

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Deskripsi Teori

##### 1. *E-Commerce (Electronic Commerce)*

###### a. Pengertian *E-Commerce (Electronic Commerce)*

*E-Commerce* merupakan gabungan dua kata yang berasal dari bahasa Inggris, yaitu kata *E* kepanjangan dari *Electronic* dan kata *Commerce*. *Elektronik* berarti elektronik dan *Commerce* mengandung arti perdagangan. *E-Commerce* merupakan transaksi dalam perdagangan dengan menggunakan sarana elektronik yang terhubung dalam jaringan internet. *E-Commerce* merupakan suatu situs jaringan yang menyajikan transaksi jual beli dengan cara *online* yang menggunakan fasilitas berupa internet yang didalamnya memiliki situs jaringan untuk menyajikan layanan untuk mendapatkan dan mengantarkan produk.<sup>1</sup>

*E-Commerce* dapat pula diinterpretasikan berdasarkan aspek-aspek sebagai berikut:

- 1) Komunikasi, yang berarti pengiriman barang, jasa, informasi, ataupun pembayaran dengan jaringan komputer atau media elektronik yang lain.
- 2) Perdagangan, yang berarti penyediaan sarana untuk proses jual beli pada produk, jasa, dan informasi dengan internet.
- 3) Proses dalam bisnis, yang berarti melakukan proses bisnis dengan jaringan elektronik dan mengambil alih proses bisnis secara fisik dengan informasi.
- 4) Pelayanan, yang berarti suatu cara yang dapat dilakukan pemerintah, perusahaan, konsumen, dan manajemen guna menghemat biaya pelayanan atau operasi dan mengembangkan mutu serta kecepatan layanan.
- 5) Pembelajaran, yang berarti sarana pendidikan dan pelatihan *online* yang diperuntukkan bagi sekolah, universitas, organisasi dan perusahaan.
- 6) Kerjasama, yang terjadi antar organisasi dan intra organisasi.
- 7) Komunitas, yang berarti tempat berkumpulnya anggota masyarakat dalam proses belajar, mencari informasi, bertransaksi, dan bekerja sama.

---

<sup>1</sup> Adi Sulisty Nugroho, *E-Commerce: Teori dan Implementasi*, (Yogyakarta: Ekuilibria, 2016), 5-6.

Dengan demikian, *e-commerce* merujuk pada jaringan internet yang digunakan untuk melaksanakan aktivitas belanja *online* yang cakupannya lebih sedikit dan transaksinya dilakukan dengan transfer uang dalam wujud digital.<sup>2</sup>

**b. Jenis-jenis E-Commerce (Electronic Commerce)**

Pada awalnya, jenis *e-commerce* hanya bagian *Business-to-Consumer* (B2C). Akan tetapi, dalam perkembangannya jenis *e-commerce* ini meliputi bagian *Business-to-Business* (B2B), *Consumer-to-Consumer* (C2C), dan *Consumer-to-Business* (C2B).

1) *Business to Business* (B2B)

Transaksi yang terjadi antara objek bisnis satu ke objek bisnis lainnya yang dilakukan dengan *online*.

2) *Business to Consumer* (B2C)

Aktivitas *E-Business* yang memiliki pelayanan langsung terhadap konsumen dengan barang ataupun jasa yang menggunakan media internet serta pemesanannya dapat dilakukan langsung oleh konsumen dimana biayanya sudah tertera.

3) *Consumer to Consumer* (C2C)

Sistem komunikasi dan transaksi pada bisnis yang dilakukan para konsumen dan digunakan sebagai pemenuhan kebutuhan tertentu.

4) *Consumer to Business* (C2B)

Model bisnis yang terjadi pada seorang konsumen atau individu yang menawarkan beraneka macam produk ataupun jasa terhadap perusahaan tertentu dimana perusahaan tersebut akan membayar jasa ataupun produk yang telah ditawarkan.<sup>3</sup>

**c. Mekanisme dan Proses Jual Beli dalam E-Commerce (Electronic Commerce)**

*E-Commerce (Electronic Commerce)* pada dasarnya merupakan perjanjian kontrak secara *online* yang memanfaatkan fasilitas EDI (*Electronic Data Interchange*) dimana proses pertukaran data elektronik dapat berupa informasi bisnis. Transaksi pada *e-commerce* diartikan sebagai suatu kontrak jual beli yang mengandung asas konsensualisme yaitu kesepakatan dari kedua belah pihak dengan menggunakan media internet. Kontrak dalam jual

---

<sup>2</sup> Adi Sulisty Nugroho, *E-Commerce: Teori dan Implementasi*, 7-8.

<sup>3</sup> Adi Sulisty Nugroho, *E-Commerce: Teori dan Implementasi*, 13-20.

beli elektronik meliputi beberapa tipe, yaitu sebagai berikut:

- 1) Kontrak dengan cara mengirim pesan dan *video* konferensi

Sebuah alat komunikasi melalui internet yang dapat digunakan sebagai dialog interaktif dengan cara langsung. Kontrak dengan cara mengirim pesan, maka seseorang akan berkomunikasi dengan orang lain secara langsung dengan pesan-pesan yang terdapat dalam layar komputer maupun telepon genggam masing-masing. Sedangkan melalui *video* konferensi, maka seseorang dapat berbicara dan melihat langsung dengan beberapa pihak melalui gambar.

- 2) Kontrak dengan *E-Mail (Electronic Mail)*

Kontrak secara *online* sering digunakan karena dianggap efektif dan efisien. Penggunaannya pun cukup mudah, alamat *e-mail* dapat diperoleh ketika mendaftarkan diri pada pihak ketiga seperti ISP atau penyedia jasa layanan *e-mail* secara gratis. *E-mail* memerlukan kerjasama dengan pihak ketiga dikarenakan dapat memberikan akun kepada pihak yang memiliki kontrak sehingga dapat menyimpan pesan tertentu.

- 3) Kontrak dengan *Web (Situs)*

Sebuah model kontrak dengan web yang memanfaatkan perangkat komputer maupun perangkat lunak serta tampilan pada halaman situs pihak lain, yang dapat digunakan untuk membuat kontrak.

Proses transaksi dalam jual beli *online* dapat dilakukan melalui tahap-tahap seperti:

- a) Penawaran, dimana akan dilakukan oleh penjual dengan memanfaatkan situs jaringan internet yang menyediakan daftar berisi produk dan pelayanan yang akan ditawarkan kepada pembeli.
- b) Penerimaan, dilakukan apabila tahap penawaran terjadi yaitu ketika pembeli berminat membeli barang yang telah ditawarkan melalui situs jaringan.
- c) Pembayaran, dapat dilakukan langsung dan tidak langsung seperti transfer via ATM, kredit, dan sistem COD (*Cash On Delivery*).

- d) Pengiriman, dimana proses yang harus dilakukan ketika pembayaran selesai yaitu dengan mengirimkan barang yang telah dibeli oleh pembeli.<sup>4</sup>

**d. Kelebihan dan Kelemahan *E-Commerce* (*Electronic Commerce*)**

*E-Commerce* (*Electronic Commerce*) memiliki kelebihan dan kekurangan yang dilihat dari berbagai aspek, baik itu segi penjual, pembeli ataupun perusahaan. Kelebihan yang diperoleh ketika melakukan penjualan dengan sistem *e-commerce* yaitu:

- 1) *Revenue Stream* atau Aliran Pendapatan, penggunaan *e-commerce* yang lebih prospektif sehingga tidak dapat di miliki pada sistem transaksi tradisional.
- 2) *Market Exposure* atau Pangsa Pasar, penggunaan *e-commerce* mudah menentukan pangsa pasar guna menetapkan strategi penjualan.
- 3) *Operating Cost* atau Biaya Operasional, penggunaan sistem *e-commerce* dapat mengurangi biaya-biaya yang sering dibutuhkan sehingga mampu meningkatkan pendapatan.
- 4) *Global Reach* atau Jangkauan Lebar, penggunaan *e-commerce* mampu meluaskan jangkauan di seluruh belahan dunia.
- 5) Bagi masyarakat umum, penggunaan *e-commerce* mampu mengurangi polusi udara dan pencermaran pada lingkungan, sehingga konsumen tidak perlu bersusah payah memenuhi arus lalu lintas untuk aktivitas berbelanja.

Sedangkan kekurangan yang harus diterima dalam melakukan penjualan dengan sistem *e-commerce* yaitu:

- a) Rentan terhadap pencurian informasi yang rahasia dan mungkin berharga, sehingga dapat mengakibatkan hilangnya seluruh informasi rahasia tersebut pada pihak yang tidak bertanggungjawab sehingga menimbulkan kerugian yang cukup besar.
- b) Gangguan layanan, hal ini dapat bersifat non teknis seperti aliran listrik yang padam.

---

<sup>4</sup> Fauzi Muhammad dan Baharuddin Ahmad, *Fikih Bisnis Syariah Kontemporer*, (Jakarta: Kencana, 2021), 40-46.

- c) Penggunaan akses pada pihak yang tidak memiliki hak, seperti seorang peretas yang dapat mencuri data-data pribadi seseorang.
- d) Meningkatkan individualisme, dimana seseorang melakukan transaksi untuk memperoleh barang maupun jasa yang diinginkan tanpa harus bertemu dengan siapapun.
- e) Terkadang mampu menimbulkan rasa kekecewaan, seperti saat menerima barang yang ternyata tidak sesuai pada gambar.<sup>5</sup>

**e. Indikator *E-Commerce***

Indikator *e-commerce* dapat diukur dalam 3 (tiga) perspektif, yaitu:

- 1) Perspektif mengenai komunikasi, dimana *e-commerce* diartikan sebagai sarana untuk mengirim informasi, layanan dan produk, serta pembayaran yang terhubung dalam jaringan telepon, komputer ataupun media elektronik lain.
- 2) Perspektif mengenai proses dalam bisnis, dimana *e-commerce* diartikan sebagai aplikasi yang memiliki teknologi otomatisasi dalam hal transaksi dan aliran terhadap kinerja perusahaan.
- 3) Perspektif mengenai layanan, dimana *e-commerce* diartikan sebagai alat yang mampu memenuhi keinginan dalam perusahaan, konsumen maupun manajemen guna menghemat biaya layanan untuk mengembangkan mutu dan kecepatan layanan.<sup>6</sup>

**f. *E-Commerce* dalam Perspektif Islam**

Islam bukan agama yang mempunyai sifat yang beku, akan tetapi ajarannya senantiasa berkembang dimanis. Suatu perniagaan atau proses jual beli dapat diartikan secara sah apabila rukun dan syarat yang ditentukan oleh syara' dapat terpenuhi. Menurut pendapat jumbuh ulama, terdapat 4 (empat) rukun jual beli dalam Islam yaitu:

---

<sup>5</sup> Rintho Rante Rerung, *E-Commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 33-34.

<sup>6</sup> Niluh Anik Sapitri, "Pengaruh *E-Commerce* dan Pemanfaatan Teknologi Informasi terhadap Minat Berwirausaha *Online* dalam Perspektif Islam pada Pedagang *Online* di Kota Makassar Sulawesi Selatan," 30.

- 1) Orang yang memiliki akad atau penjual dan pembeli  
 Dalam transaksi *e-commerce*, pihak penjual dan pembeli perlu memahami bagaimana pengoperasian pada komputer dan internet. Pihak yang bersangkutan dalam proses transaksi harus memenuhi aturan-aturan untuk keabsahan transaksi tersebut. Pihak penjual dan pembeli harus mempunyai kecakapan yang baik dan memiliki wewenang dalam hal transaksi.
- 2) Sighat (Ijab dan Qabul)  
 Pernyataan yang berhubungan dengan ijab dan qabul dapat berupa lisan, tulisan atau surat, syarat yang memberikan makna mengenai adanya ijab dan qabul, dan juga dapat berupa tindakan yang menjadi kelaziman pada ijab dan qabul.
- 3) Objek Transaksi (barang yang diperjualbelikan)  
 Dalam transaksi Islam, barang haruslah ada atau nampak ketika terjadinya proses akad. Selain itu, objek yang dijadikan untuk transaksi *e-commerce* berupa barang yang halal, mempunyai nilai dan kegunaan, memiliki kejelasan serta mampu ditransaksikan.
- 4) Terdapat nilai tukar untuk mengganti barang  
 Para ulama menyepakati bahwa nilai tukar untuk mengganti barang pada proses transaksi harus ditetapkan dan telah diketahui oleh pihak yang bersangkutan dalam proses transaksi. Ketentuan ini diperlukan guna menghapus ketidakjelasan yang mampu menyebabkan adanya konflik.<sup>7</sup>  
 Sedangkan syarat jual beli terdiri dari berakal, kehendak diri sendiri, keadaan tidak mubazir, dan baligh. Allah SWT beserta Rasul-Nya telah menetapkan bahwa transaksi perdagangan yang disetujui oleh kedua belah pihak sebagai sesuatu yang halal dan terdapat larangan untuk mengambil milik orang lain tanpa adanya kesepakatan. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT yang tertulis dalam Surah An-Nisa pada ayat 29:

---

<sup>7</sup> Hadiansyah Ma'sum, "Pemanfaatan Teknologi Internet dalam Dunia Bisnis Menurut Hukum Islam," *Jurnal TEMATIK (Teknologi Informasi dan Komunikasi)* 2, no. 1 (2014): 64-65.

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ  
إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ

اللَّهُ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٤﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”<sup>8</sup>

Ayat tersebut menjelaskan bahwa sesuatu disebut batil dalam perniagaan apabila telah melanggar ketentuan syara’, seperti terdapat unsur judi, penipuan, riba, dan batil. Kemudian, perbuatan yang dilarang hukum syar’i, juga dapat dipandang sebagai batil seperti pencurian, perampokan, korupsi dan lain sebagainya. Pertama, apabila *e-commerce* dipandang dalam perdagangan secara Islam, maka dapat diibaratkan bahwa penjualnya adalah *merchant* (penyedia layanan internet), sedangkan pembelinya adalah *customer* (pelanggan). Kedua, objek merupakan barang dan jasa yang diperjualbelikan yang mencantumkan berbagai informasi, profil, harga, gambar barang, dan informasi resmi pada perusahaan. Ketiga, sighth atau ijab qabul dilakukan dengan alat pembayaran dimana sistem pendukung bagi pengakuisisi, dan dapat bermanfaat bagi pelayanan *online*.<sup>9</sup>

## 2. Pemanfaatan IT (*Information Technology*)

### a. Pengertian IT (*Information Technology*)

Teknologi Informasi (TI) dalam bahasa Inggris dikenal dengan istilah *Information Technology* (IT). Istilah tersebut merujuk pada teknologi yang dapat membantu manusia untuk menciptakan, memperbaiki, menyimpan, mengkomunikasikan

<sup>8</sup> “Surat An Nisa,” Litequran.net, diakses pada 22 Februari, 2022. <https://litequran.net/an-nisa>.

<sup>9</sup> Nur Fadhillah, “Transaksi Bisnis *E-Commerce* dalam Perspektif Islam,” *Jurnal QIEMA (Qomaruddin Islamic Economy Magazine)* 6, no. 2 (2020): 155-158.

dan membagikan informasi. IT dapat menggabungkan komputasi serta komunikasi yang memiliki kecepatan tinggi baik data, suara, maupun *video*. IT diartikan sebagai bidang manajemen teknologi yang terdiri dari berbagai aspek mulai dari proses, perangkat lunak komputer, sistem informasi, perangkat keras komputer, bahasa pemrograman, serta data konstruksi. Dalam cakupan bisnis, IT telah memiliki empat set berupa layanan inti yang berguna dalam menjalankan strategi bisnis seperti pengoperasian bisnis secara otomatis, menghasilkan informasi, mempertemukan dengan konsumen, dan alat-alat untuk keperluan produktivitas.<sup>10</sup>

Teknologi informasi merupakan suatu pembentukan, pengaplikasian, pengembangan, penunjang ataupun manajemen dalam sistem informasi yang berbasis pada komputer, terutama perangkat keras dan perangkat lunak. Dengan demikian, teknologi informasi merupakan berbagai macam fasilitas yang mencakup perangkat keras dan perangkat lunak yang berguna untuk menunjang dan meningkatkan kualitas informasi kepada masyarakat secara cepat dan baik.<sup>11</sup> Menurut Everet MR, teknologi informasi didefinisikan sebagai perangkat keras yang memiliki sifat terorganisasi yang dapat melanjutkan nilai-nilai sosial antar individu ataupun kelompok dengan cara menyatukan, memproses dan membagikan informasi yang berbentuk elektronik maupun mikro komputer, yang kemudian saling bertukar informasi antar individu maupun kelompok lainnya.<sup>12</sup>

#### **b. Manfaat IT (*Information Technology*)**

Teknologi informasi merupakan teknologi yang berguna dalam menyelesaikan suatu masalah, menciptakan kreativitas, dan meningkatkan efektivitas serta efisiensi untuk melakukan suatu pekerjaan. Kebutuhan akan pemecahan masalah terhadap suatu persoalan, akan mendorong kreativitas dan efisiensi manusia untuk melakukan suatu pekerjaan, sehingga hal ini menjadi sebab munculnya keberadaan teknologi informasi. Oleh karena itu peran teknologi pada suatu organisasi sangat penting untukantisipasi adanya

---

<sup>10</sup> Novega Pratama Adiputra, *Dasar-Dasar Teknik Informatika*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 36.

<sup>11</sup> Novega Pratama Adiputra, *Dasar-Dasar Teknik Informatika*, 37.

<sup>12</sup> Maria Ulfa Batoebara, *Teknologi Informasi dan Komunikasi*, (Medan: Penerbit Undhar Press, 2020), 14.



permasalahan-permasalahan yang terjadi atau yang mungkin akan dihadapi organisasi.<sup>13</sup>

Pada era kehidupan sekarang ini, tidak ada tatanan kehidupan manusia yang tidak memanfaatkan teknologi informasi untuk kebutuhan hidup sehari-hari. Hal ini membuktikan bahwa manusia cenderung tidak dapat dipisahkan dengan tidak menggunakan perangkat teknologi informasi dalam kegiatan sehari-harinya. Beberapa manfaat teknologi informasi dalam kehidupan sehari-hari diantaranya yaitu:

- 1) Pendidikan
- 2) Industri (makanan, manufaktur, obat-obatan, dll)
- 3) Militer
- 4) Kedokteran
- 5) Maritim
- 6) Kepolisian
- 7) Perbankan
- 8) Pemerintahan
- 9) Dan lain-lain dalam aspek kehidupan manusia.<sup>14</sup>

**c. Peran IT (*Information Technology*)**

- 1) Meningkatkan Efisiensi dan Efektivitas Kinerja

Dapat terlaksana ketika sistem telah dirancang dengan baik kepada para pengguna yang memahami tentang manajemen dan organisasi yang bertujuan untuk meningkatkan efektivitas penggunaan.

- 2) Mampu menciptakan Keunggulan yang Strategis

Kemajuan dalam penerapan manajerial dari teknologi informasi dan komputer mampu memberikan hasil berupa keunggulan strategi kepada pihak yang melakukan kegiatan.

- 3) Mengubah Struktur Organisasi

Dengan menggunakan teknologi informasi, maka organisasi juga akan memanfaatkan komputer sebagai media guna memperoleh informasi yang diperlukan.

- 4) Menawarkan Keunggulan Kompetitif

Sistem informasi telah beralih dari fungsi tradisional sehingga menjadi aplikasi penunjang untuk penawaran dengan keunggulan kompetitif.<sup>15</sup>

---

<sup>13</sup> Bagaskoro, *Pengantar Teknologi Informatika dan Komunikasi Data*, (Yogyakarta: Deepublish, 2019), 58.

<sup>14</sup> Bagaskoro, *Pengantar Teknologi Informatika dan Komunikasi Data*, 59.

#### d. Indikator Pemanfaatan IT

Indikator pemanfaatan IT dapat diukur dengan 5 (lima) indikator, yaitu sebagai berikut:

- 1) Faktor sosial, dimana faktor ini beranggapan bahwa terdapat pihak lain yang membantu suatu individu untuk memanfaatkan teknologi informasi.
- 2) Perasaan, dimana faktor ini berkaitan dengan perasaan yang akan dirasakan individu terhadap aktivitas yang dilakukan jika dibantu dengan penggunaan teknologi informasi.
- 3) Kesesuaian tugas, dimana faktor ini membuktikan hubungan antara penggunaan teknologi informasi dengan keperluan tugas yang dilakukan.
- 4) Konsekuensi terhadap jangka panjang, faktor ini merupakan hasil yang didapat guna bermanfaat di masa yang akan datang yang diukur oleh produktivitas yang telah dihasilkan.
- 5) Kondisi yang dapat memfasilitasi, dimana faktor ini merupakan faktor keobjektifan yang terdapat dalam dunia kerja yang dapat mempermudah serta membantu pengguna untuk melakukan suatu pekerjaan.<sup>16</sup>

#### e. Pemanfaatan IT dalam Perspektif Islam

Islam sangat menjunjung umatnya untuk terus-menerus menjadi orang yang baik saat berada dimanapun yang berkaitan dengan teknologi informasi. Oleh karena itu, teknologi telah bekerja sama dengan Islam agar bermanfaat bagi segala umat. Hal inilah yang membuat umat muslim diharuskan agar mempunyai sifat-sifat ilmuwan seperti terbuka, bijak untuk menerima fakta, dan selalu menggunakan akal pikirannya untuk berpikir secara kritis. Sehingga hal tersebut akan mengantarkan pada sebuah keharusan bagi setiap umat muslim untuk unggul pada bidang teknologi informasi, sebagai kebutuhan hidup yang harus diprioritaskan guna memenuhi kebahagiaan di dunia maupun akhirat.<sup>17</sup>

---

<sup>15</sup> H. Kasiyanto Kasemin, *Agresi Perkembangan Teknologi Informasi*, (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2015), 10-12.

<sup>16</sup> Niluh Anik Sapitri, "Pengaruh *E-Commerce* dan Pemanfaatan Teknologi Informasi terhadap Minat Berwirausaha *Online* dalam Perspektif Islam pada Pedagang *Online* di Kota Makassar Sulawesi Selatan," 30-31.

<sup>17</sup> Mohammad Rizky Ramadhandy Budianto dkk., "Perspektif Islam terhadap Ilmu Pengetahuan dan Teknologi," *Jurnal Islamika: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman* 21, no. 1 (2021): 58.

Seperti pada Firman Allah SWT yang tertulis dalam Surah Al-Baqarah ayat 164:

إِنَّ فِي خَلْقِ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَاخْتِلَافِ اللَّيْلِ وَالنَّهَارِ وَالْفُلْكِ  
الَّتِي تَجْرِي فِي الْبَحْرِ بِمَا يَنْفَعُ النَّاسَ وَمَا أَنْزَلَ اللَّهُ مِنَ السَّمَاءِ مِنْ  
مَاءٍ فَأَحْيَا بِهِ الْأَرْضَ بَعْدَ مَوْتِهَا وَبَثَّ فِيهَا مِنْ كُلِّ دَابَّةٍ وَتَصْرِيفِ  
الرِّيحِ وَالسَّحَابِ الْمُسَخَّرِ بَيْنَ السَّمَاءِ وَالْأَرْضِ لَآيَاتٍ لِّقَوْمٍ  
يَعْقِلُونَ ﴿١٦٤﴾

Artinya: “Sesungguhnya pada penciptaan langit dan bumi, pergantian malam dan siang, kapal yang berlayar di laut dengan (muatan) yang bermanfaat bagi manusia, apa yang diturunkan Allah dari langit berupa air, lalu dengan itu dihidupkan-Nya bumi setelah mati (kering), dan Dia tebarkan di dalamnya bermacam-macam binatang, dan perkisaran angin dan awan yang dikendalikan antara langit dan bumi, (semua itu) sungguh, merupakan tanda-tanda (kebesaran Allah) bagi orang-orang yang mengerti.”<sup>18</sup>

Ayat tersebut mendorong setiap umat muslim agar lebih menggunakan akal pikirannya dalam mengungkap rahasia pada alam semesta, yang dapat menambah keyakinan pada kekuasaan dan kemuliaan Allah SWT. Kemudian mendorong kamu muslimin agar lebih gigih dalam mencari ilmu dan dapat mengembangkan teknologi sehingga keberadaannya dapat memberikan manfaat bagi kehidupan manusia.

### 3. Pengetahuan Kewirausahaan

#### a. Pengertian Pengetahuan Kewirausahaan

Menurut Djaali, pengetahuan adalah salah satu faktor kognitif berupa kemampuan untuk mengingat, menghafal sesuatu ataupun mengulang pada informasi yang telah diperoleh. Sedangkan menurut Anas, pengetahuan merupakan kemampuan yang dimiliki seseorang untuk

<sup>18</sup> “Surat Al Baqarah.” Litequran.net. 22 Februari, 2022. <https://litequran.net/al-baqarah>.

mengingat ulang hal-hal yang telah dialami, tanpa mempertimbangkan kemampuan untuk menggunakannya. Dengan demikian, pengetahuan diartikan sebagai kemampuan manusia untuk menangkap, mengingat ulang, dan membagikan informasi yang telah tersimpan di dalam memori.<sup>19</sup>

Menurut Drucker, kewirausahaan dapat diartikan tentang sikap, perilaku, kemampuan, maupun semangat pada individu dalam menjalankan usaha yang mengacu dalam proses pencarian, penciptaan, penerapan cara kinerja, teknologi, serta produk baru dengan mengoptimalkan efisiensi guna memberikan pelayanan yang lebih maksimal agar mendapat keuntungan. Sedangkan menurut Hisrich dan Brush, kewirausahaan adalah suatu proses pembentukan sesuatu dengan nilai berbeda yang dilakukan dengan waktu dan upaya tertentu untuk menanggung berbagai risiko seperti finansial, psikologikal serta sosial guna mendapatkan hasil yang berupa upah dan kepuasan pribadi.<sup>20</sup>

Menurut Kuntowicaksono, pengetahuan kewirausahaan dapat diartikan pemahaman yang dimiliki seseorang terhadap kegiatan wirausaha yang memiliki berbagai macam karakter maupun sikap dalam membuka peluang usaha agar dapat menjadi prospek usaha yang menghasilkan keuntungan. Pengetahuan kewirausahaan merupakan seluruh informasi yang diterima ketika mengikuti proses pembelajaran dan pengalaman, yang dapat dijadikan sebagai pelatihan dan pemahaman, agar memiliki kemampuan untuk meminimalisir risiko. Pengetahuan kewirausahaan menjadi dasar awal dalam membangun sebuah wirausaha. Hal ini dikarenakan banyaknya hal yang perlu dipelajari untuk berwirausaha, seperti kode etik wirausaha, kemudian belajar mengenai cara membentuk rasa kepercayaan terhadap konsumen, selalu konsisten dalam hal identitas produk, dan memiliki

---

<sup>19</sup> Josia Sanchaya Hendrawan dan Hani Sirine, "Pengaruh Sikap Mandiri, Motivasi, Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus pada Mahasiswa FEB UKSW Konsentrasi Kewirausahaan)," *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship (AJIE)* 02, no. 03 (2017): 298.

<sup>20</sup> Marfua Suebuddin, "Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha dan Menanamkan Jiwa *Leadership* terhadap Minat Berwirausaha," *Jurnal Ilmu Pendidikan dan Humaniora* 7, no. 1 (2021): 4.

pemahaman serta mampu menerima berbagai jenis karakter konsumen.<sup>21</sup>

Pengetahuan kewirausahaan juga dapat diartikan sebagai kemampuan yang dimiliki seseorang ketika memperoleh teori-teori selama menempuh proses pembelajaran yang berhubungan dengan kegiatan kewirausahaan. Selain itu juga didapat melalui berbagai media yang menyajikan informasi seputar kewirausahaan baik secara cetak maupun elektronik. Semakin banyaknya informasi yang diterima oleh seseorang mengenai pengetahuan kewirausahaan, maka akan menjadikan pengaruh yang positif untuk meningkatkan jiwa berwirausaha.<sup>22</sup>

Pengetahuan kewirausahaan mencakup sejumlah bidang pengetahuan yang seluruhnya diperlukan oleh seorang wirausaha jika usahanya ingin berhasil. Menurut Boyatzis, pengetahuan kewirausahaan memiliki 4 (empat) dimensi, yaitu sebagai berikut:

- 1) Pengetahuan dan keterampilan fungsional, merupakan pengetahuan teknis dan kemampuan yang sesuai dengan bidang usaha.
- 2) Kesadaran usaha dan strategi, yaitu memahami gambaran yang lebih besar tentang usaha disertai dengan keterampilan konseptual, analisis, sintesis, dan kreativitas.
- 3) Pengetahuan dan keterampilan manajemen generik, yaitu merencanakan, mengatur, bernegosiasi, mengkoordinasikan sumber daya, dan menyelesaikan masalah.
- 4) Kompetensi pribadi, yaitu berupa orientasi berhasil, inisiatif, keterampilan interpersonal, antusiasme, ketekunan, komitmen, dan kepemimpinan.<sup>23</sup>

---

<sup>21</sup> Marfua Suebuddin, "Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha dan Menanamkan Jiwa *Leadership* terhadap Minat Berwirausaha," 5.

<sup>22</sup> Dudung Abdullah dan Fiska Rahmah Septiany, "Pengaruh Motivasi dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka)," *Jurnal Co Management* 1, no. 3 (2019): 320.

<sup>23</sup> Juliansyah Noor, dkk, *Kewirausahaan: Manajemen Wirausaha Bisnis Kecil*, (Banten: La Tansa Mashiro Publisher, 2020), 64-65.

### **b. Indikator Pengetahuan Kewirausahaan**

Indikator pengetahuan kewirausahaan dapat diukur oleh 3 (tiga) indikator, yaitu:

- 1) Berani menanggung risiko usaha
- 2) Menganalisis peluang usaha
- 3) Merumuskan solusi masalah.<sup>24</sup>

Sedangkan pengetahuan dasar untuk berwirausaha menurut Roxas yaitu sebagai berikut:

- a) Pengetahuan yang cukup tentang persyaratan hukum untuk memulai usaha
- b) Pengetahuan cara menemukan sumber daya untuk membangun usaha
- c) Pengetahuan yang cukup untuk mengatur dan mengelola usaha
- d) Pengetahuan yang cukup untuk memasarkan produk maupun jasa
- e) Pengetahuan yang cukup dalam menerapkan ide usaha.<sup>25</sup>

### **c. Pengetahuan Kewirausahaan dalam Perspektif Islam**

Pengetahuan merupakan informasi yang diterima dan disadari oleh seseorang. Dalam definisi lain, pengetahuan meliputi berbagai macam gejala yang didapat manusia dengan pengamatan secara akal. Pengetahuan dapat muncul ketika seseorang mengenali suatu benda ataupun hal tertentu yang belum pernah dijumpai ataupun dirasakan dengan menggunakan akal budinya. Bagi seorang muslim, pengetahuan adalah bagian yang menjadi dasar adanya kemajuan dalam pandangan hidupnya. Oleh karena itu, bagi seorang muslim pengetahuan memiliki makna yang penting.<sup>26</sup>

Kewirausahaan menurut Islam merupakan seluruh aktivitas yang dilakukan secara perniagaan dengan menciptakan suatu barang atau jasa yang dalam proses

---

<sup>24</sup> Josia Sanchaya Hendrawan dan Hani Sirine, "Pengaruh Sikap Mandiri, Motivasi, Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus pada Mahasiswa FEB UKSW Konsentrasi Kewirausahaan)," 299.

<sup>25</sup> Kristanti Veronika, dkk., "Hubungan Pengetahuan Kewirausahaan dan E-Commerce dengan Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta," *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan* 2, no. 1 (2021): 312.

<sup>26</sup> M. Yusuf, "Tauhid dan Sains (Agama dan Ilmu Pengetahuan dalam Perspektif Islam)," *Al-Kahfi: Jurnal Pendidikan Agama Islam* 6, no. 1 (2021): 88.

penciptaannya tidak melanggar aturan syariat Islam.<sup>27</sup> Pengetahuan kewirausahaan dapat mendorong aktivitas seseorang agar menjadi terampil, dimana hal tersebut dapat dilakukan dengan memulai mengerjakan sesuatu secara mandiri dan tulus agar menghasilkan karya yang bermanfaat. Implementasi pengetahuan maupun teori kewirausahaan merupakan suatu usaha yang dilakukan dengan adanya pengawasan yang terarah pada diri individu melalui kreativitas dan inovasi yang memiliki karakter guna memperoleh kemanfaatan dalam hidup.<sup>28</sup>

Mempelajari pengetahuan maupun teori-teori kewirausahaan menjadikan kebiasaan manusia untuk melakukan kegiatan usaha sebagai kebutuhan yang dapat dituangkan dalam sebuah tindakan. Implementasi pengetahuan kewirausahaan akan terintegrasi dalam pemikiran dan batin manusia sehingga mendorong manusia untuk melakukan kegiatan usaha guna mencapai hasil yang optimal untuk memenuhi tujuan hidup.<sup>29</sup> Oleh sebab itu, pengetahuan kewirausahaan sangatlah penting untuk dimiliki terhadap seorang wirausaha. Hal ini sesuai dengan Firman Allah yang tertulis dalam Surat Az-Zumar Ayat 9 mengenai pengetahuan yaitu:

أَمَّنْ هُوَ قَنِيتٌ ءَأَنَاءَ اللَّيْلِ سَاجِدًا وَقَائِمًا يَحْذَرُ الْآخِرَةَ وَيَرْجُوا  
رَحْمَةَ رَبِّهِ ۗ قُلْ هَلْ يَسْتَوِي الَّذِينَ يَعْمُونَ وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ ۗ  
إِنَّمَا يَتَذَكَّرُ أُولُو الْأَلْبَابِ ﴿٩﴾

Artinya: (Apakah kamu orang musyrik yang lebih beruntung) ataukah orang yang beribadah pada waktu malam dengan sujud dan berdiri, karena takut kepada (azab) akhirat dan mengharapkan rahmat Tuhannya? Katakanlah, “Apakah sama orang-orang yang mengetahui dengan orang-orang yang tidak mengetahui?” Sebenarnya

<sup>27</sup> Ratna Wijayanti, “Membangun *Entrepreneurship* Islami dalam Perspektif Hadist,” *Cakrawala: Jurnal Studi Islam* 13, no. 1 (2018): 42.

<sup>28</sup> Munif Efendi, “Berjiwa *Entrepreneur* Untuk Meraih Kesuksesan,” *Minhaj: Jurnal Ilmu Syariah* 1, no. 2 (2020): 183.

<sup>29</sup> Munif Efendi, “Berjiwa *Entrepreneur* Untuk Meraih Kesuksesan,” 184-185.

hanya orang yang berakal sehat yang dapat menerima pelajaran.<sup>30</sup>

Terdapat juga hadits yang menerangkan bahwa seorang wirausahawan senantiasa harus berkarya dan berinovasi dari pengetahuan yang telah didapatkan tentang kewirausahaan, yang berbunyi sebagai berikut:

“Dari Ashim bin Ubaidillah, dari Salim, dari bapaknya, dia berkata, Rasulullah SAW. telah bersabda “sesungguhnya Allah mencintai seorang mukmin yang berkarya/bekerja keras.” Dan di dalam riwayat Ibnu Abdan, “pemuda yang berkarya/bekerja keras.” (H.R. Baihaqy)<sup>31</sup>

#### 4. Minat Berwirausaha Online

##### a. Pengertian Minat Berwirausaha

Minat merupakan suatu tekad yang tercipta dari pengalaman yang memotivasi individu untuk menelusuri objek, aktivitas, persepsi, dan keterampilan yang bertujuan untuk memperoleh perhatian ataupun keahlian.<sup>32</sup> Kewirausahaan berasal dari kata wirausaha. Wira adalah berani sedangkan usaha adalah usaha ataupun bisnis. Jadi dapat diartikan bahwa wirausaha adalah berani berusaha atau berani berbisnis. Kewirausahaan merupakan suatu usaha ataupun bisnis yang berhubungan dengan peluang dan manajemen sumber daya yang dimanfaatkan guna mendapatkan keuntungan dengan cara penjualan barang ataupun jasa.<sup>33</sup>

Kewirausahaan merupakan kemampuan dan kemauan seorang individu untuk mengambil risiko dengan menginvestasikan dan mengobarkan waktu, uang, serta usahanya guna membangun suatu usaha dan menjadikannya berhasil. Wirausaha adalah kegiatan yang dapat memunculkan nilai tambah dengan menawarkan produk ataupun jasa dengan cara modifikasi, kreativitas, inovasi, dan kepekaan pada lingkungan sekitar, sehingga

---

<sup>30</sup> “Surat Az Zumar,” Litequran.net, diakses pada 22 Februari, 2022. <https://litequran.net/az-zumar>.

<sup>31</sup> Ratna Wijayanti, “Membangun *Entrepreneurship* Islami dalam Perspektif Hadits,” 44.

<sup>32</sup> Ainul Yaqin, *Membentuk Karakter melalui Pendidikan Afeksi*, (Yogyakarta: Media Akademi, 2019), 166-167.

<sup>33</sup> M. Muchson, *Entrepreneurship (Kewirausahaan)*, (Jakarta: Guepedia, 2017), 13.



produk ataupun jasa tersebut dapat memberikan manfaat bagi masyarakat.<sup>34</sup> Dengan demikian, minat berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan dan kesanggupan untuk bekerja keras guna membangun usaha yang bertujuan sebagai pemenuhan kebutuhan hidup serta berani mengambil risiko yang akan terjadi.<sup>35</sup>

Menurut Sudibyanto, minat berwirausaha secara *online* merupakan suatu keinginan seseorang untuk memanfaatkan aplikasi teknologi dalam proses transaksi jual beli terhadap produk maupun jasa dengan jaringan informasi berupa internet.<sup>36</sup>

#### **b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha**

Dalam membangun sebuah usaha, seorang wirausaha memerlukan faktor-faktor seperti faktor pendorong dan faktor penarik. Faktor penarik yang menjadi sebab seseorang dalam berwirausaha dapat dipengaruhi oleh faktor eksternal yaitu kesempatan dalam meningkatkan pendapatan dan menanggung risiko yang dihadapi. Selain itu, terdapat faktor lain yang juga berperan dalam pengembangan kewirausahaan yaitu pengembangan pada teknologi, badan keuangan yang menyediakan modal dan koneksi hubungan antar individu. Adapun faktor penarik yang menyebabkan seseorang dalam berwirausaha dapat dipengaruhi oleh lingkungan yang negatif seperti ketidakpuasan terhadap pekerjaan, sulitnya mencari pekerjaan, dan tidak menentunya jam kerja ataupun gaji yang kurang cukup.<sup>37</sup>

Sedangkan faktor pendorong yang menyebabkan seseorang dalam berwirausaha dapat dipengaruhi oleh faktor internal dalam diri individu seperti sifat individu, kecenderungan, penilaian dan mental, serta kemampuan dalam kemahiran dan terampil. Menurut Kasmir, terdapat

---

<sup>34</sup> Rina Rachmawati, *Kewirausahaan*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 1-4.

<sup>35</sup> Muhammad Dinar, dkk., *Kewirausahaan*, (Bandung: Penerbit Media Sains Indonesia, 2020), 4.

<sup>36</sup> Shofiana Fadhilah, dkk., "Pembelajaran Pemasaran *Online*, *Self Efficacy* dan Minat Berwirausaha *Online* Kelas XI Pemasaran SMK Negeri Surakarta," *Jurnal Pendidikan Bisnis dan Ekonomi* 2, no. 2 (2016): 6.

<sup>37</sup> Edy Dwi Kurniati, *Kewirausahaan Industri*, (Yogyakarta: Deepublish, 2015), 64-65.

beberapa faktor yang dapat mendorong dalam diri individu untuk melakukan wirausaha yaitu:

- 1) Memiliki visi dan tujuan secara jelas
- 2) Memiliki inisiatif dan selalu proaktif
- 3) Fokus terhadap prestasi
- 4) Berani menanggung risiko
- 5) Bekerja keras
- 6) Bertanggung jawab
- 7) Komitmen terhadap berbagai pihak
- 8) Mengembangkan jejaring.<sup>38</sup>

Secara umum, faktor yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha dapat dikategorikan menjadi faktor intrinsik dan faktor ekstrinsik. Faktor intrinsik yaitu faktor yang muncul karena adanya pengaruh seperti rangsangan yang ada dalam diri individu yaitu sebagai berikut:

- a) Adanya kebutuhan untuk pendapatan, dimana melakukan kegiatan wirausaha mampu memberikan pendapatan yang dapat digunakan sebagai pemenuhan kebutuhan hidup sehingga menimbulkan minat untuk berwirausaha.
- b) Harga diri, dimana manusia akan merasa dihargai oleh orang lain karena dengan adanya usaha tersebut maka akan mendapat suatu reputasi dan mampu menghindari ketergantungan pada orang lain.
- c) Perasaan senang, merupakan kecenderungan hati dan jiwa seseorang sehingga rasa senang tersebut dapat dibangun dengan adanya perhatian, keinginan, dan kepuasan untuk berwirausaha.

Sedangkan faktor ekstrinsik yaitu faktor yang dapat mempengaruhi seseorang karena adanya pengaruh dorongan yang berasal dari luar yaitu:

- 1) Lingkungan keluarga, yaitu kelompok masyarakat paling kecil yang menjadi bagian dasar dalam pertumbuhan dan perkembangan sehingga membentuk kepribadian pada seseorang. Minat berwirausaha seseorang akan muncul jika keluarga mampu memberikan pengaruh yang positif.
- 2) Lingkungan masyarakat, yaitu lingkungan dari luar lingkungan keluarga yang mempengaruhi minat

---

<sup>38</sup> Edy Dwi Kurniati, *Kewirausahaan Industri*, 65-67.

berwirasusaha seseorang seperti saudara, teman, maupun orang lain.

- 3) Peluang pendidikan atau pengetahuan, yaitu kesempatan seseorang untuk dapat melakukan hal apapun yang diinginkan dengan pengetahuan yang di dapat selama menempuh perjalanan pendidikan. Hal ini dapat menjadi bekal awal yang digunakan untuk membangun wirausaha.<sup>39</sup>

#### c. Indikator Minat Berwirausaha

Indikator minat berwirausaha diukur oleh 3 (tiga) indikator, yaitu:

- 1) Perasaan senang, yaitu kegembiraan atau kecenderungan dalam melakukan suatu kegiatan sehingga dapat memperoleh suatu pendekatan pada aktivitas yang ditekuninya.
- 2) Ketertarikan, dimana seseorang yang mempunyai ketertarikan dalam berwirausaha merasa sanggup dalam menangani segala risiko yang akan diterima.
- 3) Perhatian dan keterlibatan, dimana perhatian ini merupakan konsentrasi dan keterlibatan merupakan aktivitas jiwa yang terlibat pada hasil yang kemungkinan diperoleh akan sesuai dengan yang diharapkan.<sup>40</sup>

#### d. Kewirausahaan dalam Perspektif Islam

Wirausaha diartikan sebagai seseorang yang mempunyai karakter kewirausahaan seperti berani menanggung risiko, memiliki kreativitas dan inovatif, memiliki kemampuan dalam menjalankan usaha ataupun perusahaan yang bertumpu atas kesediaan dan kapasitas sendiri. Seperti firman Allah SWT yang tertulis dalam Surah Al-Qasas ayat 77, tentang wirausaha yaitu:

---

<sup>39</sup> Edy Dwi Kurniati, *Kewirausahaan Industri*, 71-73.

<sup>40</sup> Rita Ningsih dan Arfatun Nurrahmah, "Minat Berwirausaha Mahasiswa Ditinjau dari *Self Efficacy* dan *Adversity Quotient*," *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan)* 4, no. 2 (2020): 163.

وَأَتَّبِعْ فِيمَا ءَاتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَسْرِ نَصِيبَكَ  
 مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ  
 الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ ﴿٧٧﴾

Artinya: “Dan carilah apa yang telah dianugerahkan Allah kepada mu (kebahagiaan) untuk negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai, orang-orang yang berbuat kerusakan.”<sup>41</sup>

Firman Allah SWT tersebut menganjurkan umat Islam untuk mencukupi kebutuhannya masing-masing dan tidak bergantung terhadap orang lain. Kewirausahaan menurut Islam merupakan suatu perniagaan berupa peralihan hak milik produk ataupun jasa yang memiliki manfaat dari suatu pihak dengan pihak lain yang disertai proses jual beli dengan instrumen pembayaran yang sah, dan ucapan ijab kabul menurut sunatullah dan sunatulrasul.<sup>42</sup>

Adapun prinsip-prinsip wirausaha secara syariah menurut Rasulullah SAW, adalah sebagai berikut:

1. Kebebasan atau sukarela dengan menghindari dari transaksi bisnis yang haram dan menghindari dari penggunaan harta yang dilarang seperti riba, transaksi spekulatif, penimbunan harta, berfoya-foya, serta persaingan yang tidak sehat.
2. Keadilan atau bermoral, jujur, dan adil.
3. Memiliki akhlak yang mulia/sopan dan bertingkah laku baik seperti jujur, bertanggungjawab, tidak menipu, menepati janji, murah hati, sabar, dermawan dan pemaaf.

<sup>41</sup> “Surat Al Qasas,” Litequran.net, diakses pada 22 Februari, 2022. <https://litequran.net/al-qasas>.

<sup>42</sup> Farid, *Kewirausahaan Syariah*, (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2017), 10-13.

4. Transaksi perdagangan yang memperhatikan tiga hal seperti akad atau transaksi, objek transaksi, dan subjek transaksi.<sup>43</sup>

Sedangkan manfaat yang didapatkan dalam berwirausaha yaitu:

1. Dengan berwirausaha, dapat menambah nilai ibadah dan ketakwaan kepada Allah SWT.
2. Dengan berwirausaha, dapat hidup secara mandiri.
3. Dengan berwirausaha, dapat membangun citra diri.
4. Dengan berwirausaha, akan menjadi kaya.
5. Dengan berwirausaha, dapat membuka lapangan kerja.
6. Dengan berwirausaha, dapat membina silaturahmi dan dakwah.
7. Dengan berwirausaha, dapat mengatur penggunaan waktu.
8. Dengan berwirausaha, dapat meningkatkan sifat dermawan.<sup>44</sup>

**B. Penelitian Terdahulu**

Adapun penelitian terdahulu yang berhubungan dengan pengaruh *e-commerce*, pemanfaatan IT dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha *online* yang mendukung dan menjadi landasan dalam penelitian ini yaitu:

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti dan Tahun	Judul	Hasil Penelitian
1	Niluh Anik Sapitri  Jurnal Kajian Ekonomi Syariah, Vol. 2, No. 1, Desember 2018	Pengaruh <i>E-Commerce</i> dan Pemanfaatan Teknologi Informasi terhadap Minat Berwirausaha <i>Online</i> dalam Perspektif Islam pada Pedagang <i>Online</i> di Kota	Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa variabel <i>e-commerce</i> dan pemanfaatan teknologi berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha

<sup>43</sup> Farid, *Kewirausahaan Syariah*, 15.

<sup>44</sup> Farid, *Kewirausahaan Syariah*, 64.

		Makassar Sulawesi Selatan	<i>online.</i>
	<p><b>Persamaan:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Menggunakan variabel <i>e-commerce</i> dan pemanfaatan teknologi informasi atau IT (<i>Information Technology</i>)</li> <li>- Menggunakan metode <i>purposive sampling</i> atau dengan pertimbangan tertentu</li> </ul> <p><b>Perbedaan:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Penelitian ini menambahkan variabel lain yaitu pengetahuan kewirausahaan</li> <li>- Objek penelitiannya yang berbeda</li> </ul>		
2	<p>Niluh Anik Sapitri dan Emi Sri Rahayu Fatimah</p> <p>Jurnal Kajian Ekonomi Syariah, Vol. 4, No. 1, Desember 2020</p>	<p>Pengaruh <i>E-Commerce</i> dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha pada Pedagang <i>Online</i> di Kota Makassar dalam Perspektif Islam</p>	<p>Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa variabel <i>e-commerce</i> dan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.</p>
	<p><b>Persamaan:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Menggunakan variabel <i>e-commerce</i> dan pengetahuan kewirausahaan</li> <li>- Menggunakan metode <i>purposive sampling</i> atau dengan pertimbangan tertentu</li> </ul> <p><b>Perbedaan:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Penelitian ini menambahkan variabel lain yaitu pemanfaatan IT</li> <li>- Objek penelitiannya yang berbeda</li> </ul>		
3	<p>Erlinda dan Rika Astuti</p> <p>Jurnal Ilmiah Manajemen Muhammadiyah Aceh (JIMMA),</p>	<p>Pengaruh <i>E-Commerce</i> terhadap Minat Berwirausaha yang Dimoderasi oleh Pendidikan</p>	<p>Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa variabel <i>e-commerce</i> dan pendidikan kewirausahaan</p>

	Vol. 9, No. 2, Juli-Desember 2019	Kewirausahaan (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh)	berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa.
	<p><b>Persamaan:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Menggunakan variabel <i>e-commerce</i></li> <li>- Menggunakan metode <i>purposive sampling</i> atau dengan pertimbangan tertentu</li> </ul> <p><b>Perbedaan:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Penelitian ini tidak menggunakan variabel pendidikan kewirausahaan, akan tetapi menambahkan variabel lain yaitu pemanfaatan IT dan pengetahuan kewirausahaan</li> <li>- Objek penelitiannya yang berbeda</li> </ul>		
4	Bida Sari dan Maryati Rahayu  Jurnal IKRA-ITH Ekonomika, Vol. 2, No. 3, Juli 2020	Pengaruh Lingkungan, Pendidikan Kewirausahaan dan Penggunaan <i>E-Commerce</i> pada Peningkatan Minat Berwirausaha Mahasiswa FEB UPI YAI	Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel lingkungan, pendidikan kewirausahaan, dan penggunaan <i>e-commerce</i> terhadap minat berwirausaha.
	<p><b>Persamaan:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Menggunakan variabel <i>e-commerce</i></li> <li>- Menggunakan metode <i>purposive sampling</i> atau dengan pertimbangan tertentu</li> </ul> <p><b>Perbedaan:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Penelitian ini tidak menggunakan variabel lingkungan dan pendidikan kewirausahaan, akan tetapi menambahkan variabel lain yaitu</li> </ul>		

	pemanfaatan IT dan pengetahuan kewirausahaan - Objek penelitiannya yang berbeda		
5	Elida Gultom  Jurnal of Business and Economics Research (JBE), Vol. 2, No. 2, Juni 2021	Pengaruh <i>E-Commerce</i> , Pengetahuan Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Program S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau Pekanbaru)	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa <i>e-commerce</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha, pengetahuan kewirausahaan dan lingkungan keluarga berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.
	<p><b>Persamaan:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Menggunakan variabel <i>e-commerce</i> dan pengetahuan kewirausahaan</li> <li>- Menggunakan metode <i>purposive sampling</i> atau dengan pertimbangan tertentu</li> </ul> <p><b>Perbedaan:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Penelitian ini tidak menggunakan variabel lingkungan keluarga, akan tetapi menambahkan variabel lain yaitu pemanfaatan IT</li> <li>- Objek penelitiannya yang berbeda</li> </ul>		
6	Hamsun, Muh Natsir, Yuldi Mile, dan Latifah Sukmawati Yuniar  Jurnal Akun Nabelo, Vol. 2, No. 1, Juli 2019	Pengaruh Ekspektasi Pendapatan, Kepribadian, dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Akuntansi	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara ekspektasi pendapatan dan kepribadian terhadap minat berwirausaha, sedangkan pengetahuan



		Universitas Tadulako	kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha.
	<p><b>Persamaan:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Menggunakan variabel pengetahuan kewirausahaan</li> <li>- Menggunakan metode penelitian kuantitatif</li> </ul> <p><b>Perbedaan:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Penelitian ini tidak menggunakan variabel ekspektasi pendapatan dan kepribadian, akan tetapi menambahkan variabel lain yaitu <i>e-commerce</i> dan pemanfaatan IT</li> <li>- Objek penelitiannya yang berbeda</li> </ul>		
7	Herlambang Mahmudzah Jaya dan Harti Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), Vol. 9, No. 3, Juni 2021	Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Sikap Mandiri terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan kewirausahaan dan sikap mandiri terhadap minat berwirausaha.
	<p><b>Persamaan:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Menggunakan variabel pengetahuan kewirausahaan</li> <li>- Menggunakan metode penelitian kuantitatif</li> </ul> <p><b>Perbedaan:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Penelitian ini tidak menggunakan variabel sikap mandiri, akan tetapi menambahkan variabel lain yaitu <i>e-commerce</i> dan pemanfaatan IT</li> <li>- Objek penelitiannya yang berbeda</li> </ul>		
8.	Marselina Murniati, Sulisty, dan Udik Yudiono Jurnal Riset	Pengaruh Kepribadian, Pengetahuan Kewirausahaan, Kreativitas dan Lingkungan	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel

Pendidikan Ekonomi (JRPE), Vol. 4, No. 2, November 2019	Keluarga terhadap Minat Berwirausaha	kepribadian, pengetahuan kewirausahaan, kreativitas dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha.
<p><b>Persamaan:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Menggunakan variabel pengetahuan kewirausahaan</li> <li>- Menggunakan metode penelitian kuantitatif</li> </ul> <p><b>Perbedaan:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Penelitian ini tidak menggunakan variabel kepribadian, kreativitas dan lingkungan keluarga, akan tetapi menambahkan variabel lain yaitu <i>e-commerce</i> dan pemanfaatan IT</li> <li>- Objek penelitiannya yang berbeda</li> </ul>		

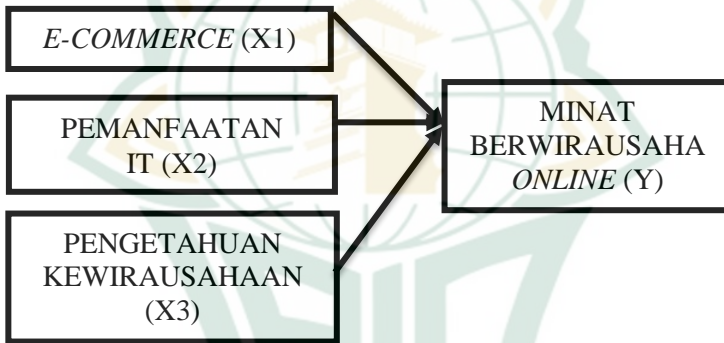
Berdasarkan dari hasil penelitian terdahulu, menyatakan bahwa minat berwirausaha *online* dapat dipengaruhi oleh banyak faktor yang mendorong seseorang untuk berwirausaha secara *online*. Akan tetapi, dalam penelitian-penelitian tersebut *e-commerce* dan pengetahuan kewirausahaan merupakan variabel yang memiliki pengaruh terbanyak daripada variabel lainnya dan variabel pemanfaatan IT (*Information Technology*) belum banyak digunakan dalam penelitian-penelitian sebelumnya. Sehingga hasilnya menunjukkan bahwa pemanfaatan IT belum maksimal mempengaruhi masyarakat atau mahasiswa dalam melakukan wirausaha secara *online*. Pemanfaatan IT menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi mahasiswa untuk berminat melakukan wirausaha secara *online* dikarenakan kemudahannya dalam mendapatkan berbagai macam fasilitas yang meliputi *hardware* dan *software* untuk mendukung dan meningkatkan kualitas informasi dengan cepat dan baik. Berdasarkan penelitian terdahulu yang digunakan sebagai dasar acuan bagi peneliti, telah ditemukan belum banyak penelitian yang menggunakan variabel pemanfaatan IT (*Information Technology*) terhadap minat berwirausaha *online*. Bertitik tolak pada permasalahan tersebut, maka peneliti mencoba untuk menggunakan variabel *e-commerce* yang dipadukan dengan pemanfaatan IT (*Information Technology*) dan pengetahuan

kewirausahaan terhadap minat berwirausaha *online* pada mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Kudus Angkatan 2018-2020.

**C. Kerangka Berfikir**

Kerangka berfikir adalah sebuah deskripsi teoritis yang melekatkan, menghubungkan, serta menjelaskan kaitan, pengaruh ataupun hubungan antar variabel pada suatu penelitian berdasarkan teori yang relevan, pendapat ahli maupun hasil penelitian yang mendukung.<sup>45</sup> Kerangka berfikir digunakan sebagai bahan pedoman agar dalam melakukan penelitian mempunyai arah sesuai dengan tujuan penelitian. Kerangka berfikir yang terdapat pada penelitian ini yaitu:

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Berfikir**



**D. Hipotesis**

1. Pengaruh *E-Commerce* terhadap Minat Berwirausaha *Online*

*E-commerce* dapat diartikan transaksi ataupun pertukaran informasi yang terjadi diantara penjual dengan pembeli dalam dunia maya yang memanfaatkan media internet.<sup>46</sup> Minat merupakan kesadaran yang muncul pada suatu objek dan sangat digemari sehingga dapat memunculkan perhatian terhadap individu pada objek tersebut.<sup>47</sup>

Ingrid Maisan dan Kartika Nuringsih dalam penelitiannya menyatakan bahwa *e-commerce* berpengaruh secara positif dan

<sup>45</sup> Eko Sudarmanto, *Desain Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021), 45.

<sup>46</sup> Rintho Rante Rerung, *E-Commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*, 18.

<sup>47</sup> Sudaryono, *Dasar-Dasar Evaluasi Pembelajaran*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), 125.

signifikan terhadap minat berwirausaha.<sup>48</sup> Kristanti Veronika, dkk, dalam penelitian juga menyatakan bahwa *e-commerce* berpengaruh terhadap minat berwirausaha.<sup>49</sup>

Jadi, *e-commerce* dalam penelitian ini akan dihubungkan dengan minat berwirausaha *online*. Berdasarkan penjelasan diatas, *e-commerce* merupakan sebuah transaksi yang terjadi pada penjual dengan pembeli secara *online* yang memanfaatkan fasilitas berupa internet. Berdasarkan tinjauan pustaka dan penelitian terdahulu, maka perumusan hipotesisnya yaitu:

H1: *E-Commerce* berpengaruh terhadap minat berwirausaha *online*.

## 2. Pengaruh Pemanfaatan IT (*Information Technology*) terhadap Minat Berwirausaha *Online*

Teknologi informasi adalah teknologi yang digunakan dalam pengolahan data mulai dari proses, penyusunan, penyimpanan, dan perubahan data yang dilakukan dengan berbagai cara guna mendapatkan informasi dengan kualitas baik yang digunakan sebagai pengambilan keputusan. Implementasi teknologi informasi banyak dimanfaatkan oleh wirausahawan karena kebutuhan akan efisiensi waktu dan biayanya yang relatif terjangkau menjadikan para pemilik usaha perlu untuk memanfaatkan teknologi informasi untuk dunia usaha. Implementasi teknologi informasi juga dapat menjadikan perubahan dalam setiap kebiasaan kerja sehingga dapat meningkatkan efektivitas suatu kinerja usaha.<sup>50</sup>

Teknologi informasi memungkinkan seseorang untuk dapat menyelesaikan pekerjaan dengan lebih baik dan meningkatkan perannya dalam organisasi karena kemudahannya dalam mengumpulkan dan menganalisis data yang mudah dan cepat. Hal ini dapat mempengaruhi minat seseorang wirausaha untuk memanfaatkan teknologi informasi demi keperluan usahanya.<sup>51</sup>

Peneliti tertarik untuk mengamati pengaruh pemanfaatan IT (*Information Technology*) terhadap minat berwirausaha *online* pada mahasiswa yang hidup di era generasi *millennial* ini karena

---

<sup>48</sup> Ingrid Maisan dan Kartika Nuringsih, "Pengaruh Inovasi, *E-Commerce* dan *Gender* terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Tarumanagara," *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan* 3, no. 3 (2021): 731.

<sup>49</sup> Kristanti Veronika, dkk., "Hubungan Pengetahuan Kewirausahaan dan *E-Commerce* dengan Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta," 309.

<sup>50</sup> Novega Pratama Adiputra, *Dasar-Dasar Teknik Informatika*, 43.

<sup>51</sup> Herry Irawan dan Puspita Kencana Sari, *Bisnis Informasi*, (Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2018), 15.

generasi tersebut merupakan kalangan muda yang tidak asing lagi dengan segala hal yang berhubungan dengan teknologi. Berdasarkan tinjauan pustaka dan penelitian terdahulu, maka perumusan hipotesisnya yaitu:

H2: Pemanfaatan IT (*Information Technology*) berpengaruh terhadap minat berwirausaha *online*.

3. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha *Online*

Pengetahuan kewirausahaan dapat diartikan tingkat pengetahuan yang dimiliki seseorang setelah berhasil mengikuti program pendidikan kewirausahaan yang kemudian diperlukan guna membangun dan menjalankan sebuah usaha. Pengetahuan kewirausahaan mampu membentuk karakter seseorang untuk tertarik berwirausaha dan melakukannya dengan sadar sehingga memiliki kemauan yang nantinya dapat menempatkan pilihan karir untuk menjadi seorang wirausaha.<sup>52</sup>

Siti Juhariyah dan Dewi Urip Wahyuni dalam penelitiannya menyatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan secara signifikan juga berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Semakin tinggi pengetahuan kewirausahaan yang didapat seseorang, maka minat berwirausahanya akan semakin meningkat.<sup>53</sup>

Berdasarkan penjelasan di atas, pengetahuan kewirausahaan merupakan ilmu, karakter dan kepribadian seseorang yang dapat membentuk ide inovatif pada dunia nyata dengan kreatif mengenai cara berwirausaha. Berdasarkan tinjauan pustaka dan penelitian terdahulu, maka perumusan hipotesisnya yaitu:

H3: Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha *online*.

---

<sup>52</sup> Elida Gultom, "Pengaruh *E-Commerce*, Pengetahuan Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Program S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau Pekanbaru)," 42.

<sup>53</sup> Siti Juhariyah dan Dewi Urip Wahyuni, "Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Sikap Mandiri terhadap Minat Berwirausaha," *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 7, no. 4 (2018): 14.