereka melakukan transaksi jual beli. Hal ini didasari karena pihak Toko menyediakan nomor rekening BANK yang bisa di akses dimanapun serta pihak Toko juga menyediakan e-wallet agar bisa digunakan oleh orang-orang yang tidak mempunyai rekening BANK, dengan adanya penyedia tersebut transaksi lebih mdah sehingga proses jual beli menjadi lebih praktis.

Informan mengaku setelah menggunakan e-commerce pada usaha Toko EMha Sablon omset penjualan produk dan jasa jauh lebih baik dari pada sebelumnya. Informan mengatakan bahwasanya di era globalisasi sekarang ini banyak pengguna media social maka dari itu informan memutuskan untuk berjualan secara online di e-commerce WA, FB, dan Instagram. Dengan adanya hal itu pembeli atau konsumen cukup berinteraksi dengan penjual lewat e-commerce dan proses transaksi dapat berjalan tanpa harus berinteraksi secara langsung. Namun demikian, terdapat beberapa informan yang mengatakan bahwasanya e-commerce baginya tidak berpengaruh apa-apa dalam melakukan transaksi. Informan tersebut adalah pelanggan setia Toko Emha Sablon. Alasan informan tersebut pertama karena beliau tidak begitu paham dengan yang namanya transaksi online, salah satu factor ketidak pahamannya tentang transaksi online karena beliau tidak pernah mempunyai rekening BANK apalagi dengan E-wallet. Kedua alasannya adalah untukantisipasi dengan penipuan karena menurut beliau memberikan uang kepada orang yang tidak diketahui orangnya sangatlah berbahaya menurutnya. Ini tentunya menjadi kendala bagi konsumen yang ingin bertransaksi cepat.

Keterbatasan kemampuan menggunakan teknologi bukanlah hal yang tidak biasa. Ada beberapa orang yang tidak terbiasa berinteraksi dengan teknologi sehingga membuat mereka ketinggalan dalam menguasai teknologi dalam hal ini internet. Dan masalah lain yang muncul terhadap konsumen yaitu kurangnya kepercayaan dalam bertransaksi hal ini juga bukan hal yang tidak biasa, namun rasa kurang percaya ini mengandalkan keantisipasian dalam hal tertipu, hal ini mungkin sudah kerap terjadi penipuan yang mengatas namakan sebuah instansi.

Peneliti lalu melakukan analisis tentang e-commerce dapat mengembangkan usaha Toko Emha Sablon baik dari segi penjualan maupun dari yang lain seperti pembelian dan pemasaran produk dan jasa. Peneliti menanyakan tingkat penjualan informan selama menggunakan e-commerce dan penjualan mereka setelah menggunakan e-commerce pada pemasaran produk dan jasanya. Hal ini untuk mengetahui apakah peran e-commerce berpengaruh terhadap perkembangan usaha Toko Emha Sablon.

2. Analisis peran e-commerce terhadap pengembangan pada usaha di Toko EMHA Sablon Ketapang Barat

Untuk mengetahui peran e-commerce terhadap pengembangan usaha pada Toko Emha Sablon, penulis mencoba menganalisis beberapa keuntungan menggunakan e-commerce. Diantaranya yaitu mempermudah dan memperluas pemasaran, Mempermudah transaksi, meningkatkan laba, serta meningkatkan penjualan produk pada Toko Emha Sablon.

1. Pertumbuhan Produksi

Berdasarkan data yang dikumpulkan oleh peneliti, yang diperoleh dari hasil temuan penelitian yang melalui wawancara kepada karyawan Toko EMHA Sablon Ketapang Barat bahwa pada saat e-commerce diterapkan pada toko tersebut banyak sekali perubahan yang didapat oleh toko tersebut khususnya pada pertumbuhan produksi di toko tersebut.

Hal ini ditegaskan oleh teori yang mendukung yaitu menurut Shanmgam dan baduri mengatakan bahwa pertumbuhan usaha atau perkembangan usaha itu terjadi jika terdapat 3 idikator dan salah satunya adalah pertumbuhan produksi.

2. Pertumbuhan Penjualan

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, dapat diperoleh hasil e-commerce mempermudah dan memperluas pemasaran produk atau penjualan Toko Emha Sablon, bahwasanya seluruh informan mengatakan jika e-commerce membantu mempermudah pemasaran serta memperluas pemasaran produk usahanya.

Hal ini juga dibenarkan oleh sebuah penelitian yang berjudul Analisis E-Commerce Sebagai Ekonomi Digital Dalam Mendorong Pertumbuhan Perekonomian Kota Medan Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Umkm Di Kota Medan) bahwa dapat diperoleh hasil e-commerce mempermudah dan memperluas pemasaran produk UMKM Kota Medan di tengah pandemi covid-19 bahwasanya seluruh informan mengatakan jika e-commerce membantu mempermudah pemasaran serta memperluas pemasaran produk usahanya.

Informan yang dijadikan narasumber oleh penulis untuk membuktikan penelitian tentang Peran E-commerce terhadap pengembangan usaha Toko Emha Sablon mengaku dengan menggunakan atau menerapkan media online dalam hal ini penerapan e-commerce WA, FB, dan Instagram, sangat membantu pelaku UMKM khususnya pada Toko Emha Sablon Ketapang Barat dalam memasarkan produk dan jasanya. Informan mengaku dengan menerapkan e-commerce, pasar mereka menjadi lebih luas tidak hanya terfokus di daerah tempat tinggal dalam hal ini Desa Ketapang Barat. Namun juga dapat tersebar keseluruh wilayah Indonesia.

Berdasarkan hal di atas, dapat disimpulkan bahwasanya e-commerce WA, FB, dan Instagram yang digunakan oleh informan yang merupakan campuran dari konsumen, karyawan serta pemilik Toko Emha Sablon di Desa Ketapang Barat dapat mempermudah pemasaran, pemesanan, dan mempermudah dalam bertransaksi serta dapat diharapkan menjadi cara untuk mengembangkan usaha di Toko Emha Sablon.

Dari penelitian yang dilakukan, peneliti menemukan seluruh informan dan juga pembeli dengan persentase 100% menyatakan bahwa terjadi peningkatan penjualan dan peningkatan pendapatan atau laba pada usaha Toko Emha Sablon setelah menggunakan e-commerce. Pemesanan produk dan jasa Toko Emha Sablon meningkat dan pemesanan dilakukan melalui Toko Emha Sablon yang di posting pada e-commerce WA, FB, dan Instagram.

Peningkatan penerimaan pemesanan ini terjadi sejak beberapa waktu setelah memulai memasarkan produk dan jasa Toko Emha Sablon pada e-commerce. Dan keterangan dari sekian informan yaitu 5 karyawan toko termasuk juga dengan pemilik toko dan 5 pembeli atau konsumen tersebut bahwasanya hasil yang mereka dapatkan melalui e-commerce cukup banyak khususnya pada Toko Emha Sablon sehingga membuat pemilik toko merasa yakin untuk melanjutkan pemasaran melalui e-commerce. Pemasaran melalui e-commerce juga dapat membantu konsumen dalam melakukan pemesanan dengan mudah dan tidak ribet. Selain itu, dengan berjualan atau pemasaran melalui e-commerce merupakan salah satu langkah untuk melakukan perubahan terhadap Toko Emha Sablon agar menyentuh ranah digital yang kedepannya akan menjadi tumpuan untuk pembangunan ekonomi kedepannya.

3. Pertumbuhan laba

Berdasarkan hasil penelitian terhadap informan yang merupakan pemilik serta karyawan Toko Emha Sablon Ketapang Barat yang menerapkan e-commerce pada pemasaran atau penjualan produk dan jasanya serta dengan menggunakan data-data sekunder yang diperoleh dari jurnal, artikel, buku, serta referensi lainnya yang

berkaitan dengan hal tersebut. Peneliti menemukan beberapa hal yang harus dibahas lebih dalam terkait penerapan e-commerce pada peningkatan laba Toko Emha Sablon Ketapang Barat sehingga dapat mendorong pertumbuhan perekonomian UMKM khususnya di Toko Emha Sablon Ketapang Barat.

Pertama, jumlah pertumbuhan transaksi melalui e-commerce mengalami peningkatan setiap tahunnya, hal ini dibuktikan dengan data-data sekunder yang peneliti temukan. Transaksi e-commerce terus mengalami pertumbuhan setiap tahunnya. Berdasarkan data Bank Indonesia, nilai transaksi e-commerce sepanjang tahun lalu mencapai Rp 146 triliun atau naik 80,6% ketimbang tahun sebelumnya. Dengan peningkatan tersebut tentu membuat para investor di belakang e-commerce tersebut bersiap mengalap untung. Pertumbuhan ini juga diharapkan pertanda peralihan era bakar uang menjadi eranya laba.

Sebagai bukti nyata adalah pemilik Toko Emha Sablon yang ada di Ketapang Barat. Informan yang menjadi nara sumber penelitian ini mengaku bahwa pemilik toko berjualan lewat e-commerce. Informan mengaku dengan menggunakan e-commerce, pemilik toko mendapatkan banyak keuntungan seperti jangkauan pasar yang lebih luas, hingga penghematan distribusi karena ongkos kirim ditanggung pembeli.

PENUTUP

Kesimpulan dari hasil penelitian ini yang berjudul “Peran E-Commerce Terhadap Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Dalam Ekonomi Bisnis Islam Di Toko Emha Sablon Desa Ketapang Barat” adalah sebagai berikut:

1. Kemudahan dalam melakukan atau menerapkan e-commerce dalam pengembangan usaha di Toko EMHA Sablon Ketapang Barat. Hal ini ada beberapa pengalaman yang diterapkan oleh Toko EMHA Sablon dalam implementasi e-commerce yaitu :
 - a. Pemasaran produk dan jasa, kegiatan ini sering dilakukan oleh Toko EMHA Sablon untuk memasarkan produk dan jasanya.
 - b. Penjualan, Toko EMHA Sablon sering juga melakukan penjualan produk dan jasanya melalui e-commerce seperti WA, Facebook, dan Instagram.
 - c. Pembelian, juga dalam hal pembelian ini Toko EMHA Sablon sering mendapatkan permintaan produk dan jasa melalui e-commerce.
 - d. Transaksi, Toko EMHA Sablon telah melakukan transaksi melalui e-commerce.
2. Terdapat beberapa dampak yang dirasakan oleh pemilik toko dan para karyawan yang menggunakan e-commerce diantaranya adalah.
 - a. Menambah pertumbuhan produksi dalam usaha yang dilakukan oleh Toko EMHA Sablon Ketapang Barat.
 - b. Menambah pangsa pasar yang lebih luas sehingga pertumbuhan penjualan semakin bertambah.
 - c. Meningkatkan omset penjualan, dalam menerapkan e-commerce ini Toko EMHA Sablon mengalami pertumbuhan laba yang sangat baik sekali di bandingkan sebelumnya yang masih belum menggunakan e-commerce.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Dimas. Proposal Penelitian E-commerce. http://www.academia.edu/31428016/PROPOSAL_PENELITIAN_E_COMMERCE (diakses pada tanggal 25 Februari 2022) 2017.
- Apriyanto Anto. Materi Kuliah Ayat dan Hadis Ekonomi Islam, diakses dari. <https://www.slideshare.net/Anhal234/materi-kuliah-ayat-dan-hadits-ekonomi-islam-1>, (pada tanggal 20 Maret 2022) 2020.
- Aravik Fakhry Zamzam Hafis. Etika Bisnis Islam, Yogyakarta; Deepublish. 2020.
- Arif Raiman, Ismail Interview. "Interview Kepuasan Pelanggan". Jl. Raya Sawah Tengah. 2022.
- Azwar Saifuddin. Metode Penelitian. Yogyakarta: pustaka pelajar. 2015.
- Creswell John W. Research Design. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2016.
- Departemen Agama. al-Qur'an dan Terjemahannya, Bekasi: Cipta Bagus Segara. 2015.
- Djalaluddin Nurgadima Achmad. Analisis Cost Recovery Rate (CRR) pada Instalasi Rawat Inap. Pekalongan: NEM. 2021.
- Dwijayanto Andy. "Tak Lagi Bakar Uang Kini E-commerce Mencatat Laba", <https://industri.kontan.co.id/news/tak-lagi-bakar-uang-kini-e-commerce-bisa-mencatat-laba> (diakses Pada 07 Juli 2022, Pukul 10.01). 2019.
- Ernawati, Ritta Setiyati. "Wawasan Qur'an Tentang Ekonomi" Journal Ekonomi, Vol.8 No.2. 2017.
- Evi Yuliana, Ismail Interview. "Interview Kepuasan Pelanggan". Jl. Raya Ketapang Barat. 2022.
- Gunawan Septiyan "analisis penerapan aplikasi e-commerce dalam meningkatkan pendapatan penjualan pada pt. Dwidaya worldwide Palembang" Skripsi, Universitas Muhammadiyah Palembang. 2016.
- Hamdani. Mengenal Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) lebih dekat, Sidoarjo: Uwais Inspirasi Indonesia. 2020.
- Harahap, Sofyan S. Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam. Jakarta: Salemba Empat. 2011.
- Himawan, Asep Saefullah dan Sugeng Santoso. "Analisa dan Perancangan Sistem Informasi PenjualanOnline (E-Commerce) pada CV Selaras Batik Menggunakan Analisis Deskriptif" Scientific Journal of Informatics, Vol.1 No. 1. 2014.
- Ibnu. "Pengertian Jenis Kelebihan dan Kelemahan E-commerce", <https://accurate.id/bisnis-ukm/e-commerce-adalah/> (diakses pada 27 juni 2022, pukul 11.35). 2018.
- Institut Agama Islam Nazhatut Thullab (IAI NATA) Sampang. Pedoman Penulisan KTI IAI NATA Sampang. Sumatra Barat : Mitra Cendikia Media. 2020.
- Iskandar. Metode penelitian kualitatif. Jakarta: GP press. 2015.
- Jauhari Jaidan "Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dengan memanfaatkan e-commerce" Jurnal Sistem Informasi Vol. 2 No.1. 2010.
- J, Lexy, Moleong. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2011.
- Karmawan I Gusti Made. "Dampak Peningkatan Kepuasan Pelangan Dalam Proses Bisnis E-Commerce Pada Perusahaan Amazon.com" ComTech, Vol. 5 No.2. 2014.
- Khoirul Taufik, Ismail Interview. "Interview Kepuasan Pelanggan". Jl. Raya Ketapang Barat. 2022.
- Madnasir dan Khoirudin. 2011. "Etika Bisnis Islam". Bandar Lampung Seksi Penerbit Fakultas Syariah IAIN Radn Intan Lampung.
- Margono. Metodologi Penelitian. Jakarta: PT rineka cipta.

- Musleh, Ismail Interview. 2022. "Interview Pengembangan Usaha". Jl. Raya Ketapang Barat. 2017.
- Nurgadima Achmad Djalaluddin. Analisis Cost Recovery Rate (CRR) pada Instalasi Rawat Inap. Pekalongan: NEM. 2021.
- Ridho, Ismail Interview. "Interview Pengembangan Usaha". Jl. Raya Ketapang Barat. 2022.
- Rivai Veithzal. Amiur Nuruddin dan Faisar Ananda Arfa, Islamic Business and Economic Ethics. Jakarta : Bumi Aksara. 2012.
- Rosi, Ismail Interview. "Interview Pengembangan Usaha". Jl. Raya Ketapang Barat. 2022.
- Rusyad Daniel. "Buku Kecil Tauhid Dalam Islam". Bandung: ebQarie Books. 2016.
- Sajib, Ismail Interview. "Interview Pengembangan Usaha". Jl. Raya Ketapang Barat. 2022.
- Sa'ad Walia Nabila. "Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Sentra Industri Keripik Pisang Bandarlampung Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam". skripsi, Universitas Islam Negeri (Uin) Raden Intan Lampung. 2016.
- Sholihin Ahmad Ihfan. Buku Pintar Bank Syariah. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. 2010.
- Sholihin, Ismail Interview. "Interview Pengembangan Usaha". Jl. Raya Ketapang Barat. 2022.
- Sri Haryanti, Tri Irianto. "Rancang Bangun Sistem Informasi E-Commerce Untuk UsahaFashionStudi Kasus Omah Mode Kudus" Journal SpeedSentra Penelitian Engineering dan Edukasi, Vol.3 No.1. 2011
- Sugiono. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta. 2019.
- Sunyoto Danang. Dasar-dasar Manajemen Pemasaran, (Yogyakarta : CAPS). 2012.
- Tambunan, Patar. Apa yang dimaksud e-commerce. <http://bpka.jogjaprovo.go.id>. (diakses pada tanggal 24 Februari 2022) 2014.
- Zhaini, Ismail Interview. "Interview Pengembangan Usaha". Jl. Raya Ketapang Barat. 2022.