

Pengaruh Penjualan Dengan Aplikasi *E Commerce* Dalam Perspektif Islami

Diterima:

21 Juni 2020

Revisi:

21 Juli 2020

Terbit:

1 Agustus 2020

¹Ahmad Ni'am Karimi, ²Suparno, ³Ari S.

^{1,2,3}Universitas Doktor Nugroho Magetan

^{1,2,3}Magetan, Indonesia

E-mail: ¹niam@udn.ac.id, ²suparno@udn.ac.id, ³ari@udn.ac.id

Abstrak—Kemajuan dibidang teknologi, komputer, dan telekomunikasi mendukung perkembangan teknologi internet. Dengan internet pelaku usaha makanan khas daerah khususnya keripik pisang tidak perlu lagi mengalami kesulitan dalam memperoleh informasi apapun, untuk menunjang aktifitas usahanya. Berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kab. Magetan pada tahun 2018 dapat di peroleh bahwa ada 32 Unit usaha yang mampu menghasilkan rata-rata 148,84 kg per minggu per usaha dengan harga rata-rata Rp. 40.000,- per kg. Terdapat 31 pelaku usaha Sentra Industri Keripik Pisang yang menggunakan E-commerce, dari tahun 2014-2016 pendapatan yang diperoleh para pelaku usaha yang menggunakan E-commerce bersifat fluktuatif. Jika pelaku usaha yang berada di kawasan Sentra Industri Keripik Pisang Kab. Magetan dapat menggunakan E-commerce dengan baik, hal ini tentu saja bisa menambah kenaikan pendapatan yang bisa diperoleh oleh para pelaku usaha.

Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini yaitu bagaimana pengaruh penggunaan E-commerce terhadap Peningkatan Pendapatan pada Sentra Industri Keripik Pisang Kab. Magetan dan dalam pandangan etika bisnis Islam. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah E-commerce berpengaruh terhadap Peningkatan Pendapatan pada Sentra Industri Keripik Pisang Kab. Magetan dan dalam pandangan etika bisnis Islam.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan data primer. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode kuisioner pada para produsen dan penjual di sentra industri keripik pisang Kab. Magetan. Data yang terkumpul di analisis menggunakan regresi linear sederhana.

Secara keseluruhan hasil analisis regresi linear sederhana disimpulkan bahwa, secara parsial dari hasil uji signifikan parametrik individual (uji t) pada variabel E-commerce berpengaruh signifikan terhadap Peningkatan Pendapatan dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dimana artinya kurang lebih 95% variabel Sistem E-commerce mempengaruhi Peningkatan Pendapatan. Berdasarkan pandangan Etika Bisnis Islam, bahwa penggunaan E-commerce pada sentra industri bahwa manusia harus berusaha merubah keadaannya agar lebih baik seperti halnya penggunaan E-commerce memberikan dampak perubahan terhadap usaha. Sehingga bagi pemerintah maupun masyarakat untuk terus membantu mempromosikan produk keripik sentra industri ini agar dikenal oleh wisatawan dari luar daerah dan memberikan pelatihan.

Kata Kunci— Peningkatan Penjualan, E-commerce, Perspektif Islami

Abstract— *Advances in technology, computers and telecommunications support the development of internet technology. With the internet, local specialty food entrepreneurs, especially banana chips, no longer need to experience difficulties in obtaining any information to support their business activities. Based on data obtained from the Department of Industry and Trade Kab. Magetan in 2018 can be found that there are 32 business units capable of producing an average of 148.84 kg per week per business with an average price of Rp. 40,000 per kg. There are 31 Banana Chips Industry Center players who use E-commerce, from 2014-2016 the income earned by business people who use E-commerce is fluctuating. If the business actors who are in the area of the Banana Chips Industry Center, Kab. Magetan can use E-commerce well, this of course can increase the increase in income that can be obtained by business people.*

The problem raised in this study is how the influence of the use of E-commerce on the increase in income at the Banana Chips Industry Center, Kab. Magetan and in view of Islamic business ethics. This study aims to determine whether E-commerce has an effect on increasing income at the Banana Chips Industry Center, Kab. Magetan and in view of Islamic business ethics.

This research is a quantitative research with primary data. Collecting data in this study using a questionnaire method to producers and sellers in the banana chip industrial center, Kab. Magetan. The collected data were analyzed using simple linear regression.

Overall the results of simple linear regression analysis concluded that, partially from the results of the individual parametric significant test (t test) on the E-commerce variable has a significant effect on the increase in income with a significant value of $0.000 < 0.05$, which means approximately 95% of System E variables. -commerce affects Increased Revenue. Based on the viewpoint of Islamic Business Ethics, that the use of E-commerce in industrial centers means that humans must try to change their situation so that it is better, just as the use of E-commerce has an impact on changes in business. So that the government and the public continue to help promote the industrial center chips products so that they are known by tourists from outside the region and provide training.

Keywords— Sales Increase, E-commerce, Islamic Perspective.

I. PENDAHULUAN

Perindustrian di Indonesia harus dapat menjawab tantangan tersebut dan mampu menjangkau perubahan sekitar yang berlaku maupun yang nanti akan berlaku. Hal ini berlaku untuk seluruh sub sektor industri termasuk industri makanan di Indonesia. Industri makanan adalah salah satu industri yang berkembang pesat di seluruh dunia termasuk Indonesia. Berbagai jenis makanan dengan tampilan menarik terus di produksi demi meningkatkan nilai estetika dan daya tarik konsumen. Hal ini tentu saja dimaksudkan agar mendapat margin keuntungan yang tinggi yang mana dalam pemasarannya pun tentu harus memenuhi hal tersebut.

Untuk meningkatkan daya tarik konsumen, tentu memerlukan strategi pemasaran yang baik dan mengikuti arus globalisasi atau perkembangan zaman. Dalam arus globalisasi, jenis-jenis pemasaran sudah beragam. Salah satu yang paling sering diperbincangkan adalah pemasaran secara online baik melalui *website* tertentu atau melalui aplikasi penjualan secara *online*. Seiring dengan perkembangan jaman, peningkatan teknologi menyebabkan pergeseran pola komunikasi antara produsen dan konsumen. Konsumen akan mencari informasi tentang produk yang akan dibeli dengan membandingkan produk sejenis menggunakan sarana informasi teknologi tanpa harus turun langsung ke lapangan seperti penjualan *online* yang lazim disebut sebagai *E-Commerce*.

E-commerce belakangan ini digemari oleh kalangan produsen baik besar maupun kecil serta penjual eceran umumnya. Hal ini karena promosi melalui media *online* lebih mudah menjangkau konsumen dalam hal memperkenalkan atau menjual produknya. *E-commerce* mempermudah antara konsumen dan produsen dalam melakukan transaksi. *E-commerce* ini juga telah digunakan oleh banyak pelaku usaha di Kab. Magetan. Banyak pelaku usaha yang melakukan strategi pemasaran dengan sistem ini baik usaha penjualan barang maupun jasa. Hal ini seperti industri makanan di Kab. Magetan yang telah banyak menggunakan sistem *online* tak terkecuali industri olahan keripik pisang.

Pembangunan sentra industri keripik bertujuan sebagai tempat wisata kuliner sekaligus sebagai kawasan kumpulan industri rumah tangga yang mengolah dan memasarkan keripik yang

menjadi unggulan Kab. Magetan. Pada awal berdirinya Sentra Industri Keripik ini terdiri dari 16 (enam belas) pengusaha keripik dan hingga saat ini jumlahnya mencapai 34 (tiga puluh empat) pengusaha keripik pisang serta beberapa yang juga memproduksi makanan khas lainnya. *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*).

Yusuf Al-Qardhawi menyatakan bahwa yang membangun ekonomi islam adalah Ekonomi islam menghargai nilai harta benda dan kedudukannya dalam kehidupan. Harta merupakan sarana untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan dan membantu melaksanakan kewajiban, seperti sedekah (zakat), haji, dan jihad, serta persiapan untuk memakmurkan bumi. Ekonomi islam memeritahkan manusia untuk berkreasi dan bekerja dengan baik. Islam mengajak kita untuk berusaha dan bekerja. Islam memperingatkan kita dari sikap putus asa dan rasa malas (Sukarno, 2003:67).

Allah SWT berfirman dalam Q.S Al-Mulk ayat 15 :

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ ۗ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ ﴿١٥﴾

Artinya: “*Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, Maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezki-Nya. dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.*”

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

لَهُ مَعْقَبَاتٌ مِّن بَيْن يَدَيْهِ وَمَنْ خَلْفَهُ يَحْفَظُونَهُ ۚ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ ۗ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ ۗ وَمَا لَهُمْ مِّن دُونِهِ مِن وَالٍ ﴿١١﴾

Artinya: “*Bagi manusia ada malaikat-malaikat yang selalu mengikutinya bergiliran, di muka dan di belakangnya, mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak merobah Keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merobah keadaanyang ada pada diri mereka sendiri. dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, Maka tak ada yang dapat menolaknya; dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia.*”

Islam tidak pernah melarang umatnya untuk menjadi kaya. Dalam sebuah hadist Rasullulah SAW bersabda, “*Setiap muslim harus berusaha sekuat tenaga agar keluar dari kemiskinan dan semakin jauh dari kekufuran*” (HR. At-Thabrani). Dari kedua ayat Al-qur'an dan

sebuah hadist diatas dapat disimpulkan bahwa orang Islam harus kaya, dan memanfaatkan harta kekayaan tersebut di jalan yang mulia. Kekayaan bukan milik hak sendiri, melainkan ada hak orang lain didalamnya. Seiring dengan perkembangan jaman, pengguna internet di seluruh dunia kian makin bertambah, pemasaran dengan menggunakan *E-commerce* diharapkan dapat membantu para pelaku usaha dalam meningkatkan usahanya dengan mengkaji melalui pendekatan bisnis berperspektif Islami.

II. KAJIAN TEORI

A. Etika Bisnis Islami

Paradigma etika bisnis Islam adalah *aqidah Islamiyah*, menerangkan bahwa Islam adalah agama sekaligus ideologi sempurna mengatur segala aspek kehidupan tanpa kecuali, termasuk aspek ekonomi. Islam tidak memisahkan bisnis dengan etika, sebagaimana Islam tidak memisahkan bisnis dengan etika, sebagaimana Islam tidak memisahkan ilmu dengan etika, politik dengan etika. Islam juga tidak memisahkan agama dengan Negara dan materi dengan spiritual. Paradigma Islam ini berbeda dengan paradigm kapitalis, yaitu sekulerisme, yaitu pemisah agama dari kehidupan (Harahap, 2011:35).

Etika merupakan cabang filsafat membahas nilai dan norma, moral yang mengatur interaksi perilaku manusia baik sebagai individu maupun sebagai kelompok (Veithzal dkk, 2012:100). Etika membawa manusia bertindak secara bebas tetapi dapat dipertanggung jawabkan. Sedangkan bisnis sebagai suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi penjualan barang dan jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit (Harahap, 2011:37).

Islam merupakan agama yang *kaffah*, menatur seluruh kehidupan manusia berdasarkan petunjuk atau pedoman yang ada di dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah atau hadist. Budi pekerti yang luhur merupakan kelebihan manusia yang dianjurkan oleh Islam. Islam menjadikannya sebagai buah hasil dari sebagian besar ibadah yang diperintahkan oleh Islam, dan Islam menganggapnya sebagai motivator untuk membentuk manusia menjadi insane yang sempurna dan menjadi manusia yang mendapat derajat tinggi. Bahkan ketika memuji dan menyebutkan kelebihan nabi, karakter beliau digambarkan sebagai manusia yang berbudi pekerti yang luhur.

Jika sisi keimanan mempunyai peran penting dalam muamalah, agar hasil sisi ini tampak buah hasilnya, maka harus dimanifestasikan dalam bentuk perilaku yang diperankan oleh pebisnis muslim, yaitu dengan cara menggunakan batasan-batasan etika atau prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Beberapa prinsip yang masuk dalam dimensi etika bisnis Islam sebagai berikut (Asyraf Muhammad, 2008:55):

1. Kesatuan / ketauhidan

Ini adalah prinsip tauhid yang berarti semua aspek dalam hidup dan mati adalah satu baik aspek politik, ekonomi, sosial, maupun agama yang berasal dari satu sistem nilai yang saling terintegrasi, terkait dan konsisten tauhid hanya cukup dianggap sebagai keyakinan Tuhan hanya satu. Tauhid adalah sistem yang harus dijalankan dalam mengelola kehidupan ini.

2. Adil (keseimbangan /harmoni)

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai. Semua aspek kehidupan harus seimbang agar dapat menghasilkan keteraturan dan keamanan sosial sehingga kehidupan manusia di dunia ini dan di akhirat nanti melahirkan harmoni dan keseimbangan.

3. Kebebasan (*Free Will*)

Manusia diangkat sebagai khalifah Allah SWT penanti di bumi untuk memakmurkannya. Manusia dipersilahkan dan mampu berbuat sesuka hatinya tanpa paksaan, Tuhan memberikan koridor yang boleh dan yang tidak boleh. Aturan itu dimaksudkan untuk kemaslahatan manusia. Allah menurunkan Rasul-Nya untuk memberikan peringatan dan kabar gembira. Pelanggaran terhadap aturan Allah akan dimintai penanggung jawabannya.

4. Tanggung Jawab (*Responsibility*)

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggung jawaban dan kesatuan, manusia perlu mempertanggung jawabkan tindakannya. Secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Manusia harus memberikan pertanggung jawabannya nanti dihadapan Allah SWT atas segala keputusan dan tindakan yang dilakukannya.

5. Kebenaran

Dalam konteks ini kebenaran merupakan lawan dari kesalahan, dalam hal ini kebenaran mengandung dua unsur yaitu kebajikan dan kejujuran. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan.

B. Penggunaan E-Commerce Dalam Perdagangan

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” (Sri Haryanti dkk, 2011:10).

1. Berikut ini adalah poin-poin yang dapat menjadikan *e-commerce* sebagai sebuah peluang yang sangat menjanjikan terutama dalam hal transaksi penjualan dalam dunia digital (Himawan dkk, 2014:58-59) :
2. Menambah pelanggan (jumlah penduduk Indonesia yang mencapai 240 juta orang);
3. Memperluas area pemasaran produk;
4. Meningkatkan merk (*brand*);
5. Biaya *hosting web (domain)* yang jauh lebih murah daripada biaya sewa toko dalam bentuk fisik, hal ini berarti dapat menurunkan tingkat biaya operasional;
6. Kemudahan dalam hal pemesanan produk karena bisa dilakukan kapanpun dan dimanapun oleh masing-masing konsumen;
7. 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;
8. Kemudahan dalam akses memperoleh informasi produk tanpa perlu mendatangi lokasi toko.

III. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode pendekatan secara kuantitatif. Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian lapangan (Field Research), yaitu penelitian yang bertujuan untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang dan interaksi lingkungan suatu unit sosial baik individu, kelompok, lembaga, atau masyarakat. Penelitian ini menggali data yang bersumber dari instansi yang terkait yaitu Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kab. Magetan.

Data kuantitatif dalam penelitian ini adalah menganalisis pengaruh E-commerce terhadap Peningkatan Pendapatan Sentra Industri Keripik Pisang di Kab. Magetan baik secara simultan maupun parsial ditinjau dari Etika Bisnis Islam dengan menggunakan teknik analisis Regresi Linier.

Dalam pengumpulan data pada penelitian ini, penulis menggunakan teknik riset lapangan (*survey*) dimana pengumpulan datanya dengan cara menyebarkan kuisioner yang berisi lembaran pertanyaan dan pernyataan terhadap pelaku usaha di sentra industri keripik pisang Kab. Magetan terkait penelitian yang dilakukan yaitu mengenai pengaruh *e-commerce* terhadap peningkatan pendapatan sentra industri keripik pisang Kab. Magetan ditinjau dari etika bisnis Islam dengan tujuan memperoleh informasi yang relevan dengan masalah penelitian.

Tabel 1. Definisi Konsep dan Operasional Variabel

Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator
<i>E-Commerce (X)</i>	Media yang digunakan sebagai transmisi (telekomunikasi) yang didalamnya mencakup pertukaran, pembelian, dan penjualan suatu produk atau jasa yang menggunakan transportasi, baik secara fisik maupun digital dari lokasi ke lokasi. (Marilyn, 2002) Proses membeli, menjual, baik dalam bentuk barang, jasa ataupun informasi, yang dilakukan melalui media internet”.	Processes : 1. Marketing/Pemasaran. 2. Penjualan 3. Pembayaran
Pendapatan (Y)	Arus masuk bruto dari manfaat ekonomi yang timbul dari aktivitas normal entitas selama suatu periode, jika arus masuk tersebut mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanam modal. ⁵⁹ Pengurangan penerimaan responden dengan total biaya. (Turban, E., & King, D., 2002)	1. Total biaya 2. Total Pendapatan 3. Waktu

Dalam hal ini subyek penelitian adalah UMKM di Sentra Industri Keripik Pisang Kab. Magetan yang memiliki kriteria berjumlah 32 unit UMKM. Dalam penelitian ini menggunakan teknik *proposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan menggunakan kriteria atau ciri-ciri tertentu. Sampel yang diambil disini adalah keseluruhan populasi dengan kriteria yang sudah disebutkan diatas yang berjumlah 32 unit UMKM.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Paparan Data

Industri kecil keripik di Jalan Irian Kab. Magetan terdapat sebanyak 32 unit industri. Dari keseluruhan pelaku usaha, terdapat 2 pelaku usaha yang tidak menggunakan *e-commerce* dikarenakan faktor usia yang tidak bisa menggunakan *gadget* sehingga tidak dapat melakukan kegiatan *e-commerce*. Sekalipun belajar menggunakan gadget, 2 pemilik usaha tersebut sulit untuk melihat tulisan kecil maupun mengerti program-program dari *gadget* yang akan digunakan. Adapun rincian para pelaku usaha keripik dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 2. Data Industri Keripik

No. Responden	Nama Perusahaan	Nama Penanggung jawab	Status Bisnis
1	Zom-Zom Family	Een Sarwasi	Produsen
2	Fino	Suwarno	Produsen
3	Asa	Sucipto Hadi	Produsen

No. Responden	Nama Perusahaan	Nama Penanggung jawab	Status Bisnis
4	Nyoto Roso	Nyoto Raharjo	Produsen
5	Wagiman	Wagiman	Produsen
6	Dua Dara	Mardiah	Produsen
7	Rona Jaya	Heriyanto	Produsen
8	Cesyliya	Suhartini	Produsen
9	Rizka	Gunawan	Produsen
10	Lateb	Hariyanto	Produsen
11	Alinda	Sunarti	Produsen
12	Karya Mandiri	Malik	Produsen
13	Keripik Shinta	Sinta	Produsen
14	Arema Jaya	Sudarmanto	Produsen
15	Suheri	Ahmad Suheri	Produsen
16	Sumber Rezeki	Suhartono	Produsen
17	Firman	Firman	Produsen
18	Keripik Mery	Sayuti	Produsen
19	Mery 3	Soman	Produsen
20	Yaya	M. Romadhon	Produsen
21	Mery 4	M. Sidik Jaya	Produsen
22	Royan	Royan	Pedagang
23	Nisa	Hanafi	Pedagang
24	Askha Jaya	Aswal Junaidi	Pedagang
25	Lala	Yatino	Pedagang
26	Mahkota	Robby F.S.	Pedagang
27	Puri Jaya	Reno	Pedagang
28	Keripik Nyam-nyam	Wasiti	Pedagang
29	Arabar	Boiman	Pedagang
30	Enggal Jaya	Rastoyo	Pedagang
31	Alibaba	Anwar	Pedagang
32	Rojo Kripik	Sri Rejeki	Pedagang

Sumber: Data Primer, 2020.

B. Analisis Data

Dengan regresi sederhana dapat diketahui terdapat tidaknya pengaruh antara *e-commerce* terhadap Pendapatan. Regresi sederhana digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini.

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	3.996	1.832		2.181	.037
	X	.497	.070	.788	7.123	.000

a. Dependent Variabel: Y

Sumber : Data Diolah Tahun, 2020

Koefisien – koefisien persamaan regresi linear berganda di atas dapat *diartikan* sebagai berikut:

1. Berdasarkan persamaan regresi menunjukkan bahwa nilai konstanta mempunyai arah koefisien regresi positif yaitu sebesar 3,996 menunjukkan apabila variabel *e-commerce* mengalami peningkatan 1%, maka variabel pendapatan mengalami peningkatan sebesar 3,996%. Ini artinya ketika *e-commerce* meningkat sebesar 1% akan mengakibatkan penambahan pendapatan penjual sebesar 3,996% sehingga *e-commerce* ini terbukti membuat UKM yang menggunakannya memiliki pendapatan lebih besar dari sebelumnya.
2. Berdasarkan hasil penelitian dan perhitungan uji regresi linier sederhana koefisien regresi pada variabel independen yaitu *E-Commerce* bertanda positif sebesar 0,497, artinya menunjukkan setiap kenaikan 1% dari perkembangan *E-Commerce* maka pendapatan mengalami peningkatan sebesar 0,497%. Hasil penelitian koefisien regresi bernilai positif berarti terjadi hubungan yang positif antara *E-Commerce* dan peningkatan Pendapatan. Jika semakin besar perkembangan *E-Commerce* di Kab. Magetan khususnya di sentra industri kripik pisang PU maka semakin meningkat pula Pendapatan yang diperoleh oleh produsen kripik di Kab. Magetan. Sebaliknya, jika semakin kecil perkembangan *Electronic Commerce (E-Commerce)* di Kab. Magetan maka semakin menurunnya Pendapatan yang diperoleh oleh produsen dan penjual Kripik di Kab. Magetan.

Dalam Uji Signifikan Parametrik Individual (Uji T) model regresi pada *Electronic Commerce (E-Commerce)* berpengaruh signifikan terhadap Peningkatan Pendapatan

produsen dan penjual Kripik di Kab. Magetan. Hasil dalam pengujian ini dapat dilihat pada tabel di atas. Sebelum menyimpulkan hipotesis yang diterima atau ditolak, terlebih dahulu menentukan t_{tabel} dengan signifikan $5\%:2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dan derajat kebebasan $df = n-k-1$ atau $33-1-1$ diperoleh hasil t_{tabel} sebesar 2,040.

Dari hasil uji signifikan parametrik individual (uji t) pada variabel Sistem Penjualan Online *E-Commerce* produsen dan penjual Kripik di Kab. Magetan menghasilkan nilai t_{hitung} sebesar 7,123 artinya t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($7,123 > 2,040$) serta nilai Signifikan yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Sehingga dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa *Electronic Commerce (E-Commerce)* kurang lebih 95% memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Peningkatan Pendapatan pada sentra industri keripik di Kab. Magetan.

C. Pembahasan

1. Pengaruh *E-Commerce* Terhadap Peningkatan Pendapatan Sentra Industri Keripik Pisang di Kab. Magetan

Pada penelitian ini variabel *Electronic Commerce (E-Commerce)* mempunyai nilai koefisien regresi sederhana bernilai positif yaitu sebesar 0,497 yang artinya menunjukkan setiap kenaikan 1% perkembangan dari *E-Commerce* maka Peningkatan Pendapatan mengalami kenaikan sebesar 0,497%. Berdasarkan uji 2 sisi pada uji signifikan parametrik individual (uji t) pada variabel *E-Commerce* juga menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari pada nilai t_{tabel} yaitu $7,123 > 2,040$ serta nilai Sig. $0,000 < 0,05$.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima yang berarti variabel *E-Commerce* dalam penelitian ini memiliki berpengaruh signifikan terhadap Peningkatan Pendapatan sentra industri kripik di Kab. Magetan. Hasil penelitian ini diperkuat kembali dengan teori peningkatan neoklasik yang dikembangkan oleh Robert M. Solow (1970) dari Amerika Serikat dan T.W. Swan (1956) dari Australia. Model Solow-Swan menggunakan unsur peningkatan penduduk, akumulasi kapital, kemajuan teknologi dan besarnya *output* yang saling berinteraksi.

Hal ini pula di dukung dengan hasil wawancara peneliti kepada ketua UMKM di sentra Industri Kripik Pisang Kab. Magetan. Dari hasil wawancara diperoleh informasi terkait adanya penggunaan *Electronic Commerce (E-Commerce)* yang memberikan dampak bagi peningkatan penjualan para produsen kripik pisang di Kab. Magetan sehingga meningkatkan pendapatan mereka dari beberapa tahun belakangan. Memang ada beberapa produsen yang belum

menggunakan sistem *e-commerce* tetapi sejauh ini sudah meningkatnya permintaan akan produk kripik baik dari dalam daerah maupun luar daerah.

2. Analisis Pengaruh *E-Commerce* Terhadap Peningkatan Pendapatan Sentra Industri Keripik Pisang di Kab. Magetan Ditinjau dari Etika Bisnis Islam

Dalam pandangan etika bisnis Islam, hal ini bisnis dan etika tidak dapat dipisahkan sebab dalam melakukan bisnis haruslah memiliki etika terutama dalam transaksi penjualan. Etika bisnis Islam sendiri yang merupakan suatu paradigma yang sangat penting dimiliki oleh setiap pelaku bisnis (pengusaha) agar bisnisnya dapat berjalan lancar dan tetap berada dalam koridor Islamiah. Paradigma etika bisnis Islam adalah aqidah islamiyah, menerangkan bahwa islam adalah agama sekaligus ideologi sempurna mengatur segala aspek kehidupan tanpa kecuali, termasuk aspek ekonomi. Islam tidak memisahkan bisnis dengan etika, sebagaimana Islam tidak memisahkan bisnis dengan etika, sebagaimana islam tidak memisahkan ilmu dengan etika, politik dengan etika.

Yusuf Al-Qardhawi menyatakan bahwa yang membangun ekonomi Islam adalah Ekonomi Islam menghargai nilai harta benda dan kedudukannya dalam kehidupan. Harta merupakan sarana untuk memenuhi kebutuhan- kebutuhan dan membantu melaksanakan kewajiban, seperti sedekah (zakat), haji, dan jihad, serta persiapan untuk memakmurkan bumi. Ekonomi islam memeritahkan manusia untuk berkreasi dan bekerja dengan baik. Islam mengajak kita untuk berusaha dan bekerja. Islam memperingatkan kita dari sikap putus asa dan rasa malas, maka dengan berusaha meningkatkan penjualan melalui teknologi *E-Commerce* dapat diartikan para produsen dan penjual kripik pisang di Kab. Magetan telah memenuhi kewajiban sebagai umat yang taat.

Hal ini sudah jelas bahwa dalam Islam pun dianjurkan untuk memperoleh harta dengan cara usaha/berusaha dan terus berinovasi (merubah keadaan). Usaha yang dimaksud disini adalah tidak hanya berdiam diri namun terus mencari peluang dengan berinovasi yang berada dalam kaidah etika bisnis Islam. Hal serupa juga dijelaskan dalam sebuah hadist Rasulullah SAW bersabda, "*Setiap muslim harus berusaha sekuat tenaga agar keluar dari kemiskinan dan semakin jauh dari kekufuran*" (HR. At-Thabrani). Dari penjelasan hadist diatas dapat disimpulkan bahwa orang Islam harus kaya, dan memanfaatkan harta kekayaan tersebut dijalan yang mulia. Kekayaan bukan milik hak sendiri, melainkan ada hak orang lain didalamnya.

Dalam berbagai literatur Islam, tidak ada satupun ayat atau hadist yang melarang umatnya menjadi kaya. Dalam hal ini Sentra Industri Keripik Pisang Kab. Magetan memerlukan adanya perubahan dalam memasarkan produknya, agar produk yang mereka jual dapat mengalami peningkatan nilai produksi. Sehingga seiring dengan perkembangan jaman, pengguna internet di

seluruh dunia kian makin bertambah, pemasaran dan penjualan melalui media *Electronic Commerce (E-Commerce)* diharapkan dapat membantu para pelaku usaha dalam meningkatkan usahanya dan sesuai dengan etika bisnis Islam.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil uji penelitian dengan menggunakan teknikan alisis regresi linier sederhana, secara parsial dari hasil uji signifikan parametrik individual (uji t) pada variabel *Electronic Commerce (E-Commerce)* berpengaruh signifikan terhadap Peningkatan Pendapatan dengan nilai signifikans ebesar $0,000 < 0,05$. Artinya bahwa kurang lebih 95% variabel *Electronic Commerce (E-Commerce)* mempengaruhi Peningkatan Pendapatan, Sehingga hal ini sesuai dengan teori dan penelitian terdahulu yang digunakan peneliti, sebab *Electronic Commerce (E-Commerce)* memberikan dampak positif bagi kemajuan usaha kripik di sentra industry kripik pisang di Kab. Magetan.

Pengaruh *Electronic Commerce (E-Commerce)* terhadap peningkatan pendapatan bernilai positif karena adanya *e-commerce* membuat pendapatan pemilik usaha meningkat dibandingkan sebelum menggunakannya dan dalam padangan Etika Bisnis Islam, bahwa penggunaan *E-Commerce* pada sentra industri kripik pisang di Kab. Magetan sudah sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, seperti adanya keadilan bagi setiap konsumen baik secara *offline* maupun *online*, adanya sikap tanggung jawab bagi produsen terhadap konsumen, dan kebebasan pada setiap produsen sehingga bersaing secara sehat dan tidak saling menjatuhkan. Dalam pandangan Islam juga mencari harta dengan cara yang benar sangat di anjurkan dan juga Allah memerintahkan setiap hambanya untuk berusaha memperbaiki kehidupannya sehingga terhindar dari kemiskinan. Dengan demikian penggunaan *Electronic Commerce (E-Commerce)* untuk memajukan bisnis kripik di sentra Industri kripik pisang ini sangat diperbolehkan dan memang sesuai dengan prinsip Etika Bisnis Islam.

Bagi Pemerintah dan masyarakat maupun produsen untuk terus mencintai dan membantu mempromosikan produk hasil daerah Kab. Magetan sebagai oleh-oleh khas Magetan dengan menggunakan system secara *online* dengan tetap menggunakan prinsip-prinsi petika bisnis Islam di dalamnya. Dan tetap memproduksi produk kripik pisang ini dengan menggunakan bahan-bahan yang berkualitas baik dan halal. Sehingga dengan begitu dapat meningkatkan prekonomian masyarakat maupun daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Akuntansi dan Manajemen, Yogyakarta: BPFE UGM
- Al-Arif , M. Nur Rianto, 2010, Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah, Bandung : Alfabeta
- Ardansyah dan Olivia Tjioener, 2012, “Profitabilitas Usaha Sentra Keripik Pisang”, Jurnal Dinamika Manajemen (JDM) Vol. 3 No. 2
- Arfida, 2003, Ekonomi Sumber Daya Manusia Jakarta: Ghalia Indonesia
- Case , Karl E., Ray C. Fair, 2007, Prinsip-prinsip Ekonomi, Edisi Kedelapan, Jakarta: Erlangga
- Dawwabah , Asyraf Muhammad, 2008, Meneladani Keunggulan Bisnis Rasulullah, Semarang : Pustaka Nuun
- dengan memanfaatkan e-commerce” Jurnal Sistem Informasi Vol. 2 No.1
- Departemen Pendidikan Nasional, 2011, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Jakarta : Gramedia
- Dewan Standar Akuntansi Keuangan, 2009, Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan tentang Pendapatan No.23, Jakarta : Ikatan Akuntan Indonesia
- Djakfar Muhammad, 2008, Etika Bisnis Islami: Tataran Teoritis dan Praktis, Malang: UIN Malang Press
- Er, A.C, Silvapalan Selvadurai, Ardiansyah, Asmadi, & Hamzah Jusoh, 2011, “Pembangunan Perindustrian dan Impak Terhadap Ekonomi Lokal di Dumai, Riau, Indonesia”, Jurnal of Social Sciences and Humanities, Universiti Kebangsaan Malaysia
- Greenstein, Marilyn and Miklos Vasarhelyi, 2002, Electronic Commerce , New York McGraw Hill
- Gregorius , Chandra, 2001, Pemasaran Global Edisi 1 Yogyakarta: Andi
- Harahap , Sofyan S, 2011, Etika Bisnis dalam Perspektif Islam, Jakarta : Salemba Empat
- Haryanti , Sri, Tri Irianto, 2011, “Rancang Bangun Sistem Informasi E-Commerce Untuk Usaha Fashion Studi Kasus Omah Mode Kudus” Journal Speed Sentra Penelitian Engineering dan Edukasi, Vol.3 No.1
- Himawan, Asep Saefullah dan Sugeng Santoso,2014, “Analisa dan Perancangan Sistem Informasi Penjualan Online (E-Commerce) pada CV Selaras Batik Menggunakan Analisis Deskriptif” Scientific Journal of Informatics, Vol.1 No. 1,
- Jauhari , Jaidan, 2010, “Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM)
- Karmawan , I Gusti Made, 2014, “Dampak Peningkatan Kepuasan Pelanggan Dalam Proses Bisnis E-Commerce Pada Perusahaan Amazon.com” ComTech, Vol. 5 No.2
- Karmawan , I Gusti Made, Arta Moro Sundjaja, Devyano Luhukay, 2010, “Analisis dan Perancangan E-commerce PD. Garuda Jaya”. (Makalah yang disampaikan pada

Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi, yang diselenggarakan oleh Binus University, Yogyakarta

- Kasmadi dan Nia Siti Sunariah, 2013, Panduan Moderen Penelitian Kuantitatif, Bandung: Alfabeth
- Kementrian Agama RI 2010, Al-Qur'an , Tajwid dan Terjemah , Bandung : CV. Penerbit Diponogoro
- Kieso, Weygandt, dan Warfield, 2011, Akuntansi Intermediate, Edisi Kedua Belas, Jakarta :Erlangga
- Madnasir dan Khoirudin, "Etika Bisnis Islam", 2011, Bandar Lampung Seksi Penerbit Fakultas Syariah IAIN Raden Intan Lampung
- Muslich, 2004, Etika Bisnis Islam, Yogyakarta : Ekonosia, 2004
- S, Arikunto, 2006, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik, Jakarta: Rineka Cipta
- S, Munawir , 2002 Analisis Laporan Keuangan , Yogyakarta : Liberty
- Sholihin, Ahmad Ihfan, 2010, Buku Pintar Bank Syariah Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Sugiono, 2013, Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Cetakan-15, Bandung : Alfabeta
- Supranto , J, 2008, Statistik Teori dan Praktik, Edisi Ketujuh, Jakarta : Erlangga, 2008
- Sutejo , Bertha Silvia, 2006, "Internet Marketing : Konsep dan Persoalan Baru Dunia Pemasaran". Jurnal Manajemen, Vol. 6, No.1
- Tarigan , Robinson, 2005, Ekonomi Regional , Jakarta: Bumi Aksara
- Teguh , Muhammad, 2005, Metodologi Penulisan Ekonomi teori dan Aplikasi, Jakarta : Raja GrafindoPersada
- Tika , Moh. Prabundu, 2006, Metodologi Riset Bisnis, Jakarta : Bumi Aksara
- Turban, Efrain, et al, 2002 "E-commerce: A managerial perspective." Low Price Edition.
- Usman , Husaini dan R. Purmono Setiady Akbar, 2000, Pengantar Statistik,, Jakarta: Bumi Aksara
- Utami , Agustin Dyah, Ramadian Agus Triyono, 2011, "Pemanfaatan Blackberry Sebagai Sarana Komunikasi Dan Penjualan Batik Online Dengan Sistem Dropship Di Batik Solo 85" Journal Speed Sentra Penelitian Engineering dan Edukasi, Volume 3 No.3
- Wibowo , Sukarno , Dedi Supriadi, 2003, Ekonomi Mikro Islam , Bandung : Pustaka Setia