

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Ekonomi antar perusahaan di Indonesia yang semakin berkembang pesat membuat persaingan ekonomi menjadi semakin ketat. Perkembangan ini seperti banyaknya sistem perdagangan baru, kemajuan teknologi, dan keinginan konsumen yang semakin terus bertambah. Persaingan dapat terjadi karena adanya globalisasi serta adanya ekonomi pasar bebas. Perkembangan ekonomi tersebut dapat ditandai dengan adanya perubahan-perubahan didalam perusahaan yang menyebabkan perusahaan tersebut akan menghadapi berbagai kendala didalam perkembangan bisnisnya.<sup>1</sup>

Perkembangan teknologi saat ini merupakan salah satu isu utama yang selalu menjadi pusat perhatian. Perkembangan teknologi saat ini tidaklah lepas dari munculnya teknologi internet yaitu merupakan media yang digunakan untuk membantu serta memberikan sebuah realitas baru kepada seluruh manusia yang menyebabkan teknologi internet membuat dampak yang banyak pada perubahan dunia ini.<sup>2</sup>

Kecanggihan teknologi telekomunikasi saat ini menjadi salah satu kebutuhan masyarakat untuk melakukan transaksi dagang dengan menggunakan jaringan internet. Ada beberapa transaksi yang tergolong dalam proses interaksi bisnis konvensional berubah dengan cepat ketika

---

<sup>1</sup> Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2005), hlm 58.

<sup>2</sup> Abdul Wahib dan Mohammad Labib, *Kejahatan Mayantara (Cybercrime)* (Bandung: Refika Aditama, 2005), hlm. 31.

perdagangan secara *face-to-face* mulai digantikan dengan perdagangan *online* berbasis internet. Transaksi perdagangan dengan menggunakan jaringan internet dipercaya bisa mempermudah kegiatan ekonomi didalam melakukan transaksi dan dapat digunakan sebagai solusi dalam terbatasnya waktu.

Pelaksanaan transaksi jual beli dalam bisnis *online*, Adalah transaksi bisnis yang hampir sama dengan transaksi *as-salam*. Berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI) Nomor 05/DSN-MUI/IV/2000, jual beli salam diartikan sebagai jual beli barang dengan cara pemesanan dan pembayaran harga lebih dahulu dengan syarat – syarat tertentu.<sup>3</sup> Transaksi *as-salam* adalah transaksi yang dilakukan dengan pembayarannya secara tunai atau diserahkan dulu tetapi penyerahan barang bisa ditangguhkan.<sup>4</sup>

Islam melihat bisnis *online* adalah sebagai transaksi bisnis yang dibolehkan namun tetap ada dalam konteks syariah. Kemajuan teknologi bagi islam tidak boleh menjadi celah seseorang untuk bisa mengeksploitasi yang lainnya dan harus aman digunakan karena prinsip syari'ahnya harus tetap terpenuhi.<sup>5</sup>

Secara singkat bisnis *online* bisa menjadi sebagai sebuah kemudahan dalam melakukan transaksi bisnis, yaitu dengan banyaknya

---

<sup>3</sup> Chandra Ahmadi dan Dadang Hermawan, *E-Business & E-Commerce*, Yogyakarta: ANDI OFFSET, 2013, hlm. 2

<sup>4</sup> Haris Faulidi Asnawi, *Transaksi Bisnis E-commerce Perspektif Islam*, (Yogyakarta: Magistra insani press), 2004

<sup>5</sup> Jusmaliani dkk, *Bisnis Berbasis Syariah: Pandangan Terhadap E-commerce*, (Jakarta: Bumi Aksara), 2008 hlm 43.

kemudahan serta banyaknya fasilitas yang telah diberikan. Di samping segala kemudahan dalam melakukan bisnis dengan transaksi secara *online*, ternyata bisnis *online* juga dapat menimbulkan masalah. Salah satu masalah yang muncul dalam transaksi *online* ini adalah mengenai kualitas barang yang dijual. Adakalanya antara gambar dan barang yang dikirim itu tidak sama hal tersebut karena pembeli tidak bisa melihat langsung bagaimana kondisi barang yang akan dibelinya.

Sekarang persaingan bisnis yang semakin kompetitif dan pesatnya perkembangan teknologi informasi maupun komunikasi mengakibatkan pendeknya siklus produk. Pentingnya memberikan pelayanan yang sebagai sumber keunggulan memiliki banyak peran dalam memperbaiki pelayanan terhadap konsumen serta dapat menghindari masalah-masalah yang muncul.<sup>6</sup> Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Perusahaan yang mampu memberikan keunggulan pelayanan, akan menciptakan nilai positif bagi perusahaan. Dengan adanya pelayanan yang memadai, pelanggan akan merasa puas serta mendorong pelanggan untuk menggunakan produk itu kembali. Penting memberi pelayanan yang terbaik dan sesuai harapan pelanggan, karena pelayanan tidak hanya sekedar melayani, tetapi berarti mengerti, memahami, dan merasakan sehingga penyampaiannya bisa mengenai hati

---

<sup>6</sup>Lina Antanan, *Service Exchellenge Competing Trough Competitiveness* , (Bandung : Alfabeta, 2008), 69

pelanggan sehingga mampu memperkokoh posisi perusahaan dalam pikiran pelanggan.<sup>7</sup>

Seperti yang dilakukan oleh Ehg\_id Kediri, Ehg\_id Kediri sendiri adalah kepanjangan dari Ecer Harga Grosir. Awalnya Ehg\_id Kediri dimulai dari niat coba-coba sekaligus hanyalah sebagai sambilan pekerjaan utama Risa Setyowati (pemilik), dengan memulai membuka toko offline yang berada di Jl. Mayor Bismo No. 147 B Semampir Kota Kediri. Ehg\_id Kediri adalah produsen yang bergerak di fashion khususnya pakaian wanita, karena adanya prospek baik yang dilihat pemilik mulai mengembangkan usaha ini. Pada tahun 2015 toko Ehg\_id Kediri menjual barangnya melalui *offline* saja namun seiring berjalannya waktu kini toko Ehg\_id Kediri mulai menjual barang secara *online*. Ehg\_id Kediri menjual barang secara online pada sosial media dan *e-commerce* sejak 3 tahun yang lalu. Pemilik mengakui bahwa jual beli yang dilakukan melalui media *online* atau *e-commerce* memiliki cakupan pembeli yang lebih luas seperti hingga bisa melakukan pengiriman luar kota. *Online shop* Ehg\_id Kediri juga termasuk online shop yang paling banyak diminati jika dilihat dari banyaknya pengikut di media sosial instagram maupun *e-commerce shopee*. Berikut contoh beberapa tabel *onlineshop* yang ada di wilayah kediri.

---

<sup>7</sup> Thorik G dan Utus H, *Marketing*, (Jakarta: Gema Insani, 2006),77

**Tabel 1.1**  
**Beberapa contoh *onlineshop* yang ada di wilayah kediri**

No	Nama <i>Online Shop</i>	Pengikut di Instagram	Pengikut di Shopee
1.	EHG_ID Kediri	71,1 RB	6, 1 RB
2.	Nadia_grosir Kediri	8,2 RB	3 RB
3.	Butik Zarv.id	13,3 RB	1 RB
4.	Nasha Outfit Kediri	28,8 RB	1,1 RB

Sumber : Observasi pada tanggal 02 Januari 2020

Dalam menjual produknya *dionline* Ehg\_id Kediri juga selalu mengedepankan kejujuran dalam menjual barangnya dan jauh dari unsur *gharar*. Jika *online shop* pada umumnya hanya mengirimkan gambar dari produsen atau konveksi disini pemilik selalu memberikan foto ataupun video barang secara asli (*realpict*) beserta keterangan karakteristik bahan dan ukuran bahkan setiap harinya Ehg\_id Kediri juga mempunyai karyawan yang ditugaskan untuk mereview barang, sehingga dalam hal karakteristik bahan, ukuran dan warna selalu dijelaskan secara nyata (*real*).

Pada proses penjualan pemilik akan langsung mengirim barang jika pembeli sudah mengirim bukti transfer pembelian barang. Dari kejujuran serta selalu memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen tersebut Ehg\_id Kediri selalu banjir orderan dan selalu mendapatkan komentar positif dari para pelanggannya, karena Ehg\_id Kediri dalam berbisnis *online* tidak pernah mengandung unsur penipuan atau

ketidakpastian. Dibawah ini merupakan tabel penjualan toko Ehg\_id Kediri.

**Tabel 1.3**  
**Data Penjualan *online* Rata-rata Tiap Tahun Toko Ehg\_id**

<b>Tahun</b>	<b>Penjualan Tiap Tahun (pcs)</b>
2017	5.500
2018	7.200
2019	11.000

Sumber: Data penjualan Toko Ehg\_id Kediri

Dari tabel diatas bisa diketahui bahwa peningkatan penjualan *online* Ehg\_id Kediri setiap tahunnya mengalami peningkatan. Pada tahun 2017 Ehg\_id Kediri menjual 5.500pcs produk, dan tahun 2018 mengalami peningkatan yaitu sebanyak 41% yaitu sebesar 7.200pcs produk. Pada tahun 2019 *onlineshop* Ehg\_id Kediri mengalami peningkatan lagi sebanyak 52 % menjadi 11.000pcs produk.

Jika dilihat dari kesuksesan yang diraihny diatas, kini meningkatnya penjualan toko Ehg\_id Kediri adalah bukti yang nyata bisnis *online* dalam menunjang para pedagang, serta pelayanan yang terbaik yang selalu diterapkan. Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka disini penulis tertarik membahas penelitian yang berjudul “**Analisis Pelayanan *Online shop***

## **Ehg\_id Kediri dalam Meningkatkan Penjualan Perspektif Bisnis Syariah”.**

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pelayanan Ehg\_id Kediri dalam meningkatkan penjualan ?
2. Bagaimana pelayanan Ehg\_id Kediri dalam meningkatkan penjualan perspektif bisnis syariah ?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pelayanan Ehg\_id Kediri dalam meningkatkan penjualan
2. Untuk mengetahui pelayanan Ehg\_id Kediri dalam meningkatkan penjualan perspektif bisnis syariah

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Kegunaan secara teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan keilmuan dibidang Ekonomi Syariah, terutama dalam bidang bisnis syariah.

## 2. Kegunaan secara praktis

### a. Bagi penulis

Dari hasil dari penelitian ini penulis berharap, dapat meningkatkan kemampuan dalam penelitian ilmiah dan dapat mengetahui lebih jauh tentang Ekonomi Syariah yang menerangkan tentang pelayanan bisnis syariah dalam meningkatkan penjualan.

### b. Bagi IAIN Kediri Fakultas FEBI Jurusan Syariah Program Studi Ekonomi Syariah

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan dalam mengembangkan Ilmu Ekonomi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri Fakultas FEBI Jurusan Syariah Program Studi Ekonomi Syariah dalam memberikan pengetahuan dari sisi realitas ekonomi dalam masyarakat yang kemudian dapat ditelaah dan ditindak lanjuti, yaitu pelayanan bisnis syariah dalam meningkatkan penjualan.

### c. Bagi Pemilik Usaha atau Pembisnis

Penelitian ini diharapkan mampu membuat pemilik usaha lebih faham dan mampu mendorong pemilik usaha untuk mengaplikasikan bisnis syariah dalam bisnisnya. Sedangkan jika pemilik usaha sudah mengaplikasikannya maka bisa mempertahankan dan meningkatkan lagi pelayanan bisnis syariahnya.



d. Bagi Masyarakat

Dari penelitian ini penulis memiliki harapan, agar masyarakat bisa mengetahui bahwa dalam Islam diajarkan tata cara bisnis syariah yang mana masyarakat diharapkan bisa lebih memahami dan mengaplikasikan.

**E. Telaah Pustaka**

Berikut Telaah Pustaka yang digunakan penulis:

1. *Praktek Jual Beli Online Pada Situs TokoPedia.com Di Tinjau Dari Prinsip Dasar Fiqh Muamalah* Oleh Inggita Drawina (2018), Mahasiswi IAIN Kediri

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara mendalam bagaimanakan praktek jual beli *online* pada situs *Tokopedia.com* jika ditinjau dari prinsip dasar fiqh muamalah. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa praktek jual beli *online* pada situs *Tokopedia.com* melibatkan tiga pihak dimana *Tokopedia.com* sebagai perantara mempunyai banyak sekali peran penting dalam transaksi jual beli antara penjual dan pembeli. Praktek jual beli *Tokopedia.com* termasuk kedalam aspek muamalah yang pada dasarnya *mubah* (diperbolehkan), keberadaanya juga menjadi suatu kemaslakatan bagi masyarakat berupa efisiensi waktu dan banyaknya kemudahan.

2. *Analisis Praktek Perdagangan Online Ditinjau Dari Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Toko Bagus.com ) Oleh Muzayanatul Fuadiyah (2014), Mahasisiwi IAIN Kediri.*

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Adapun hasil dari penelitian tersebut yaitu praktek perdagangan online di Toko *Bagus.com* sama dengan perdagangan pasar pada umumnya, dimana banyak lapak-lapak pedagang yang menjajakan dagangannya serta banyak pembeli. Tinjauan ekonomi islam pada perdagangan *online* toko Bagus.com adalah seperti akad jual beli *as-Salam*, karena barang ditanggung dalam penyerahannya dan ini diperbolehkan selama tidak mengandung unsur-unsur yang merusaknya seperti riba, penipuan maupun kecurangan.

3. *Efektifitas E-commerce Dalam Meningkatkan Penjualan DiToko Komputer "EG Computer" Purwokerto Oleh Erlin Rosyita (2018), Mahasiswi IAIN Purwokerto.*

Penelitian ini adalah jenis penelitian yang menggunakan metode kualitatif deskriptif. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui efektivitas e-commerce dalam meningkatkan penjualan pada Toko Komputer "EG Computer" Purwokerto, dan menganalisis pandangan ekonomi Islam terhadap strategi pemasaran *e-commerce*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penjualan EG Computer Purwokerto menggunakan sistem *e-commerce* terbukti dapat meningkatkan volume penjualan produk-produk di EG Computer Purwokerto. Sedangkan

menurut pandangan hukum islam strategi pemasaran yang digunakan pada media e-commerce dalam meningkatkan penjualan adalah sama dengan transaksi biasa yang dilakukan pada jual beli di dunia nyata. Walaupun penjual serta pembeli tidak bertemu langsung seperti di dunia nyata, akan tetapi *ijab* dan *qabul* tetap bisa dilakukan melalui via online hingga terjadinya kesepakatan antara pembeli serta penjual.

4. *Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Minat Beli Melalui Sistem Online Shop* Oleh Maudy Vena Meylinda (2017), UIN Alauddin Makasar.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pandangan islam terhadap minat beli melalui sitem *online shop*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa beberapa informan yaitu mahasiswa UIN Alauddin Makasar lebih berminat berbelanja melalui media *online* atau biasa yang disebut dengan *onlineshop*. Jika dibandingkan dengan berbelanja secara langsung atau seperti pada supermarket, toko kelontong, maupun pasar mahasiswa UIN Alauddin Makasar lebih tertarik dengan berbelanja di media *online*. Hal tersebut dikarenakan berbelanja melalui media *online* sangatlah menghemat waktu bahkan harga yang ditawarkan juga bisa lebih murah. Sedangkan pandangan ekonomis islam tentang minat beli melalui *online* diperbolehkan selagi kesepakatan jual beli jelas serta hal tersebut dilakukan tidak ada unsur kezaliman, riba, ataupun unsur penipuan

Penelitian ini mempunyai beberapa persamaan dengan penelitian sebelumnya yaitu yang pertama, sama-sama meneliti tentang bisnis *online*. Kedua, peneliti sama – sama menggunakan metode penelitian kualitatif didalam penelitiannya.

Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah terletak pada objek yang dijadikan tempat penelitian serta teori yang digunakan.