

# Analisis transaksi e-commerce dan modal terhadap peningkatan pendapatan usaha mikro kecil dan menengah dalam perspektif Islam

Rimi Gusliana Mais<sup>1\*</sup>, Saiful Muchlis<sup>2</sup>, Munir<sup>3</sup>, & Aski Khoirunnisa<sup>3</sup>

SERAMBI

1

<sup>1,4</sup> Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta, Jakarta, Indonesia

<sup>2</sup> Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Indonesia

<sup>3</sup> Sekolah Tinggi Ilmu Syari'ah Al-Manar, Jakarta, Indonesia

## Abstrak

Kajian ini berfokus pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) kuliner di Kecamatan Kelapa Gading, Jakarta. Menurut temuan penelitian, sebagian besar informan mematuhi standar etika berbasis hukum Islam untuk menjalankan bisnis, seperti menjaga kualitas produk, menggunakan bahan baku berkualitas tinggi, memberikan layanan pelanggan yang sangat baik, bersikap ramah kepada pelanggan, dan membuat pengaturan harga yang wajar. Sebagian besar informan mengetahui dan mahir menggunakan akad bai'asalam dalam transaksi e-commerce yang legal. Namun, beberapa tidak mengerti karena ketidaktahuan mereka. Pelaku usaha lebih memilih menggunakan modal pribadi karena memiliki beberapa keunggulan, seperti menekan biaya operasional, meminimalisir kerugian, memikirkan perekrutan karyawan, dan mengelola pemasaran yang sukses.

## Public interest statement

Hasil penelitian ini dapat menambah wawasan baru bagi pemilik UMKM dalam menjalankan usahanya dengan tetap berpegang pada nilai-nilai Islam.

**Keywords:** Islamic business, Financial capital, E-commerce, MSME

**Paper type:** Case study

✉ Corresponding:

Rimi Gusliana Mais

Email: [rimi\\_gusliana@stei.ac.id](mailto:rimi_gusliana@stei.ac.id)

Received 31 Mar 2022  
Revised 10 Dec 2022  
Accepted 15 Dec 2022  
Online First 03 Jan 2023



SERAMBI: Jurnal Ekonomi  
Manajemen dan Bisnis Islam,  
Vol 5, No. 1, 2023, 1-18  
eISSN 2685-9904



© The Author(s) 2023

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).use.

**Abstract**

This study focuses on culinary micro, small and medium enterprises (MSMEs) in Kelapa Gading District, Jakarta. According to research findings, most informants adhere to Islamic law-based ethical standards to conduct business, such as maintaining product quality, using high-quality raw materials, providing excellent customer service, being friendly to customers, and making reasonable arrangements for prices. Most informants know and are proficient in using the bai'as-salam contract in legal e-commerce transactions. However, some do not understand because of their ignorance. E-commerce is a digital banner that everyone can see. It makes it easier to get customers and makes running a business more profitable. Business actors prefer to use personal capital because it has several advantages, such as reducing operational costs, minimizing losses, thinking about hiring employees, and managing successful marketing.

**Public interest statement**

The results of this study can add new insights for MSME owners in running their businesses while adhering to Islamic values.

**Pendahuluan**

Banyak sekali orang di Indonesia yang berprofesi sebagai pedagang, baik besar maupun kecil. Mereka juga dikenal sebagai UMKM. Menurut Indrarini (2017), usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan mayoritas pelaku usaha di negara ini dan merupakan komponen terpenting dari perekonomian rakyat. Kontribusi mereka terlihat dalam aspek-aspek seperti perluasan sumber pendapatan, kesempatan kerja, pembangunan ekonomi pedesaan, dan perluasan ekspor nonmigas. Ada berbagai macam UMKM di seluruh Indonesia, dan mereka berkembang pesat. Untuk tahun 2018, data Kementerian Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah (KUKM) menunjukkan bahwa terdapat 64,2 juta UMKM di Indonesia, yang merupakan 99,99% dari pelaku usaha negara dan mempekerjakan 117 juta orang, atau 97 persen dari kapasitas penyerapan tenaga kerja di sektor niaga.

Menurut Suyanto dan Purwanti (2020), UMKM berperan penting dalam perekonomian Indonesia dengan membantu individu dalam distribusi pendapatan, penciptaan lapangan kerja untuk mengurangi pengangguran, penguatan ukhuwah antar umat beragama, pengajaran ekonomi syariah, dan penciptaan komunitas. kreativitas tanpa menghilangkan tradisi dan budaya masyarakat setempat. Pelaku UMKM mempersepsikan keterbatasan teknologi sebagai penghambat berkembangnya UMKM; banyak pelaku UMKM yang masih kesulitan untuk memanfaatkan teknologi saat ini khususnya E-commerce yaitu penjualan barang secara online.

Pertumbuhan internet yang berfungsi sebagai media untuk memperkenalkan dan menjual barang dan jasa kepada konsumen tidak lepas dari e-commerce. Dalam Islam, perkembangan perbaikan mekanis tidak berbenturan dengan kemajuan keuangan Islam karena Islam memandang ekonomi sebagai satu kesatuan yang tidak dapat dijauhi dalam kehidupan individu. Padahal ajaran Islam yang disampaikan oleh Nabi Muhammad SAW memiliki ciri khas tersendiri yang bersifat komprehensif. Ciri-ciri tersebut antara lain mencakup seluruh aspek kehidupan, baik aspek sosial dan ritual (Mu'amalah) serta

perubahan kehidupan sosial yang bergeser mengikuti perkembangan zaman (Aisyah & Achiria 2019).

Dalam dunia bisnis, membangun bisnis membutuhkan modal atau yang sering kita sebut modal. Kebutuhan modal sangat besar, karena banyak pihak berpartisipasi dalam kepentingan ini. Selain menyangkut kepentingan banyak pihak, modal sangat menentukan kemampuan perusahaan dalam melakukan kegiatan usaha dan mempengaruhi risiko perusahaan itu sendiri. Modal adalah kekayaan yang harus digunakan untuk membuat produksi lebih efisien. Pentingnya modal dalam kehidupan manusia diungkapkan dalam Al Quran surat Ali Imran ayat 14.

*.Artinya: "Dijadikan indah pada (pandangan) manusia kecintaan kepada apa-apa yang diingini, yaitu wanita-wanita, anak-anak, harta yang banyak dari jenis emas, perak, kuda pilihan, binatang-binatang ternak dan sawah lading. Itulah kesenangan hidup di dunia, dan disisi Allah lah tempat kembali yang baik (surga)".*

Dengan berkembangnya teknologi, masyarakat semakin mudah untuk berbelanja, antrean yang rumit tanpa hambatan. Berbelanja kini dapat dilakukan tanpa harus bepergian, cukup mencari barang secara online melalui handphone dan melakukan transaksi dan pesanan akan sampai dengan cepat, aman, murah dan nyaman. Kemudahan ini berdampak positif bagi semua lapisan masyarakat, mulai dari ibu rumah tangga yang tidak bisa bepergian, pebisnis yang sibuk hingga kaum milenial (Hanny et al. 2020). Selain itu, pelaku UMKM menghadapi kendala pembangunan ekonomi yang terhambat dan sebagian besar bergantung pada modal apa pun. mereka miliki (Made et al. 2016).

Beberapa penelitian mengikuti peneliti sebelumnya seperti Samad (2019) Peneliti mengatakan bahwa transaksi e-commerce diperbolehkan menurut hukum Islam, antara lain:(1) dalam penjualan langsung atau melalui aktivitas e-niaga resmi (diizinkan). (2) Internet adalah media transaksi dimana penjual dan pembeli bertemu untuk membuat kontrak sesuai dengan mekanisme yang disepakati, penjelasan rinci dan kesepakatan. (3) Sehubungan dengan keluhan tersebut, meskipun bukan merupakan ucapan langsung, namun dengan mengklik "accept" pada Aplikasi E-commerce dianggap diterima dan sah. Sara & Fitriyani (2020) dengan jelas menegaskan bahwa e-commerce digunakan sesuai dengan hukum Islam di dunia komersial dan berdampak besar pada peningkatan pendapatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. (UMKM). Dalam perspektif lain, Sholikhin & Fitri (2019) Berdasarkan estimasi penjualan e-commerce, masih kurangnya kepercayaan terhadap e-commerce berdasarkan hukum Islam pada transaksi, sistem pembayaran, hak-hak rakyat hak konsumen, hak produsen dan hukum penjualan di e-commerce. Oleh karena itu, perlu dilakukan kajian hukum Islam untuk memberikan landasan hukum bagi transaksi tersebut.

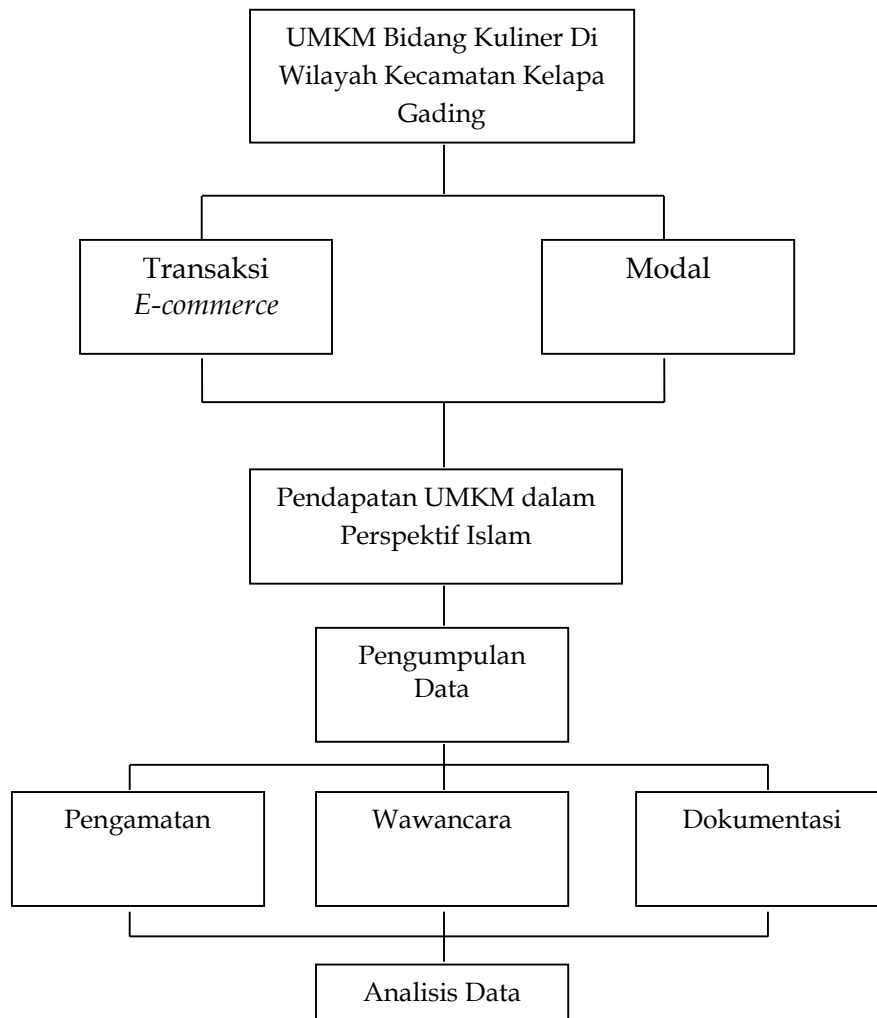
Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis transaksi e-commerce dan permodalan dalam meningkatkan pendapatan usaha mikro, kecil, dan menengah perspektif muslim pada sektor kuliner di kecamatan Kelapa Gading. Pertanyaan tersebut berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pelaku usaha di subdivisi Kelapa Gading, dimana informan melaporkan bahwa mayoritas mengikuti standar etika perilaku bisnis berdasarkan hukum Islam. seperti menjaga kualitas barang, menggunakan bahan baku yang baik, melayani dengan baik dan bersikap baik. Bersikap baik kepada pelanggan. konsumen dan menetapkan harga yang relatif terjangkau. Sebagian besar informan memahami dan menggunakan akad

bai'as-salam dengan baik dalam transaksi e-commerce yang digunakan dalam bisnisnya, namun sebagian tidak memahami karena kurangnya pengetahuan. bangun. E-commerce adalah spanduk digital yang dapat dilihat semua orang, memudahkan untuk mendapatkan pelanggan dan meningkatkan pendapatan dalam bisnis mereka. Pelaku bisnis lebih memilih menggunakan modal pribadi karena memiliki sejumlah keuntungan seperti menekan biaya operasional, meminimalisir kerugian, mempertimbangkan seleksi dan penanganan karyawan. pemasaran yang efektif.

## Deskripsi kasus

### Bisnis dalam Islam

Padahal, keseharian masyarakat sangat dekat dengan kata bisnis. Bisnis adalah produksi barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia. Barang dan jasa didistribusikan kepada mereka yang membutuhkannya. Dari usaha distribusi inilah pedagang mendapatkan keuntungan atau keuntungan. Dengan adanya kebutuhan masyarakat akan suatu produk atau jasa, maka akan muncul wirausahawan untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Islam mengatur segala aktivitas manusia, termasuk perilaku muamalah, menetapkan batasan-batasan yang boleh (halal) dan yang tidak (haram). Dalam kasus syariah, bisnis yang dilakukan harus berdasarkan syariah. Segala peraturan perundang-undangan yang berlaku adalah untuk melindungi badan usaha agar tidak mendapatkan kesempatan halal dan diridhoi oleh Allah SWT serta untuk menciptakan kesejahteraan yang merata.



### **Gambar 1.**

#### *Kerangka Pemikiran*

Struktur Pemikiran adalah diagram yang menguraikan alur logis dari suatu penelitian. Menurut Polancik (2009) kerangka kerja didasarkan pada pertanyaan penelitian dan mewakili sekumpulan konsep yang berbeda dan hubungan antar konsep tersebut. Di bawah ini adalah garis besar dari penelitian ini.

#### **Deskripsi obyek penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sektor kuliner di wilayah Kecamatan Kelapa Gading. Kecamatan Kelapa Gading merupakan wilayah Jakarta Utara dengan luas daerah 1.663,7 hektar yang terdiri dari kelurahan Kelapa Gading Barat, Pegangsaan Dua dan Kelapa Gading Timur. Kecamatan Kelapa Gading merupakan kawasan pusat bisnis seperti mangga dua, pluit dengan berbagai jenis kegiatan ekonomi seperti perbankan, bisnis property, pasar tradisional, minimarket, pusat perbelanjaan seperti mall-mall serta banyak perumahan di daerah Kelapa Gading yang dijadikan sebagai tempat usaha mikro kecil menengah yang menjual beberapa makanan. Kecamatan Kelapa Gading menjadi sentra konsumsi dengan berbagai macam makanan Indonesia, Jepang Tiongkok, dan makanan luar negeri lainnya yang disebut dengan Gading Food City La Piazza. Dengan memiliki ciri khas menghadirkan pemikiran pasar tempo dulu

## **Metode**

### **Strategi penelitian**

Strategi pencarian dengan judul "Analisis E-commerce dan Permodalan Terhadap Pertumbuhan Pendapatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Perspektif Islam" menggunakan metode pencarian deskriptif kualitatif oleh Sugishirono (2017:9) Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang didasarkan pada filosofi post-positivis, yang digunakan atau ditafsirkan untuk mempelajari keadaan objek yang alamiah oleh peneliti sebagai sarana utama dan teknik pengumpulan data yang dilakukan. Dalam triangulasi, data yang diperoleh cenderung bersifat kualitatif, analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan

hasil penelitian kualitatif dimaksudkan untuk memaknai, memahami keunikan, dan memahami fenomena. Digunakan untuk membangun dan menemukan hipotesis. fenomena. Oleh karena itu, peneliti harus berhati-hati untuk mendapatkan informasi langsung dari subjek untuk mendapatkan data dan mengetahui apa yang terjadi pada subjek (Sara & Fitryani 2020).

### **Metode analisis data**

Metode analisis data penelitian ini menggunakan teknik pengolahan triangulasi. Menurut Sugishirono (2017), triangulasi sumber adalah cara memperoleh data dari sumber yang berbeda dengan menggunakan teknik yang sama, yaitu teknik wawancara semi terstruktur. Teknik triangulasi setara dengan membandingkan hasil wawancara dengan subjek penelitian untuk mengecek keabsahan data. Triangulasi digunakan untuk mencari perbedaan data dari satu pelapor (whistleblower) dengan pelapor lainnya. Oleh karena itu, diperlukan teknik yang dapat mengintegrasikan perbedaan data agar dapat ditarik kesimpulan yang tepat dan akurat.

## **Hasil dan evaluasi**

Hasil penelitian ini diperoleh melalui wawancara secara langsung terhadap informan yang dilakukan oleh peneliti dari tanggal 17 agustus 2021 sampai 21 agustus 2021. Para informan merupakan pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) bidang kuliner di wilayah kecamatan Kelapa Gading.

### **Hasil observasi**

Peneliti melakukan observasi terhadap para pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) di wilayah kecamatan Kelapa Gading khususnya bidang kuliner yang menjual produknya secara online serta menerapkan transaksi secara hukum syariat Islam karena di wilayah Kelapa Gading tidak semua pelaku UMKM beragama Islam serta menjual produknya secara online. Sebelum melakukan wawancara peneliti melakukan observasi berdasarkan pengamatan langsung peneliti dengan mendatangi secara langsung pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) di wilayah kecamatan Kelapa Gading. Setelah dilakukan observasi di wilayah kecamatan Kelapa Gading diketahui bahwa hanya ada beberapa pelaku UMKM yang memenuhi kriteria. Maka dari itu peneliti hanya mendapat 5 pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang dapat peneliti jadikan sebagai informan.

### **Hasil wawancara**

#### *Pengetahuan tentang Transaksi E-commerce para pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM)*

Perkembangan teknologi yang semakin maju memberikan keuntungan bagi semua pihak. Perkembangan teknologi dalam bidang perdagangan yaitu perdagangan elektronik. Dimana antara pihak penjual dan pembeli tidak bertemu secara langsung, melainkan hanya melalui internet dan disinilah terjadinya transaksi elektronik atau *E-commerce* atau bisa disebut dengan

jual beli online. *E-commerce* adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang atau jasa melalui sistem elektronik seperti internet, televisi, *website*, atau jaringan umum lainnya yang kemungkinan seluruh dunia bisa melihatnya. Para pelaku UMKM di wilayah Kelapa Gading bidang kuliner saat ini sudah banyak yang menggunakan platform *E-commerce* yang digunakan untuk mempromosikan produk mereka dengan begitu para pelaku mengetahui apa itu transaksi *E-commerce* hal ini sebagaimana disampaikan oleh para informan:

“Transaksi *E-commerce* yang lagi trend sekarang yaa, jual beli online melalui internet seperti aplikasi Shopee, Go-jek, Grab” (Bapak MS).

“Transaksi *E-commerce* itu merupakan jual beli online antara penjual dan pembeli melalui online tanpa harus orang saling bertemu. dan pembayaran bisa melalui cash seperti Shopee atau melalui transfer” (Ibu IM).

“Transaksi *E-commerce* adalah transaksi jual beli antara penjual dan pembeli secara online dengan menggunakan media internet. Contohnya mungkin Tokopedia, Shopee Go-jek, dan Grab seperti itu mba” (Bapak RS).

“Transaksi *E-commerce* itu jual beli secara online yang saat ini lagi ramai dengan berbagai aplikasi yang terjadinya transaksi selain itu *E-commerce* tempatnya orang bertemu tanpa tau orang nya seperti apa, dewasa atau tidak seperti itu sih menurut saya” (Bapak IS).

“Transaksi *E-commerce* menurut saya ya seperti Shopee, Tokopedia tapi kalau untuk makanan seperti Go-Food, Grab-Food dan yang baru Shopee-Food” (Bapak AN).

Berdasarkan hasil dari pemahaman para informan bahwa mereka paham apa itu *E-commerce* yang digunakan dalam proses transaksinya apalagi saat ini *E-commerce* banyak digunakan masyarakat sebagai salah satu media elektronik yang memudahkan transaksi jual beli sama seperti pengertian dari *E-commerce* adalah transaksi pembelian, penjualan, dan pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik atau online melalui internet, yang dapat dilihat di seluruh dunia tanpa perlu bertemunya pembeli dan penjual secara langsung. Aplikasi *E-commerce* yang mereka gunakan paling banyak seperti Go-food, Grab-food dan Shopee-food karena banyak masyarakat untuk membeli makanan menggunakan aplikasi tersebut.

#### *Manfaat penggunaan E-commerce para pelaku UMKM*

Dengan pengetahuan para pelaku usaha tentang *E-commerce*, para pelaku usaha jadi mengerti apa saja manfaat yang akan diperoleh dengan penggunaan *E-commerce* ini memudahkan para pelaku usaha menjalankan kegiatan transaksi jual beli melalui platform *E-commerce* yang sedang banyak digunakan saat ini seperti Tokopedia, Shopee, dan untuk makanan seperti Go-food, Grab-food. Selain itu *E-commerce* sangat menunjang kegiatan usaha hal ini sebagaimana disampaikan oleh para informan antara lain: Menurut Bapak ST, dengan menggunakan *E-commerce* mendapatkan manfaat serta meningkatkan pendapatan penjualannya.

“Saya kalau jualan secara langsung atau offline biasanya hanya laku 80 gelas sampai 100 gelas per hari, namun dengan saya menjual melalui online bisa laku

sekitar 100 gelas sampai 200 gelas per hari dan sudah 2 tahun menggunakan aplikasi Go-food dan Grab-food”.

Namun sedikit berbeda dengan informan terakhir yaitu Bapak AN, walaupun menggunakan *E-commerce* dalam usahanya tetapi masih banyak para pembeli datang langsung ke tempat.

“ Masih banyak para pelanggan datang langsung ke sini, namun *alhamdulillah* ini juga menambah penghasilan usaha saya sekitar Rp. 500 sampai Rp. 600 ribu bersih per hari dan sudah sekitar 1 sampai 2 tahun saya menggunakan Go-food dan Grab-food”.

Berdasarkan hasil beberapa pernyataan para informan bahwa sebagian besar menyatakan *E-commerce* sangat membantu meningkatkan penjualan. Selain transaksi secara langsung, transaksi melalui *E-commerce* di ketahui meningkatkan jumlah pendapatan para pelaku usaha apalagi di pengaruhi oleh pandemi beberapa tahun ini sehingga mengurangi mobilitas masyarakat untuk melakukan kegiatan di luar. Sehingga penggunaan media internet seperti *E-commerce* semakin meningkat. Para pelaku usaha sebagian besar sudah menggunakan *E-commerce* lebih dari satu tahun dan itu menunjukkan bahwa *E-commerce* sudah menjadi salah satu alat media promosi digital yang mudah, cepat, hemat dan jangkauan lebih luas.

#### *Kendala penggunaan E-commerce para pelaku UMKM*

Dengan adanya teknologi aplikasi *E-commerce* para pelaku bisa memanfaatkan untuk memudahkan usahanya, meningkatkan pendapatan, memperluas pasar. Namun, dengan berbagai faktor yang mempengaruhi penggunaan *E-commerce* oleh para pelaku UMKM terdapat berbagai kendala yang akan dihadapi yang dipengaruhi dengan kurangnya pemahaman tentang teknologi, informasi, pendidikan, serta perbedaan manajemen usahanya. Sebagaimana pula para pelaku UMKM bidang kuliner yang berada di Kelapa Gading memiliki beberapa kendala dalam penggunaan *E-commerce* hal ini disampaikan oleh informan.

“Selama penggunaan *E-commerce* tidak ada, namun harus mengikuti peraturan dari manajemen *E-commerce* yang kadang tidak sejalan dengan pedagang” (Bapak SY).

“Alhamdulillah belum ada kendala penggunaan *E-commerce* ini namun alhamdulillah pesanan saya lagi banyak..” (Ibu IM).

“Alhamdulillah tidak ada mba...dan semoga saja tidak ada yaa mbaa...” (Ibu SU).

Namun berbeda pendapat menurut informan yang keempat bahwa dalam penggunaan *E-commerce* ini terdapat dua kendala hal ini disampaikan oleh Bapak Isa:

“Kendala pertama dalam program promo tidak ada subsidi 100% oleh pihak manajemen *E-commerce*, sedangkan pelaku usaha harus tetap mengikuti program tersebut. Kendala kedua dalam perputaran uang di aplikasi yang

tidak bisa di ambil langsung harus menunggu 2 sampai 3 hari yang mengakibatkan pelaku usaha tidak mendapatkan uang cash”.

“Belum ada kendala dalam penggunaan aplikasi *E-commerce*” (Bapak AN).

Berdasarkan hasil beberapa pernyataan informan tentang kendala penggunaan *E-commerce* bahwa ada sebagian informan yang merasa belum ada kendala selama penggunaan *E-commerce* dan pelaku usaha setuju atau sejalan dengan manajemen *E-commerce* sehingga merasa tidak dirugikan. Namun ada sebagian informan merasa ada kendala selama penggunaan *E-commerce* mulai dari perbedaan sistem pelaku usaha dengan manajemen *E-commerce* yang tidak sama serta para pelaku usaha ada yang merasa keberatan bila ada biaya admin serta pajak yang harus di bayarkan, program promo yang harus di ikuti dengan tidak memberikan subsidi 100% kepada pelaku usaha hingga uang digital yang tidak bisa di ambil langsung harus menunggu 2 sampai 3 hari uang bisa di ambil sehingga para pelaku usaha tidak memegang uang cash.

#### *Pengetahuan tentang hukum akad jual beli dalam Transaksi E-commerce*

Proses transaksi jual beli merupakan kegiatan sehari-hari dalam kegiatan masyarakat, jual beli dapat diartikan sebagai transaksi tukar menukar, baik barang di tukar dengan uang, uang sesama uang, dan barang sesama barang. Namun, objek tukar menukar dalam jual beli terbatas pada benda, sebab penyewaan dan pernikahan yang objeknya fasilitas serta kenikmatan merupakan persoalan lain yang berbeda. Jika diperhatikan istilah jual beli merupakan gabungan dari dua kata yang saling berlawanan. Hal ini disebabkan kegiatan berniaga hanya bisa terlaksana jika ada penjual dan juga pembeli. Penjual merupakan pihak yang mempunyai barang untuk ditawarkan. Sementara pembeli merupakan pihak yang membayar barang tersebut. Jika terdapat salah satu pihak yang tiada, tentu jual beli mustahil bisa terjadi.

Hukum jual beli dalam Al-Quran diatur dalam ayat Al Baqarah ayat 198 “*Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezeki hasil perniagaan) dari Tuhanmu*”. Dan Al Baqarah ayat 275 “*Dan Allah menghalalkan jual beli serta mengharamkan riba.*” Untuk hukum jual beli atas transaksi melalui online adalah boleh dan sama seperti hukum jual beli secara offline (langsung). Ketentuan yang berlaku juga sama, seperti pada ketentuan syarat sahnya. Hal ini di sampaikan oleh para informan:

“Saya mengetahui, dan menurut saya sama saja akad jual beli yang secara langsung dengan melalui online yaitu antara penjual dan pembeli memiliki kesepakatan harga yang ada di aplikasi *E-commerce*, tidak ada unsur penekanan, dan pembeli tahu harga di aplikasi 20% dari harga jual dan pembeli setuju dan memesan maka di anggap sah” (Bapak SY).

“Saya memahami, bahwa harga di online lebih mahal karena digunakan untuk biaya-biaya seperti biaya admin dan lain-lain, karena pihak dari perusahaan *E-commerce* nya juga menawarkan sistem ini untuk mendapatkan keuntungan. Konsumen sudah mengetahui harga dan produk yang tertera pada aplikasi

dan setuju untuk membeli bagi saya itu sudah mewakili bahwa transaksi jual beli ini sama akadnya dengan jual beli yang secara langsung" (Ibu Imelda).

Untuk informan ketiga ini yaitu Bapak RS tidak terlalu paham tentang hukum akad jual beli berdasarkan syariah dalam *E-commerce* hal ini di sampaikan:

"Saya tau mba tapi sedikit, menurut saya akad jual beli dalam *E-commerce* itu dengan pembeli setuju dengan harga yang ada di aplikasi dan melakukan pemesanan maka itu dianggap sah".

"Insyaallah saya paham, dan menurut saya syarat akad jual beli ada penjual dan pembeli bertemu langsung ada barang yang diperjual-belikan, ada kesepakatan antara kedua belah pihak dengan harga yang sudah tertera di aplikasi dan pembeli setuju dan yang paling penting pembeli dengan mengucapkan terimakasih dan itu sudah sah" (Bapak IS).

Pendapat ketiga menjelaskan bahwa (Bapak AN):

"Kalau saya belum terlalu paham dengan pembeli setuju, tidak merasa keberatan dan tidak ada unsur paksaan maka menurut saya itu sah-sah saja dalam akad jual belinya".

Berdasarkan hasil dari para informan tentang pengetahuan tentang hukum akad jual beli dalam transaksi *E-commerce* bahwa tidak semua pelaku usaha mengetahui akad jual beli seperti Bapak RS dan AN yang belum paham tentang akad jual beli namun menurut mereka akad dalam transaksi jual beli melalui online sama saja dengan pembeli tahu harga yang sudah ada di aplikasi dan setuju untuk memesan maka proses transaksi tersebut di anggap sah sedangkan Bapak SY, Ibu IM dan Bapak IS mereka mengetahui bahwa syarat akad jual beli menurut Islam yaitu ada penjual dan pembeli, ada barang yang di jual belikan ada kesepakatan dan tidak ada unsur pemaksaan maka transaksi tersebut sudah di anggap sah.

Perbedaan harga terdapat di aplikasi *E-commerce* dengan harga jual yang berbeda yaitu sekitar 20% yang telah ditetapkan oleh *E-commerce* bukan dari penjual dengan pembeli setuju dan memesan maka transaksi melalui online ini di anggap sah. Dalam akad Transaksi *E-commerce* ini di lihat dalam hukum Islam cenderung mirip dengan transaksi akad *Bai'as-salam* meninjau dari sifat cara pembayarannya di awal transaksi dan penyerahan atau pengiriman barang bersifat ditangguhkan. Seperti para pelaku usaha yang peneliti teliti menjual produknya melalui platform *E-commerce* seperti Tokopedia, Shopee, Shopee-food, Go-food dan Grab-food. Aplikasi *E-commerce* tersebut sudah sesuai dengan syarat jual beli dalam Islam dimana ada penjual dan pembeli, terdapat harga dan gambar barang yang di jual-belikan serta terdapat lafadz ijab, namun menurut informan tentang lafadz ijab ini diganti dengan pembeli setuju dan memesan serta penilaian bintang rating dalam aplikasi di anggap sah.

*Pembiayaan Modal untuk meningkatkan pendapatan pelaku UMKM*

Modal adalah kumpulan dari uang atau barang yang digunakan untuk menjalankan suatu usaha kata modal banyak digunakan dalam bisnis. Suatu bisnis pasti membutuhkan modal untuk menjalankannya. Modal atau dalam Bahasa Inggris disebut dengan *capital* adalah barang yang dihasilkan oleh manusia atau alam untuk memproduksi barang lain yang dibutuhkan oleh manusia untuk mendapatkan keuntungan. Tidak dapat dipungkiri bahwa untuk menjalankan suatu usaha, baik skala kecil maupun skala besar, anda pasti membutuhkan modal. Tanpa modal yang cukup, usaha anda tidak akan berjalan secara maksimal, bahkan kemungkinan besar, usaha tersebut akan gulung tikar. Modal berasal dari internal dan eksternal. Modal internal berasal dari asset sendiri sedangkan modal eksternal berasal dari pihak lain seperti pinjaman dari bank, baik bank syariah maupun konvensional, lembaga keuangan, investasi dll. Namun, karena usahanya masuk dalam usaha mikro kecil, hal ini disampaikan oleh informan pertama yaitu Bapak SY menjelaskan bahwa.

“Untuk modal awal karena saya merintis dari nol dan menggunakan modal internal yaitu modal sendiri”.

Sama halnya dengan informan ke dua yaitu Ibu IM, SU, dan Bapak RS yang menyatakan bahwa:

“Untuk Modal saya berasal dari modal sendiri; Alhamdulillah awal modal untuk usaha ini menggunakan modal sendiri; modal saya berasal dari asset sendiri”.

Berdasarkan hasil analisa bahwa para pelaku usaha menggunakan modal sendiri (pribadi) atau modal perseorangan yaitu modal yang berasal dari seseorang ataupun pemilik demi memperlancar aktivitas perusahaan dan menghasilkan keuntungan. Para pelaku usaha beralasan menggunakan modal sendiri karena usahanya termasuk jenis usaha mikro dan tidak perlu memerlukan modal yang banyak.

#### *Kendala dalam permodalan dalam mengembangkan usaha*

Dalam membangun usaha para pelaku usaha berusaha semaksimal mungkin agar bisa mendapatkan modal yang cukup guna proses produksi berlangsung. Namun, setelah mendapatkan modal yang cukup ada beberapa kendala antara lain bahan baku yang mahal, pendapatan yang sedikit sehingga tidak balik modal serta dipengaruhi biaya-biaya lain yang sering dialami dalam permodalan yang dihadapi oleh para pelaku usaha baik dari mikro kecil, sedang hingga usaha besar. Tidak dipungkiri juga dialami oleh para pelaku UMKM di wilayah kecamatan Kelapa Gading hal ini di sampaikan oleh para informan:

“Selama ini ada sedikit kesulitan dikarenakan harga-harga bahan baku buah yang mahal, stok-stok buah yang kurang dan dagangan sepi hingga tidak balik modal” (Bapak SY).

“Kendala di pengaruhi oleh keadaan pandemi jadi belum berani untuk membuka cabang, namun alhamdulillah masih rame jadi bisa mencukupi”. Menurut Ibu Imelda.

“Untuk kesulitannya belum ada selama ini *alhamdulillah* masih rezekinya yaa mba” (Bapak RS).

“Menurut saya karena usaha saya termasuk usaha mikro jadi belum ada kesulitan dalam permodalan” (Bapak IS).

“Dalam penggunaan modal harus pinta pintar dalam mengaturnya dan *alhamdulillah* untuk modal insaallah cukup tidak ada kendala” (Bapak AN).

Berdasarkan analisa diatas para pelaku usaha sebagian besar bisa mengatur dalam pembagiannya dalam manajemen keuangannya antara lain dalam membeli bahan baku, mengatur biaya variabel sampai biaya overhead pabrik. Informan pertama yaitu Bapak SY sedikit ada kendala dalam permodalan di antaranya di pengaruhi oleh harga bahan baku yang tidak stabil, stok buah yang kosong sedangkan harus tetap mempertahankan harga dan kualitas barang agar pembeli tidak merasa dirugikan. Untuk beberapa informan merasa belum ada kendala dalam permodalan karena perputaran keuangan masih lancar dan modal cepat kembali serta usahanya termasuk kategori mikro usaha.

#### *Pengetahuan Pembiayaan yang pernah dilakukan oleh para pelaku UMKM*

Dalam menjalankan usaha baik usaha kecil, menengah dan besar perlu memerlukan modal. Modal terbagi menjadi dua yaitu modal sendiri atau pribadi yaitu modal yang berasal dari asset sendiri dan bersifat terbatas dan modal eksternal atau modal dari luar berasal dari pinjaman Bank, Lembaga keuangan ataupun dari investasi yang bersifat tidak terbatas. Modal tidak hanya berupa uang namun modal juga termasuk asset di perusahaan, seperti mesin, kendaraan, gedung pabrik, bahan baku, dll digunakan untuk bisnis operasi bisnisnya. Namun, menurut Islam modal paling penting yaitu manusia dan disusul dengan sumber daya alam. Dalam menjalankan usahanya para informan sebagian besar menggunakan modal pribadi sebagaimana sudah di sampaikan sebelumnya, lalu selama menjalankan usahanya bagaimana pengetahuan para informan tentang modal eksternal. Hal ini di sampaikan oleh para infoman:

“*Alhamdulillah* saya belum pernah meminjam atau mendapatkan pinjaman atau kredit dari bank manapun, dan belum pernah bantuan kredit usaha dari pemerintah” (Bapak SY).

“Saya tidak mau meminjam modal dari bank manapun atau lembaga keuangan apapun. bagi saya berdasarkan hukum Islamnya begitu kurang dan saya merasa kecewa dan menggunakan cash saja” (Ibu IM).

“Saya belum pernah melakukan peminjaman melalui Bank Syariah, tapi dulu pernah meminjam melalui Bank Konvensional” (Bapak RS).

“Saya belum pernah meminjam di bank Syariah, dan menurut saya Bank Syariah dan Bank Konvensional sama saja terdapat bunga hanya berbeda akadnya saja” (Bapak IS).

“*Alhamdulillah* saya tidak pernah meminjam di bank dan tidak mau lebih baik menggunakan modal pribadi” (Bapak AN).

Berdasarkan hasil analisa diatas bahwa seluruh informan belum pernah melakukan peminjaman modal untuk usahanya di Bank Syariah atau lembaga keuangan Syariah. Sebagian para pelaku usaha lebih memilih menggunakan bank konvensional karena lebih mudah, cepat dan sudah umum dan banyak yang menggunakan dan juga sebagian menggunakan modal pribadi. Dalam pelaksanaannya para pelaku merasa bahwa peminjaman kredit melalui bank syariah sama saja dengan bank konvensional yaitu terdapat nilai yang ditambahkan dari nilai awal atau disebut dengan bunga yang membedakan hanya akad nya. Dalam Islam bahwa peminjaman disebut dengan pembiayaan yang digunakan bank syariah serta lembaga keuangan syariah yang lain. Perbedaan pembiayaan dengan kredit yaitu kredit bank konvensional adalah peminjaman uang dengan waktu pengembalian yang ditentukan dengan pemberian bunga sedangkan pembiayaan yang berasal dari bank syariah peminjaman dengan melibatkan pihak ketiga serta ada kesepakatan bila mengalami keuntungan akan di bagi dua dan bila mengalami rugi akan di tanggung bersama.

#### *Analisis peningkatan pendapatan UMKM dalam perspektif Islam.*

Pendapatan adalah semua penerimaan berupa uang atau barang dan hasil industri dari pihak lain yang dinilai berdasarkan jumlah harta kekayaan pada saat itu. Pendapatan merupakan elemen penting dalam berbisnis, karena ketika berbisnis, tentunya anda ingin mengetahui nilai atau jumlah pendapatan yang diperoleh saat berbisnis. Pendapatan mempunyai pengaruh yang besar terhadap kelangsungan suatu perusahaan, semakin besar pendapatan maka semakin besar pula kemampuan perusahaan untuk mendanai segala pengeluaran dan kegiatan.

Pendapatan menurut agama Islam harus bersifat halal dan tidak merugikan orang lain dengan tidak menambahkan keuntungan lebih besar dari pada modal karena dapat menimbulkan riba. Ada ketentuan besarnya laba atau profit yang diatur dalam Al-quran. Pelaku usaha boleh menentukan ukuran profit yang wajar sesuai dengan keinginan pelaku usaha dengan persentase tertentu selama aktivitasnya tidak melanggar norma Islam. Para pelaku usaha di wilayah kecamatan Kelapa Gading bidang kuliner dalam meningkatkan pendapatan usahanya dengan cara menggunakan aplikasi *E-commerce* dan modal sebagai platform untuk memasarkan produknya secara online. Seperti hasil wawancara di atas bahwa para pelaku usaha selain menjual secara offline, juga menggunakan *E-commerce* untuk memudahkan masyarakat untuk membeli tanpa harus datang ke tempat. Berikut analisis peningkatan pendapatan sebelum menggunakan aplikasi *E-commerce* dan setelah menggunakan aplikasi *E-commerce*.

Aplikasi *E-commerce*, Modal juga termasuk sebagai sumber peningkatan pendapatan usaha, dengan modal yang banyak serta tidak ada kendala dalam permodalan memudahkan pelaku mengembangkan usahanya sehingga dapat memberikan produk yang baik dengan berbagai variasi yang menarik.

Berdasarkan analisis pendapatan UMKM di atas menjelaskan bahwa peningkatan pendapatan usaha mikro kecil menengah di wilayah kecamatan Kelapa Gading bidang kuliner berasal dari transaksi jual beli baik secara offline dan online yaitu melalui platform *E-*

*commerce* bisa di lihat bahwa ada perbedaan pendapatan antara sebelum menggunakan aplikasi *E-commerce* yaitu untuk penjualan hanya dilakukan sebelum online pendapatan masih standar dan modal yang digunakan juga tidak banyak karena hanya ada pembeli yang terdekat saja atau pembeli yang hanya sekedar lewat. Namun setelah menggunakan aplikasi *E-commerce* pendapatan meningkat lumayan tinggi karena pembeli bukan hanya yang terdekat namun dengan menggunakan aplikasi *E-commerce* yang merupakan spanduk digital dan bisa dilihat secara umum maka akan menarik pelanggan yang jauh untuk membeli produk tersebut. Selain itu untuk membiayai penggunaan aplikasi *E-commerce* diperlukan modal yang banyak.

**Tabel 1**

*Perbandingan Peningkatan pendapatan sebelum dan sesudah penggunaan Aplikasi E-commerce pada UMKM di wilayah kecamatan Kelapa Gading*

Nama Usaha	Sebelum Menggunakan E-commerce	Setelah Menggunakan E-commerce	Aplikasi E-commerce yang digunakan
Juice (Pemilik Bapak SY)	80 gelas sampai 100 gelas perhari	Omset naik , bisa menjual 100 gelas sampai 200 gelas per hari	Tokopedia, Go-Food, Grab-Food dan Shopee-Food
Soto Betawi (Pemilik Ibu Ima)	20 porsi sampai 30 porsi per hari	Omset naik, bisa menjual 20 porsi hingga 50 porsi per hari	Shopee, Shopee-food, Go-food dan Grab-food
Kedai Es Retro (Pemilik Bapak RS)	Omset penjualan kurang dari Rp. 1 juta perhari	Omset naik, penjualan bisa mencapai Rp 1 juta sampai Rp. 1,5 juta per hari	Tokopedia, Shopee, Shopee-Food, Go-Food dan Grab-Food.
Bubur Ayam (Pemilik Bapak IS)	Omset penjualan kurang dari Rp. 1 juta perhari	Omset naik , penjualan bersih meningkat dari Rp 1 juta sampai 1,6 juta per bulan	Shopee, Shopee Food dan Go-Food
Ayam Bakar ( Pemilik Bapak AN)	Omset penjualan bersih sekitar kurang dari Rp. 500 rb per hari	Omset penjualan bersih naik sekitar Rp. 500 sampai Rp. 600 per hari	Shopee, Shopee-food, Go-food dan Grab Food

Sumber: Arsip peneliti

### Intepretasi dan evaluasi

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang diperoleh dalam penelitian ini peneliti dapat menjelaskan sebagai berikut:

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Analisis Transaksi *E-commerce* dan modal terhadap peningkatan pendapatan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam perspektif Islam bidang kuliner di wilayah kecamatan Kelapa Gading. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus tunggal (*single case study*), karena penelitian ini membahas kasus tunggal yaitu usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) bidang kuliner di wilayah kecamatan Kelapa Gading. Penelitian ini menggunakan metode analisis triangulasi yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil observasi atau pengamatan langsung yang dilakukan oleh peneliti terhadap objek penelitian yaitu usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) bidang kuliner di wilayah kecamatan Kelapa Gading menunjukkan bahwa tidak semua UMKM dapat dijadikan sebagai objek penelitian. Kecamatan Kelapa Gading merupakan tempat sentra konsumsi dengan berbagai macam makanan Indonesia, Jepang Tiongkok, dan makanan luar negeri lainnya. Karena sebagian para pelaku usaha merupakan orang non muslim maka dari itu berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti bahwa informan yang di pilih adalah beragama Islam dan paham akan berbisnis menurut Islam, sudah beroperasi lama, menggunakan aplikasi *E-commerce*.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap para pelaku usaha mikro kecil dan menengah di wilayah kecamatan Kelapa Gading bidang kuliner diketahui bahwa sebagai pembisnis muslim mengetahui bagaimana bisnis yang berdasarkan Islam dengan memenuhi standar etika perilaku bisnis:

- a. Taqwa dan selalu mengingat kepada Allah SWT dengan menghindari sifat-sifat buruk dalam berbisnis seperti curang, bohong dan menipu pembeli.
- b. Berperilaku yang baik dan bertindak ramah kepada konsumen.
- c. Memiliki sifat ramah terhadap pembeli.
- d. Amanah.

Berdasarkan etika perilaku bisnis di atas bahwa para informan menunjukkan bahwa mayoritas memenuhi standar etika perilaku bisnis yang berdasarkan syariat Islam seperti menjaga kualitas barang, menggunakan bahan baku yang baik, melayani dengan baik dan ramah kepada para konsumen serta menetapkan harga yang relatif terjangkau.

Dalam pandangan Islam, hukum transaksi *E-commerce* didasarkan pada prinsip *maslahah*, yaitu memperoleh manfaat dan menolak kerugian dalam proses pelaksanaan syara'. Ada beberapa perjanjian atau akad yang digunakan dalam transaksi jual beli dalam Islam antara lain *bai'as-salam*, *bai' al-istisna*, *bai' muajjal*. Dari ketiga perjanjian/akad di atas yang lebih cenderung memiliki kesamaan dengan *E-commerce* adalah *bai'as-salam* dengan meninjau melalui cara pembayaran yang bersifat di awal transaksi dan penyerahan atau pengiriman barang yang sifatnya ditangguhkan. *E-commerce* merupakan spanduk digital spanduk digital yang bisa di lihat oleh semua orang, memudahkan mendapatkan pelanggan serta meningkatkan pendapatan namun para informan tidak semuanya mengetahui dan menggunakan akad dalam transaksi penjualan melalui *E-commerce* walaupun ada kendala atau ketidakpuasan dengan manajemen aplikasi *E-commerce*.

Ketentuan hukum Islam tentang modal adalah sebagai berikut:

- a. Dilarang menimbun modal dalam Islam.
- b. Tidak ada riba dalam peminjaman modal.
- c. Modal harus didapatkan secara halal.
- d. Modal yang mencapai nizam wajib membayar zakat.
- e. Modal tidak boleh digunakan secara boros.

Berdasarkan tentang hukum modal di atas bahwa para informan lebih memilih menggunakan modal pribadi yang didapatkan secara halal dan digunakan guna memenuhi kebutuhan usahanya pembiayaan modal yang digunakan untuk meningkatkan usaha para informan lebih menggunakan modal pribadi dari pada menggunakan modal eksternal yang di pengaruhi oleh beberapa faktor seperti usahanya termasuk usaha mikro yang tidak perlu memerlukan modal besar, kurangnya kepercayaan terhadap pembiayaan dari lembaga keuangan syariah maupaun lembaga keuangan konvensional. Dengan menggunakan modal sendiri informan menerangkan bahwa menggunakan modal sendiri memiliki beberapa manfaat seperti menekan biaya operasional, meminimalisir kerugian, mempertimbangkan dalam memilih pegawai, dan proses pemasaran yang efektif.

## Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil beberapa kesimpulan terkait Analisis Transaksi *E-commerce* dan Modal Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Perspektif Islam (UMKM bidang kuliner di wilayah kecamatan Kelapa Gading). Berdasarkan etika perilaku bisnis di atas bahwa para informan menunjukkan bahwa mayoritas memenuhi standar etika perilaku bisnis yang berdasarkan syariat Islam seperti menjaga kualitas barang, menggunakan bahan baku yang baik, melayani dengan baik dan ramah kepada para konsumen serta menetapkan harga yang relatif terjangkau. Mayoritas para informan paham dan menggunakan akad *bai'as-salam* dalam transaksi *E-commerce* yang digunakan dalam kegiatan usahanya secara baik tetapi ada beberapa yang belum paham karena kurangnya pengetahuan. *E-commerce* merupakan spanduk digital yang bisa di lihat oleh semua orang, memudahkan mendapatkan pelanggan serta meningkatkan pendapatan Dalam menjalankan usahanya para pelaku usaha lebih menggunakan modal pribadi karena memiliki beberapa manfaat seperti seperti menekan biaya operasional, meminimalisir kerugian, mempertimbangkan dalam memilih pegawai, dan proses pemasaran yang efektif.

## Keterbatasan penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif dengan menggunakan data primer yang diperoleh dengan wawancara mendalam. Proses pengambilan data melalui wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap informan bahwa informasi yang diberikan kurang mendalam hanya secara umum saja hal ini karena kurangnya keterbukaan para informan dalam memberikan informasi dan perbedaan pemikiran.

## Ucapan terimakasih

Jurnal ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik.

## Referensi

- Aisyah, L., & Achiria, S. (2019). Usaha Bisnis E-commerce Perspektif Ekonomi Islam (studi pada bisnis @lisdasasirangan). *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(2), 187–200. <https://doi.org/10.30868/ad.v3i2.507>
- Hanny, R., Syah, A., & Novita, D. (2020). Analisis Penggunaan E-Commerce Terhadap Peningkatanpendapatan Umkm Kuliner Kecamatan Sawangan - Depok. *Excellent*, 7(1), 56–68. <https://doi.org/10.36587/exc.v7i1.626>
- Indrarini, R. (2017). Pembiayaan Bpr Syariah Dalam Peningkatan Kesejahteraan Umkm : Berdasarkan Maqashid Sharia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business)*, 3(1), 49. <https://doi.org/10.20473/jebis.v3i1.3206>
- Made, N., Maharani Putri, D., & Jember, I. M. (2016). Pengaruh Modal Sendiri dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten Tabanan (Modal Pinjaman sebagai Variabel Intervening). *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan • Agustus 2016, Vol. 9 No.(2)*, 142–150.
- Pekerti, R. D., & Herwiyanti, E. (2018). Transaksi Jual Beli Online dalam Perspektif Sariat Madzhab Asy-Syafi'i. *Journal & Proceeding*, 20, 12. [https://core.ac.uk/display/267947229?utm\\_source=pdf&utm\\_medium=banner&utm\\_campaign=pdf-decoration-v1](https://core.ac.uk/display/267947229?utm_source=pdf&utm_medium=banner&utm_campaign=pdf-decoration-v1)
- Salim, M. (2017). Jual Beli Secara Online Menurut Pandangan Hukum Islam. *Al Daulah : Jurnal Hukum Pidana Dan Ketatanegaraan*, 6(2), 371–386. <https://doi.org/10.24252/ad.v6i2.4890>
- Samad, T. F. (2019). Konsep E – Commerce Perspektif Ekonomi Islam. *Tasharruf: Journal Economic and Business Oflslam*, 4, 59–72. <http://journal.iain-manado.ac.id/index.php/TJEBI/article/view/882>
- Sara, K. D., & Fitriyani, F. (2020). Peran Kewirausahaan Dan E-Commerce Terhadap Perkembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Dalam Perspektif Islam. *Jurnal EMA*, 5(2), 66–77. <https://doi.org/10.47335/ema.v5i2.53>
- Sholikhin, M. Y., & Fitri, A. R. N. (2019). E-Commerce Based on the Law of Buying and Selling in Islam. *KnE Social Sciences*, 3(13), 1360. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i13.4290>
- Suyanto, U. Y., & Purwanti, I. (2020). Pengembangan Model Peningkatan Daya Saing UMKM Berbasis E-Commerce ( Studi Pada UMKM Kabupaten Lamongan). *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 189–198. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.299>
- UU No. 20 Tahun 2008. (2008). UU No. 20 Tahun 2008. *UU No. 20 Tahun 2008*, 1, 1–31.

## Author information

### Authors and Affiliations

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta, Jakarta, Indonesia

Rimi Gusliana Mais & Aski Khoirunnisa

Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Indonesia

Saiful Muchlis

Sekolah Tinggi Ilmu Syari'ah Al-Manar, Jakarta, Indonesia

Munir

### Contributions

Conceptualization, Rimi Gusliana Mais & Aski Khoirunnisa; methodology, Rimi Gusliana Mais; data curation, Rimi Gusliana Mais, Aski Khoirunnisa, Saiful Muchlis and Munir; writing – original draft preparation, Rimi Gusliana Mais & Aski Khoirunnisa; writing – review and editing, Saiful Muchlis and Munir.

### Corresponding author

Correspondence to [Rimi Gusliana Mais](#)

### Ethics declarations

#### Funding

The author(s) received no financial support for the research, authorship, and/or publication of this article.

#### Availability of data and materials

Data sharing is not applicable to this article as no new data were created or analyzed in this study.

#### Competing interests

No potential competing interest was reported by the authors

### Additional information

#### Publisher's Note

Imperium Research Institute remains neutral with regard to jurisdictional claims in published maps and institutional affiliations

#### Rights and permissions

Open Access. This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. To view a copy of this licence, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>.

#### Cite this paper:

Mais, R., Muchlis, S., Munir, M., & Khoirunnisa, A. (2023). Analisis transaksi e-commerce dan modal terhadap peningkatan pendapatan usaha mikro kecil dan menengah dalam perspektif Islam. *SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Islam*, 5(1), 1 - 18. <https://doi.org/10.36407/serambi.v5i1.601>



### SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis Islam

Publisher : LPMP Imperium.  
Frequency : 3 issues per year (April, August & December).  
ISSN (online) : 2685-9904.  
DOI : Prefix 10.36407.  
Accredited : SINTA 4 (SK 5162/E4/AK.04/2021).  
Editor-in-chief : Dr. Suryani