

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sebagai makhluk sosial, manusia tidak terlepas dari ketergantungan orang lain. Dalam kehidupan sosial, manusia pasti membutuhkan bantuan dari orang lain untuk mendapatkan sarana dan prasarana seperti pakaian, makanan, dan tempat tinggal. Setiap orang akan melakukan transaksi atau perjanjian yang dikenal sebagai jual beli untuk memenuhi kebutuhan hidup tersebut. Jual beli selalu dikaitkan dengan percakapan muamalah karena mayoritas penduduk Indonesia adalah muslim. Dalam fiqh muamalah, "jual beli" disebut sebagai "*al-bai*", yang berarti mengganti, menjual, dan menukar suatu dengan yang lain.¹

Menurut pandangan imam Hanafi, desinisi *al-bai*' adalah pertukaran maal atau keinginan untuk menggunakan sesuatu dengan cara yang menguntungkan dan memiliki manfaat. sedangkan menurut pandangan Imam Maliki, Syafi'i, dan Hambali, desinisi *al-bai*' adalah menukarkan harta yang berbentuk dan memindahkan kepemilikan seseorang kepada orang lain.² Ulama telah sepakat bahwa jual beli (*al-bai*') di perbolehkan sebab manusia tidak dapat memenuhi kebutuhan hidupnya sendiri karena manusia adalah makhluk sosial yang memerlukan bantuan orang lain. Namun, harus sesuai dengan kesepakatan antara penjual dan pembeli, bantuan atau barang orang lain yang dibutuhkan harus ditukar dengan barang lain. Ini dapat dilakukan dengan alat tukar seperti uang atau barang lainnya.³

Berbagai aspek kehidupan masyarakat berubah secara signifikan dan drastis sejak kemunculan internet dan kemudahan aksesnya. Dengan munculnya media akses yang berbasis internet, pengaruh media semakin dipertajam. Internet dapat menghasilkan jenis hubungan sosial yang belum pernah terlihat sebelumnya. Meskipun akurasi informasi dari media akses masih perlu diuji, internet adalah sumber informasi tercepat. Dengan hadirnya

¹ Shobirin , "Jual Beli Dalam Pandangan Islam," *BISNIS*: *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam* 3, no. 2 (2017): 239.

² Piska Sintia Pebiolinda and Sri Wigati, "Tinjauan Fikih Muamalah Terhadap Praktik Jual Beli Hampers Di Magetan," *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis* 5, no. 1 (2022): 1–14.

³ Shobirin, "Jual Beli Dalam Pandangan Islam."

internet di telepon selular, dominasi internet semakin jelas.⁴ Teknologi internet telah menjadi umum dan dimanfaatkan dalam berbagai bidang, termasuk dalam dunia bisnis. Berbagai alat komunikasi dan informasi digunakan dalam aktivitas bisnis, seperti telepon, pesan singkat (SMS), email, situs web, dan lainnya.⁵

Di era kemajuan globalisasi saat ini, perkembangan dunia teknologi informasi yang begitu pesat dan canggih telah memberikan dampak yang begitu signifikan bagi kehidupan manusia di dunia, baik di negara maju maupun negara berkembang contohnya di Indonesia. Perkembangan teknologi informasi di Indonesia telah memudahkan berbagai kegiatan ekonomi salah satunya adalah melakukan kegiatan bisnis yaitu jual beli online (*e-commerce*).⁶ Perkembangan dunia *e-commerce* pada saat ini semakin meningkat, beberapa kemudahan yang ditawarkannya sangat menarik bagi banyak orang. *Electronic commerce* atau *e-commerce* merupakan mekanisme pengelolaan bisnis secara elektronik, dengan penekanan pada transaksi bisnis jual beli individu melalui media internet.

Teknologi elektronik berbasis internet ini mempertemukan penjual dan pembeli secara langsung dan melakukan pertukaran barang tanpa komunikasi tatap muka seperti di pasar tradisional. Munculnya *e-commerce* telah mempersingkat waktu dimana perusahaan dan pelaku bisnis lainnya untuk berkomunikasi satu sama lain. Hal ini dikarenakan proses *e-commerce* lebih cepat, lebih intensif, dan lebih murah daripada manajemen pasar. Penjualan barang melalui online sudah mulai mengalahkan toko yang masih menjual barang mereka di pasar. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor yaitu kemudahan, kepercayaan, dan kepuasan terhadap sistem.⁷

⁴ Dudi Iskandar and Muhamad Isnaeni, "Penggunaan Internet Di Kalangan Remaja Di Jakarta," *Communicare*: *Journal of Communication Studies* 6, no. 1 (2019): 59.

⁵ Alwendi Alwendi, "Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan," *Manajemen Bisnis* 17, no. 3 (2020): 317–25.

⁶ Desti Eka and Khusnul Fikriyah, "Pengaruh Live Streaming dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion muslim," *Edunomika* 7, no. 1 (2023): 1–11.

⁷ Agus Supriyanto and Kharis Fadlullah Hana, "Strategi Pengembangan Desa Digital Untuk Meningkatkan Produktivitas UMKM," *BISNIS*: *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam* 8, no. 2 (2020): 199.

Pelaku bisnis semakin kreatif dalam mengembangkan dan menetapkan strategi bisnisnya agar tetap kompetitif. Saat ini, perusahaan *e-commerce* bersaing untuk menawarkan harga terbaik kepada pelanggan seperti pengiriman gratis, diskon, penjualan kilat, kupon, dan lainnya. Pendekatan ini telah banyak di terapkan oleh banyak perusahaan *e-commerce* seperti Facebook, Instagram, Lazada, Bukalapak, Tokopedia, Shopee, dan Tiktok, dll.⁸ Ada banyak platform yang menawarkan berbagai fitur yang memungkinkan bagi para penjual untuk berinteraksi secara langsung dengan calon pembeli, bahkan jika mereka tidak berada dalam satu lokasi yang sama. Salah satu metodenya adalah pemasaran melalui siaran langsung (*live streaming*), di mana seseorang dapat melakukan siaran langsung melalui aplikasi khusus dan berinteraksi secara langsung dengan penonton secara waktu nyata.⁹

Melalui fitur *live streaming*, penjual dapat merekam dan menyiarkan video mereka sendiri secara *real time* dan memungkinkan adanya percakapan antara *live streamer* atau penjual dan penonton. Fitur *live streaming* memungkinkan kemudahan dalam berkomunikasi antara penjual dan pembeli, tentunya hal ini sangat menguntungkan bagi kedua belah pihak. Para penjual dapat menarik minat beli konsumen dengan memperlihatkan produk secara langsung lewat fitur *live streaming* dan konsumen bisa menilai mengenai detail dari produk yang dijual seperti mengenai kualitas produk, ukuran, dan bahan dari produk yang mereka jual sehingga konsumen bisa mendapatkan produk yang sesuai dengan keinginannya.¹⁰

Tujuan dari adanya kegiatan ekonomi adalah untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat atau penduduk. Oleh karena

⁸ Werner Ria Murhadi and Eva Cahaya Reski, "Pengaruh E-Service Quality, Kesadaran Merek, Kepercayaan, Word of Mouth, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Tiktok Shop (Studi Pada Pelanggan Tiktok Shop)," *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 2022.

⁹ Anggi Khairunnisa Ginting dan Kartini Harahap, "Pengaruh Direct Marketing Dan Product Quality Terhadap Repurchase Intention Pada Live Streaming Marketing Shopee Live (Studi Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Kota Medan)," *Journal of Social Research* 1, no. 8 (2022): 853.

¹⁰ Hellen Juliana, "Pengaruh Siaran Langsung Dan Manfaat Yang Dirasakan Terhadap Niat Beli Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Aplikasi Tiktok Shop," *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi* 1, no. 6 (2023): 38.

itu diperlukan peningkatan pertumbuhan ekonomi supaya kebutuhan masyarakat bisa terpenuhi secara keseluruhan, baik secara lahir maupun batin. Pada dasarnya kebutuhan masyarakat sangat beragam, sehingga dibutuhkan lapangan pekerjaan yang dapat menyerap tenaga kerja Indonesia dalam jumlah yang besar. Padahal, Indonesia merupakan negara dengan berbagai sumber daya alam, namun belum mampu memanfaatkan potensinya. Hal ini menuntut masyarakat untuk dapat mengembangkan potensi atau kemampuan yang dimiliki sehingga dapat menciptakan peluang usaha di setiap daerah. Oleh karena itu, potensi dan peluang tersebut dapat di kelola dengan membentuk usaha mikro kecil dan menengah (UMKM).¹¹

Istilah UMKM mengacu pada kegiatan komersial yang dibentuk oleh warga negara sebagai badan usaha atau badan usaha swasta. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan bagian yang cukup besar dari perekonomian negara karena memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat. Keberadaan UMKM sangat penting bagi pertumbuhan ekonomi negara yang dapat memberikan manfaat dan pemerataan pendapatan masyarakat daerah khususnya di Kabupaten Kudus.¹² Kabupaten Kudus terdiri dari 9 kecamatan dan 123 desa yang masing-masing memiliki potensi dan karakteristik yang berbeda-beda berdasarkan potensi dan survei GTZ Red tahun 2005, kinerja perekonomian di Kabupaten Kudus menempati urutan ketiga di Jawa tengah. Dalam RPJP Daerah, tantangan terbesar pembangunan ekonomi adalah meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan mengarahkannya pada pengembangan industri kecil dan menengah sehingga mampu menciptakan lapangan pekerjaan dan mengurangi kemiskinan.¹³ Dalam pelaksanaannya peneliti memlikih beberapa desa yang memiliki potensi dalam pengembangan UMKM konveksi khususnya di produsen gamis salah satunya yaitu di desa padurenan.

¹¹ Atsna Himmatul Aliyah, "Peran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan," *WELFARE: Jurnal Ilmu Ekonomi* 3, no. 1 (2022): 64–72.

¹² Atsna Himmatul Aliyah, "Peran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan," *WELFARE: Jurnal Ilmu Ekonomi* 3, no. 1 (2022): 64–72.

¹³ Rahmawati et al., "Inovasi Dan Pengembangan Fashion Kombinasi Batik Bordir Di Paderenan Kudus," *Jurnal Abdimas Progresif Humanis Brainstorming* 4, no. 1 (2021): 1–10.

Desa Padurenan di Kecamatan Gebog, Kabupaten Kudus, telah ditetapkan oleh pemerintah sebagai Desa Produktif karena terdapat Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berfokus pada sektor konveksi. Menurut Bupati Kudus, Mustofa, dalam Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) tahun 2009, tujuh unit kerja perangkat daerah dan pemerintah Kecamatan Gebog telah mengalokasikan dana sebesar Rp 1,126 miliar untuk mendukung pengembangan fasilitas bordir dan konveksi. Jumlah UMKM yang beroperasi di Desa Padurenan sekitar 180 unit, mencakup berbagai bidang seperti makanan (ayam potong, kue kering, bandeng presto, dll), bordir, kerajinan, konveksi, pengolahan kapuk, dan jasa. Di antara UMKM tersebut, sebanyak 97 unit usaha berfokus pada bidang konveksi yang memproduksi berbagai jenis pakaian seperti baju, seragam sekolah, jaket, gamis dan produk lainnya menggunakan kain sebagai bahan dasar, dijahit dengan mesin jahit listrik.¹⁴ Model dan bentuk pakaian berubah-ubah dari waktu ke waktu seiring dengan zaman, dan perubahan ini terjadi setiap tahun, membuat pakaian memiliki banyak variasi model yang tersebar di masyarakat. Yang sedang trend dikalangan wanitasaat ini adalah gamis, dengan itu para pebisnis melihat kesempatan ini untuk memulai bisnis pakaian. Gamis sering dikaitkan dengan orang Islam dari Timur Tengah.¹⁵ Karena penggunaan gamis telah meningkat di Indonesia, khususnya di kalangan wanita, oleh karena itu peneliti memilih UMKM gamis sebagai objek penelitiannya.

Perkembangan teknologi sudah merambah sampai Indonesia. Hal ini ditandai dengan semakin berkembangnya bisnis *e-commerce*. Dimulai dari menawarkan barang, memasarkan, hingga bertransaksi, *e-commerce* telah mengubah cara penjual dan pembeli dalam hal bertransaksi. Semuanya dilakukan tanpa batas waktu dan jarak, dan tanpa pertemuan langsung. Selain itu, ada banyak *website e-commerce* yang memberikan penawaran dengan menggunakannya secara nonpremium (gratis). Tidak ada alasan

¹⁴Ida Rizkiany Nur, "Peran Dinas Perindustrian, Koperasi Dan Umkm Dalam Pemberdayaan Umkm Sentra Industri Konveksi Di Desa Padurenan Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus," *Jurnal Ilmu Pemerintahan Undip* 3, no. 2 (2017): 4–5.

¹⁵Ruzqiyah Ulfa and Universitas Bunda Mulia, "Analisis Semiotika Peirce Pakaian Jenis Gamis Sebagai Representasi Budaya Arab," *SEMIOTIKA: Jurnal Komunikasi* 10, no. 2 (2016), 402.

bagi pengusaha untuk tidak melakukan bisnis melalui media *e-commerce*.¹⁶

Perkembangan *e-commerce* meskipun menawarkan berbagai kemudahan, juga memiliki dampak negatif. Sistem transaksi yang tidak melibatkan pertemuan langsung antara penjual dan pembeli dapat menghasilkan persepsi risiko yang berbeda pada setiap individu. Selain itu, ketidaksesuaian antara gambaran produk dengan barang yang diterima kadang-kadang dapat menyebabkan ketidakpuasan bagi pembeli.¹⁷ Permasalahan tentang kelemahan dalam sistem keamanan dan kerahasiaan identitas pembeli menjadi permasalahan yang harus sangat di perhatikan jika bertransaksi melalui internet.

Berdasarkan berita yang di terbitkan oleh Tempo.co, dalam setahun pihak kepolisian menangani sebanyak 600 laporan kasus *online* yang hanya di daerah Jakarta saja, lain lagi dengan daerah lainnya. Dari 600 kasus tersebut, Sekitar 40% laporan merupakan kasus penipuan *online*, 30% adalah pencemaran nama baik, sisanya adalah pencurian data, dan kasus kejahatan online lainnya. Hal ini tidak bisa dipandang sebelah mata mengingat penjualan *online* yang terus meningkat di Indonesia. Dan hal ini harus pula menjadi referensi bagi konsumen dalam melakukan pembelian secara *online*. Kasus-kasus tersebut menunjukkan bahwa meskipun keamanan adalah konten utama belanja *online*, namun keamanan belanja online dipertanyakan karena sistem jual beli *online* lebih rumit daripada belanja tradisional. Sementara transaksi belanja tradisional dilakukan secara tatap muka dan dibayar tunai, belanja *online* tidak langsung antara pembeli dan penjual. Oleh itu digunakan sistem pembayaran lain yang memerlukan keamanan tinggi dalam menjaga kerahasiaan data konsumen.¹⁸

TikTok telah membuat keputusan untuk menutup layanan platform jualbelinya yaitu TikTok Shop, mulai Rabu 4 Oktober

¹⁶ Naili Saadah, "Perencanaan Keuangan Islam Sederhana Dalam Bisnis E-Commerce Pada Pengguna Online Shop," *Economica: Jurnal Ekonomi Islam* 9, no. 1 (2018): 112.

¹⁷ Hani Atun Mumtaha dan Halwa Annisa Khoiri, "Nalisis Dampak Perkembangan Revolusi Industri 4.0 Dan Society 5.0 Pada Perilaku Masyarakat Ekonomi (E-Commerce)," *PILAR TEKNOLOGI: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Teknik* 4, no. 2 (2019): 58.

¹⁸ Dita Amanah et al., "Perceived Risk and Security in Creating Online," *Journal of Applied Bussines and Economics (JABE)* 7, no. 2 (2020): 162–79.

2023 pukul 17.00 WIB. Tindakan ini diambil dalam upaya TikTok untuk menghormati dan mematuhi undang-undang dan peraturan Indonesia.¹⁹ Penutupan TikTok Shop di Indonesia terkait erat dengan kemungkinan ketidakmampuan platform ini untuk memenuhi berbagai persyaratan yang diatur oleh pemerintah Indonesia. Persyaratan tersebut mencakup isu-isu seperti perlindungan data pengguna, kewajiban pajak, dan berbagai persyaratan bisnis lainnya.²⁰

Dilansir dari laman web. Radar Jogja, Penutupan TikTok Shop juga ternyata merupakan salah satu keputusan yang diambil oleh Presiden Jokowi dan pemerintah sebagai langkah untuk melindungi UMKM kecil yang selama ini mengalami penurunan pendapatan akibat adanya TikTok Shop yang menjual produk tertentu dengan harga yang jauh lebih murah dari harga pasar biasanya.²¹ Adapun faktor-faktor yang menyebabkan penutupan TikTok Shop di Indonesia antara lain: kepatuhan regulasi, perlindungan data pengguna, persyaratan bisnis, terjadinya *predator pricing* (praktek jual rugi).²² Persaingan harga seperti ini telah menyebabkan produk-produk UMKM lokal kalah dalam persaingan. TikTok Shop menerapkan *predatory pricing* pada barang-barang yang berasal dari Tiongkok, terutama mengingat bahwa produk Tiongkok dikenal di Indonesia karena memiliki kualitas yang baik dengan harga yang terjangkau. Oleh karena itu, banyak orang Indonesia tertarik untuk membeli produk tersebut karena harganya yang murah dan kualitasnya yang baik. Jika situasi ini terus berlanjut, maka kemungkinan akan ada banyak toko yang harus ditutup karena kurangnya pelanggan, dan produk-produk lokal atau UMKM akan kesulitan untuk bersaing di pasar, sehingga

¹⁹ Agustin Setyo Wardani, "Ini Alasan Kenapa TikTok Shop Ditutup 4 Oktober 2023 Pukul 17.00 WIB," Liputan6, Diakses pada 1 November 2023, <https://www.liputan6.com/tekno/read/5414611/ini-alasan-kenapa-tiktok-shop-ditutup-4-oktober-2023-pukul-1700-wib>.

²⁰ "Penyebab Ditutupnya TikTok Shop Di Indonesia," ITATS, Diakses pada 1 November 2023, <https://pmb.itats.ac.id/penyebab-ditutupnya-tiktok-shop-di-indonesia/>.

²¹ Meitika Candra Lantiva, "Inilah Lima Alasan Mengapa TikTok Shop Di Tutup," Jawa Pos Radar Jogja, Diakses pada 1 November 2023 <https://radarjogja.jawapos.com/ekonomi/653049689/inilah-lima-alasan-mengapa-tiktok-shop-di-tutup>.

²² Rezmia Febriana, "Dampak Kegiatan Jual Rugi (*Predator Pricing*) Yang Dilakukan Pelaku Usaha Dalam Perspektif Persaingan Usaha," *Jurnal Selat* 4, no. 2 (2017): 243.

para penjual beralih ke *platform* lain.²³ Hal tersebut sangat mempengaruhi bagi UMKM gamis di Kabupaten Kudus, pasalnya para penjual tidak bisa menjual dengan harga rugi.

Sejalan dengan perkembangan zaman dan kemajuan ilmu pengetahuan serta teknologi modern, muncul berbagai bentuk transaksi yang belum dibahas dalam fikih klasik. Manusia saat ini terlibat dalam beragam usaha yang melibatkan barang dan jasa.²⁴ Islam, sebagai agama universal yang relevan sepanjang masa, memberikan pedoman yang luas untuk setiap muslim dalam menjalankan transaksi bisnis e-commerce. Ini disebabkan ekonomi merupakan salah satu aspek penting dalam hubungan antar manusia.²⁵ Ekonomi menjadi dasar untuk memenuhi kebutuhan dan kesejahteraan individu. Dalam konteks ekonomi konvensional, kesejahteraan sering dilihat sebagai pemenuhan kebutuhan seseorang guna mencapai kepuasan pribadi. Dalam ekonomi Islam, pandangan terhadap kesejahteraan memiliki perspektif yang lebih luas.²⁶ Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya ialah keterkaitan transaksi live streaming shopping dan dampaknya dengan perspektif ekonomi Islam serta objeknya berfokus pada UMKM Gamis di Kudus. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian berjudul **"Dampak Transaksi Melalui Live Streaming Shopping Pada UMKM Gamis di Kudus Menurut Perspektif Islam"**.

B. Fokus Penelitian

Penetapan fokus penelitian bertujuan untuk menghindari multitafsir, mencegah kesalahan dalam membahas masalah utama yang telah diidentifikasi, dan untuk memastikan agar ruang lingkup penelitian tidak terlalu luas. Peneliti memusatkan perhatian pada

²³ <https://www.ayojakarta.com/khazanah/7610415855/mengenal-predatory-pricing-salah-satu-faktor-penyebab-mengapa-tiktok-shop-tutup-bulan-oktober?page=2> 1 november 2023

²⁴ Deka Meuthia Novari, "Enerapan Sistem Reseller Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus Usaha Online Shop Di Pertokoan Barokah Galeri Bukit Kemuning," *Al-Mizan* 1, no. 1 (2019): 40–41.

²⁵ Agus arwani, "Epistemologi Hukum Ekonomi Islam (Muamalah)," *Religia: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman* 15, no. 1 (2012): 125.

²⁶ Mahmuda Mulia Muhammad, "Transaksi E-Commerce Dalam Ekonomi Syariah," *El-Iqthisadi: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Dan Hukum* 2, no. 1 (2020): 76.

masalah dampak transaksi live streaming shopping pada UMKM gamis di Kudus.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di kemukakan, maka penulis merumuskan masalah antara lain yaitu;

1. Bagaimana pandangan ekonomi islam dalam transaksi *live streaming shopping* pada UMKM gamis di Kudus?
2. Bagaimana dampak penjualan dalam transaksi *live streaming shopping* pada UMKM gamis di Kudus?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pembahasan yang dipaparkan di latar belakang serta rumusan masalah, tujuan penelitian ini yaitu;

1. Untuk mengetahui pandangan ekonomi islam dalam transaksi melalui fitur *live streaming shopping* pada UMKM gamis di Kudus.
2. Untuk mengetahui dampak dari penjualan dalam transaksi melalui fitur *live streaming shopping* pada UMKM gamis di Kudus.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini untuk memberikan informasi mengenai pandangan ekonomi islam pada transaksi live streaming shopping, dan menambah wawasan agar lebih memahami terkait dampak penjualan dalam transaksi melalui fitur *live streaming shopping*.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Akademisi

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi peneliti-peneliti lainnya yang mengambil topik berkaitan dengan perspektif ekonomi islam dalam dampak penjualan pada transaksi *live streaming shopping*, ataupun pihak lain yang tertarik dengan permasalahan yang diteliti dalam penelitian ini.

- b. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan berfikir, terutama mengenai dampak dan persepsi ekonomi dalam transaksi melalui fitur *live streaming*, serta menerapkan ilmu yang sudah diterima di bangku

perkuliahan dengan fenomena dan permasalahan ekonomi yang terjadi di era teknologi *e-commerce*.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini disusun untuk mempermudah dalam memahami sebuah penelitian. Berikut ini merupakan sistematika penulisan skripsi yang akan peneliti buat:

1. Bagian Awal

Bagian ini memuat halaman judul, pengesahan majelis penguji munaqosah, pernyataan keaslian skripsi, abstrak, moto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, dan daftar gambar.

2. Bagian Isi

Bagian ini meliputi 5 bab, yaitu:

BAB I Pendahuluan

Bab ini berisikan latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II Landasan teori

Bab ini membahas tentang kajian teori terkait judul, penelitian terdahulu, kerangka berfikir, serta pertanyaan penelitian.

BAB III Metode Penelitian

Bab ini akan berisi Jenis dan pendekatan penelitian, setting penelitian, subyek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, pengajuan keabsahan data, dan teknik analisis data.

BAB IV Pembahasan

Bab ini berisikan gambaran objek penelitian, deskripsi data penelitian, dan analisis data penelitian.

BAB V Penutup

Pada bab ini akan berisi simpulan dan saran-saran

3. Bagian Akhir

Pada bagian ini memuat daftar pustaka yang dipakai sebagai rujukan pembuatan skripsi, lampiran pendukung isi penelitian serta daftar riwayat hidup.